

LENGUA

COMENTARIOS

Comentario de Texto

- Cuestiones sobre el texto: – Título, Alguna explicación.
- Resumen del contenido del texto
- Comentario Crítico
- Analiza el texto en sí mismo.

Como se estructura el contenido

Idea principal y secundarias

Reiteraciones ideológicas

Jerarquía

Esquema de las ideas

- Analiza el texto en relación con el lector

Juicio valorativo de las ideas que desarrolla el autor y su intención

Vigencia del texto y su interés actual

A qué tipo de lector va dirigido

Que conceptos, temas o problemas te llaman más la atención

Con qué otros temas puedes conectar el texto

Explicar y razonar tu postura respecto al texto

Comentario Lingüístico

- Nivel Morfosintáctico
- Nivel fonético–fonológico
- Nivel lexicosemántico

Nivel Fonético–fonológico

- Pausas del texto
- Ritmo
- Entonación
- Tipografía
- Cifras
- Fonemas
- Siglas y Acrónimos

- Onomatopeya

Nivel Morfosintáctico

- Artículo
- Sustantivos
- Adjetivos
- Verbos
- Adverbios y conjunciones
- Tipo de oraciones

Nivel léxicosemántico

- Palabras conotativas–denotativas
- Sinónimos, antónimos
- Vocabulario
- Familias de palabras

TEXTOS CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS

- Lo que se expone ha de ser comprobable objetivamente, no debe depender de factores emocionales subjetivos.

- Emplean un vocabulario cuyo dominio está sólo al alcance de los iniciados en las ciencias correspondientes, por lo tanto es un lenguaje unívoco y sus términos son monosémicos.
- El lenguaje tiende a ser universal en la medida que lo son las cosas a las que se refiere.
- Normalmente no se pueden cambiar los tecnicismos por sinónimos.
- Es un lenguaje denotativo.(Significado fijo)
- Este lenguaje es sistemático, es decir, exige la estricta ordenación de las unidades lingüísticas, impidiendo la libertad expresiva.
- Tecnicismos:
 - Préstamos del latín y griego
 - Préstamos del inglés
 - Nivel Morfosintáctico
 - Oraciones pasivas, pasivas reflejas e impersonales reflejas.
 - Plural de modestia
 - Formas no personales del verbo
 - Uso del Presente gnómico
 - Complementación abundante
 - Empleo de oraciones subordinadas
 - Alejamiento de fórmulas coloquiales
 - Uso de expresiones que garantizan coherencia y comprensión
 - Tipos de textos
- Exposición: consiste en la manifestación lingüística de unos contenidos, dicha exposición puede seguir un planteamiento deductivo(idea–análisis) o inductivo(análisis–idea)
- Demostración: probar mediante la enunciación de hechos observables una hipótesis. También puede desarrollarse mediante planteamientos deductivos o intuitivos.
- Argumentación: Si utilizamos el razonamiento para probar una idea.
- Descripción: es cuando se exponen las partes de un todo.Es muy importante el orden espacial.

TEXTOS JURÍDICOS Y ADMINISTRATIVOS

- Textos legislativos: aparecen en los Boletines Oficiales del Estado, de Comunidades Autónomas, y presentan la siguiente estructura:
- Sumario: nombre, fecha de disposición, resumen del contenido
- Introducción: exposición de los motivos
- Núcleo: el contenido de la disposición en sí
- Pie: la fecha, el nombre y el cargo de quien dicta la disposición

Están divididos en: ley, Real Decreto, orden y resolución

- Textos administrativos: son los que se usan en las relaciones entre los diversos organismos de la administración, entre ciudadanos y la administración o entre ciudadanos y entidades particulares.

Se dividen en: carta comercial, escritos de la administración, instancia, curriculum vitae.

Los textos jurídicos son mensajes unidireccionales que usan la lengua escrita de nivel culto, cuyo emisor es la autoridad competente y cuyo receptor puede ser la generalidad de los ciudadanos o uno determinado. Las funciones lingüísticas más usadas en estos textos son:

La referencial, por su objetividad.

La conativa, por el carácter prescriptivo.

Nivel morfosintáctico

- Los nombres aparecen con más frecuencia que los verbos. Este predominio nominal está motivado no sólo por el uso de frase larga sino también por el uso de nominalizaciones (fenómeno por el cual el verbo se transforma en sustantivo y el sujeto o el CD de construye en forma de CN)
- Uso de nombres abstractos
- Uso de la forma masculina en los tratamientos y cargos profesionales, aunque actualmente existe la diferencia de género
- Omisión de artículos y determinante
- Omisión del nombre (para evitar repeticiones)
- Uso de los posesivos de 3ª persona apocopados
- Los adjetivos están utilizados con restricción significativa
- Los adjetivos van antepuestos y pospuestos al nombre. Cuando va antepuesto responde a razones de formulismos fraseológicos.
- Aparecen adjetivos usados en serie
- La restricción y precisión del nombre se realiza también con los complementos preposicionales y con las oraciones subordinadas de relativo o construcciones de participios de presente con función adjetiva.
- Uso de participios como sustantivos. (el solicitante...)
- Uso de la 3ª persona del plural y singular salvo en las fórmulas: dispongo, resuelvo, mando.
- Cuando los sujetos de la oración son las normas, suele producirse la personificación (la ley orgánica encomienda a los consejos...)
- Oraciones impersonales y pasivas reflejas
- Los verbos se usan en presente para aludir a una disposición dada en el pasado.
- Los futuros de Indicativo y los presentes de subjuntivo tienen valor superlativo.
- En los futuros se puede observar también su matiz de posibilidad
- Utilización del futuro de subjuntivo, aunque es un rasgo arcaizante.
- Formas no personales del verbo: infinitivos encabezando distintos apartados; participios y gerundios usados en cláusula absoluta y ocasionalmente el gerundio aparece sustituyendo a una coordinada copulativa o adversativa.
- Los CCL son los más usados para indicar lugar legislativo. En cambio los de tiempo y modo son más

restrictivos.

- La sintaxis suele ser muy compleja y de frase larga, con una organización sintáctica complicada.
- Abundan subordinadas condicionales, consecutivas, concesivas y frasales.
- En el uso de conjunciones hay que notar la abundancia o carencia.
- Sustitución de los nexos(preposiciones y conjunciones) por locuciones.

Nivel léxico–semántico

El léxico es el de un lenguaje específico que se caracteriza por pretender la mayor percepción posible y un nivel formal alejado de formas coloquiales y familiares, que algunas veces resulta arcaizante y retórico.

Características:

- Cambio de significado (palabras que en la lengua común son abstractas toman ahora un significado concreto). Otras veces el significado se produce por la elipsis del nombre.
- Utilización de arcaísmos motivados por:
 - La desaparición de palabras usadas en el lenguaje común
 - Palabras que no han evolucionado
 - Por el léxico de tono rogatorio humilde (suplica o ruego)
- Utilización de latinismos
- También arcaizantes los formalismos de tipo personal (nuestra señora)
- Uso de cultismos, latinismos, circunloquios (se da un rodeo para decir algo), los sinónimos útiles para la monotonía, aunque algunos no son equivalentes.
- Estilo formulario. Las fórmulas léxicas que aparecen en los textos legislativos:

Fórmulas de inicio–intermedias–finales.

TEXTOS PERIODÍSTICOS

Funciones y características lingüísticas generales:

- La función esencial es la de informar y opinar, además a veces procura entretener al lector.
- Los textos informativos exigen:
 - Novedad de los hechos, ósea actualidad.
 - Diversidad
 - Interés y atipicidad
- Los textos de opinión no se limitan a describir hechos presentes, sino que relacionan estos hechos con los pasados y anticipan el futuro.
- Características Generales:
 - Se dirigen a grandes grupos
 - Usan códigos icónicos (Tipografía, tamaños, tipos, color, Subrayado, gráficos, fotos...)
 - Presuponen en el lector referencias y conocimientos previos.
 - Se refieren a temas diversos, por lo que exigen gran conocimiento léxico.
 - Modalidades y tipos: se distinguen tres grandes géneros periodísticos.
- GENERO INFORMATIVO:

La Noticia

Es el tipo informativo por excelencia y da cuenta de hechos actuales.

Se trata de la presentación de hechos interesantes, cercanos, actuales, etc..., relacionados con la vida en general.

El interés de una noticia está relacionado con lo que rodea al lector a quien se dirige.

La redacción de una noticia suele tener en cuenta la regla de las seis W (who, what, where, how, when, why)

Hay que tener en cuenta los aspectos objetivos, puesto que la subjetividad supone la manipulación de la noticia.

Respecto a la estructura formal de una noticia se distingue: Titulares, Lead y Cuerpo.

Los elementos de los *titulares* serían:

–Antetítulo. Si existe suele matizar y completar la información contenida en el título.

–Título. Recoge lo esencial de la noticia, procurando atraer la atención del lector.Son breves, pero

informativos. Sus características son:

- Usa verbos en presente
- Los verbos ser o estar se omiten
- A veces se suprime el verbo decir ante un estilo directo
- Supresión muy generalizada de los artículos
- Abunda la anteposición del CCL
- Estilo nominal
- Uso de la coma y los dos puntos

–Subtítulo. Si lo hay cumple una función similar al antetítulo

El *lead* es el párrafo que, ampliando el titular, reúne las W principales de la noticia. Puede aparecer en negrita, entradilla de la noticia, o como primer párrafo de la noticia en sí.

Cuando la noticia es breve, toda ella es un lead.

El *cuerpo* es el desarrollo de la información. En él se amplían los detalles y se proporcionan datos complementarios. La estructura del contenido es decreciente o de pirámide invertida.

Cuando la noticia no decae es propia de los reportajes.

El Reportaje

Es una ampliación de la noticia, se comentan los hechos fundamentales, circunstancias, ambiente, antecedentes, consecuencias, etc..., y no es tan objetivo como la noticia, y suele ir firmado.

Se puede usar un estilo más o menos narrativo y descriptivo según sea el reportaje.

Para atraer su atención se puede encontrar en él titulares conectados con frases hechas, títulos de películas o canciones, juegos de palabras...

La Entrevista

Se trata de ofrecer información derivada de una fuente determinada: el entrevistado.

Se suele distinguir la entrevista biográfico–psicológica (el entrevistado habla sobre sí mismo) y la general

informativa (el entrevistado habla de asuntos varios).

Nivel Morfosintáctico

- Los sintagmas nominales se construyen con adyacentes con intención aclaratoria.
- Uso de artículos
- Predominio de los verbos en indicativo y en Pretérito Perfecto Simple
- Abundancia de verbos transitivos acompañados de CCL, CCM, CCT.
- Utilización de subordinadas adjetivas
- Las oraciones de CD dependientes de un verbo de dicción están construidas en estilo directo
- También se usan adverbios de lugar modo y tiempo debido a las necesidades informativas
- Es frecuente encontrar errores de construcción debido a la rapidez de la redacción de las noticias

procedentes del extranjero.

- GENERO INFORMATIVO:

El Editorial

Los géneros de opinión y en general el editorial suponen para el lector una orientación interpretativa de una noticia. Además procurará convencer al lector de su postura e influir en sus respuestas sociales.

El Editorial se caracteriza por:

- Tratar temas de actualidad
- Ocupar un lugar preferente en el periódico
- Suelen ser redacciones de redactores especializados que orientan la ideología y lo político–social de esa empresa editorial.
- Aparece sin firma
- La estructura es:
 - Exposición de los hechos
 - Explicación crítica
 - Justificación de los juicios emitidos
 - Conclusión
- Adopta la forma de una exposición o una argumentación
- Aparenta ser objetiva, pero en realidad introduce elementos connotativos y subjetivos que rompen esa objetividad
- Título: suele ser un sintagma nominal que muestra intenciones creativas o valorativas

El Artículo de Fondo

Es un género escaso hoy en día. Sus características son similares a las del editorial, pero no es necesario que toque temas de actualidad.

El Artículo Comentario

- Expresa la opinión personal de quien lo firma
- El contenido puede ser diverso: asuntos sociales, políticos, económicos...
- El enfoque crítico puede ir desde una exposición hasta un tono satírico
- Su aparición en el periódico puede ser ocasional o fija, si es fija podemos llamarlo columna.
- Sus características lingüísticas son diversas debido a la libertad de expresión de los autores, si acaso se puede destacar:

En el nivel morfosintáctico,

- Estos textos tienen carácter argumentativo
- Aparece el polisíndeton o el asíndeton en las construcciones subordinadas según la intención del autor
- Aparición de verbos en indicativo y condicional, así como pasivas reflejas y perífrasis de probabilidad o mandato
- Suele usar la función apelativa

En el nivel léxico–semántico,

- Léxico culto con abundantes sustantivos abstractos
- Recursos de tipo metafórico
- Utilización de la función expresiva. (recursos, frases hechas)
- GENEROS HÍBRIDOS

La Noticia Comentario

Es una de las modalidades periodísticas de más uso hoy en día.

Características:

- Selecciona e interpreta los hechos
- Es la respuesta de a prensa escrita a la competencia de la radio y la televisión en la transmisión de noticias.
- Normalmente aparece firmada
- Tiene puntos de contacto con la crónica, puesto que interpreta los hechos y los usa para dar opiniones personales. Además el cronista está cercano a los hechos, en cambio el comentarista conoce los hechos por medio de agencias
- Al pretender el autor personalizar el escrito, puede caer en los siguientes errores:
- Usar la lengua literaria más que periodística
- Olvidar mantener la objetividad
- Literarización épica

La Crónica

Es una valoración de hechos actuales realizada por una persona cercana al hecho.

Presenta los hechos en orden cronológico.

Se diferencia de la noticia por su intención valorativa y se diferencia del reportaje por la objetividad que éste debe mantener, frente a las interpretaciones y justificaciones de la crónica.

Las principales crónicas suelen ser enviadas por periodistas especializados residentes en distintos países. Las llamadas crónicas menores cubren los temas de deportes, espectáculos, asuntos económicos...

Mecanismos Lingüísticos que pueden Alterar los Mensajes Informativos

- Los que alteran los mensajes restando claridad
- Uso de construcciones habituales e innecesarias (perífrasis...), pasivas, extranjerismos y neologismos.

- Uso de eufemismos, palabras que sustituyen a una tabú, siglas, cultismos o palabras creadas por composición o derivación personales.
- Los que condicionan la objetividad
- Uso del lenguaje técnico
- Empleo de metáforas
- Ambigüedades
- Uso de vulgarismos, así como excesivos rasgos de epicidad:

– Sustantivos y adjetivos de significado bélico (acribillado)

- Uso de hipérbole
- Significación extrema de sustantivos, adjetivos y adverbios.
- Frases que incitan a la acción

TEXTOS PUBLICITARIOS

En general pretenden convencer, desarrollar o modificar actitudes y comportamientos, provocar necesidades e inducir a realizar acciones de compra.

Como características generales de los textos publicitarios observamos en primer lugar la fuerte incidencia que el receptor tiene en la construcción de su mensaje.

Los textos publicitarios responden al siguiente proceso de comunicación:

- Emisor: sería el anunciante, el publicista y modelo publicitario
- Códigos: verbales, escritos, cromáticos, musicales e icónicos (símbolos)
- Canal: radio, televisión, páginas publicitarias y cartas
- Mensaje: gráfico, auditivo, audiovisual
- Receptor: el que hace la investigación de incidencia

Función de estos textos:

En las funciones lingüísticas el texto publicitario potencia las funciones apelativa, fática, referencial y poética.

Las funciones apelativa (de llamada) y fática (Comunicación entre emisor y receptor) son las esenciales del mensaje publicitario.

El emisor intenta atraer y mantener la atención del receptor con el fin de cumplir las finalidades que pretende.

Tiene función poética por la importancia de la estética formal del mensaje, y cumple función referencial en cuanto mediante textos expositivos, narrativos, descriptivos, se refieren al producto señalando sus cualidades, prestativas, características...

En el código icónico el texto publicitario incluye rasgos con intencionalidad denotativa, carga emotiva de la imagen para producir atracción, impacto o actitud positiva del receptor hacia el producto.

Procedimiento de Manipulación

La publicidad sigue normalmente un proceso que responde psicológicamente a tres momentos clave del receptor y según predomine uno u otro momento podremos hablar de distintos tipos de publicidad.

- Mecanismos de motivación: atraer al receptor. Sería la *publicidad de simpatía*.

- Mecanismos de grabación: hacer recordar el anuncio. Es la *publicidad de repetición*.
- Mecanismos de persuasión: disolver resistencias y convencer. Es la *publicidad de argumentación*.

Recursos Lingüísticos

En publicidad de Simpatía

- Juegos de palabras con valores polisémicos. Ej: toma el mando (anuncio de mando a distancia)
- Uso de paronomasias (juegos de palabras) y sintesias (el adjetivo no concuerda con el sustantivo al que acompaña) Ej: las copas claras (anuncio de anís)
- Creación de palabras mediante sufijos, composición de palabras, siglas. Ej: colores metallascentes
- Frases de otro idioma Ej: a pleasure to posses
- Juegos icónicos y tipográficos
- Uso de onomatopeyas
- Fórmulas imperativas de contenido sorprendente. Ej: no leas este anuncio, invierte en música
- Uso de oraciones interrogativas, exhortativas y exclamativas. ¿no lo quieres?
- Construcciones especiales del adjetivo. Ej: super energía en acción

En publicidad de Repetición

- Uso de aliteraciones, rimas, rimas, anáforas y rebundancia
- Metáforas, metonimias e hipérbolos. Ej: el último diseño de Gucci se lleva en la piel(perfume)
- Juegos de palabras. Ej: la radio es *co*peración
- Presencia del artículo un para personalizar el producto. Ej: así nace un gran queso

En publicidad de Argumentación

- Uso de voces griegas, latinas o de lenguas extranjeras para denominaciones o marcas. Ej: Loewe
- Búsqueda de notas de exotismo y prestigio con préstamos, tecnicismos y términos científicos
- Alusiones a valores sociales, ideológicos y personales que el producto va a resolver. Ej: pensado para durar en el tiempo (reloj)
- Recurrencia al plano emotivo mediante connotaciones que persuadan al receptor. Se suele apelar a diversos aspectos en función del sexo, edad, clase social, etc..., del destinatario. Ej: referencias a la moda

TEXTOS HUMANISTICOS

Tiene características del lenguaje periodístico y literario.

El Ensayo

Se puede caracterizar de la siguiente manera:

- Heterogeneidad temática. Para el ensayista no hay limitaciones temáticas, puede ocuparse de cualquier asunto. Puede ser científico, técnico, de hechos de actualidad...
- Subjetividad en el tratamiento de los temas. El ensayista no tiene que ser objetivo, no está obligado a agotar el tema ni a alcanzar un rigor sistemático.
- Extensión variable, aunque normalmente es breve o moderada. Una de sus formas más breves la constituye el artículo de opinión.
- Uso de diversos procedimientos de construcción textual (técnicos, científicos, jurídicos...)
- Hay ensayos de divulgación, en los que el autor pretende poner al alcance de un público amplios conocimientos a los que de otro modo no podría acceder.
- Hay ensayos en los que el autor realiza una reflexión personal de aspectos que no están en el ámbito de

ninguna ciencia.

- No hay que olvidar que el ensayo puede adquirir frecuentemente un carácter literario y, en consecuencia, participar de las características de este tipo de texto.

TEXTOS COLOQUIALES

Características del lenguaje coloquial:

A– Es un lenguaje afectivo que transmite a través de aquél (sujeto hablante) su expresividad.

Es un lenguaje egocéntrico (osea, centrado en el yo) y que suele enfocar el referente desde el punto de vista del emisor.

Este predominio de la función emotiva genera:

- Abundancia de palabras con valores expresivos, tales como interjecciones.
- Empleo impersonal de tú y uno en lugar de la primera persona gramatical.
- Uso de que enfático, pero y otros enlaces con valores semejantes.
- Repeticiones para transmitir la intensidad. Ej: Que no, que no, que no.
- Ordenaciones subjetivas. Ej: Manías, eso es lo que son, manías.
- Adjetivos y adverbios valorativos. Ej: Lo hizo estupendamente, de maravilla.
- Los diminutivos y aumentativos adquieren valores afectivos, irónicos... Ej: Es un niñoato.
- Afirmación y negación afectivas. Ej: Sí, sí, por supuestísimo.
- Expresiones afectuosas e insultos ficticios. Ej: No seas gallina, hombre.
- Metáforas e hipérbolos coloquiales. Ej: Me costó un riñón.
- Frecuente aparición de verbos de valoración subjetiva. Ej: Me encanta el cine.
- A la función emotiva se le unen otras funciones como la apelativa y la fática.

B– Es un lenguaje práctico y por ello bastante económico.

Esto genera:

1º– Elipsis

2º– Subordinación escasa

C– La presencia física de una o más personas, cuya iniciativa es imprevisible para el hablante, trae consigo la espontaneidad y falta de elaboración del mensaje.

Esto se ve en:

- La ruptura de construcción sintáctica. Ej: Sí María, esa que le dijimos que no viniera.
- U léxico difuminado y válido para cualquier contexto. Ej: Yo es que con cosas así no me aclaro.

En el lenguaje coloquial además pueden darse usos incorrectos o vulgares. Llamamos vulgarismos a los usos de la lengua producidos por un deficiente conocimiento de las normas que regulan su utilización.

Entre los vulgarismos más habituales tenemos:

Nivel Fónico

- Metátesis o cambio de posición de los fonemas. Croqueta – cocreta.
- Vacilación en la pronunciación de las vocales no acentuadas. Teniente – tiniente.
- Tendencia a la reducción de los diptongos. Paciencia – pacencia.
- Formación de diptongos con dos vocales en hiato. Joaquín – Juaquín.
- Adición a principios de palabra de fonemas vocálicos. Moto – amoto.
- Pérdida de consonantes intervocálicas (n,r,d). Parece – paece.

Nivel Morfosintáctico

- Empleo de género incorrecto. El afoto.
- Desviaciones morfológicas en los tiempos verbales. Tuviste – tuvistes; anduvo – andó.
- Abandono de la construcción sintáctica exigida olvidando la coherencia gramatical. A mí me parece que sí – yo me parece que sí.
- Concordancias incorrectas como el empleo de haber concertando con el CD Habían muchos coches en la calle.
- Anteposición de los pronombres me y te. Me se ha perdido un libro.
- Uso de laísmo, leísmo y loísmo. La dije que viniera.
- Uso del dequísmo. Coloca la preposición de a las subordinadas sustantivas de CD

Nivel Léxicosemántico

- Empleo de palabras con un significado impropio. Te prometo que ayer no vine.
- Presencia de arcaísmos. Nadie – nadie; mismo – mésmo.
- Uso de etimología popular. Dolor ciático – dolor asiático; destornillarse de risa.
- Utilización de palabras tabúes o sustituciones eufemísticas. Córcholis, ostras.

TEXTOS LITERARIOS

El lenguaje literario se caracteriza por:

- Ser un acto de creación consciente de un emisor con voluntad de originalidad.
- Ser un uso de la lengua con voluntad artística.
- Tener una intención comunicativa y nunca una finalidad práctica sino estética.
- Ser una desviación que consiste en alterar los usos habituales de los diferentes niveles (fonético, morfosintáctico y léxicosemántico).
- Ser un lenguaje esencialmente connotativo .En un texto literario no existen significados unívocos, sino que se usa un lenguaje abierto a la evocación y a la sugerencia a través de los significados secundarios de las palabras.

Estructura lingüística de los textos literarios:

Nivel Fónico

En cuanto al ritmo hay que aclarar que una de las diferencias entre la prosa y el verso es que el verso posee más ritmo que la prosa debido a la repetición de ciertos elementos sonoros como el número de sílabas, la distribución de las sílabas tónicas, la rima o las pausas.

Hay versos de arte mayor y de arte menor, los de arte menor transmiten emoción, desasosiego, sentimientos no contenidos; los de arte mayor transmiten sentimientos más serenos, elegancia o tristeza.

En cuanto a las pausas, ya sabemos que al final de cada verso tiene que haber una pausa, sino hay, se produce un encabalgamiento.

Encabalgamientos:

Suaves: si la siguiente pausa es al final de otro verso.

Abrupto: si la siguiente pausa es a mitad de otro verso.

Se producirán aliteraciones (repeticiones de sonidos), paranomasias (conceptos con significantes casi iguales) y onomatopeyas.

Nivel Morfosintáctico

El sustantivo funciona como categoría de visión estática, comunicando un tono de quietud.

El verbo, como categoría de visión dinámica, comunica un tono de desarrollo temporal y de movimiento.

El adjetivo, como categoría de visión absorta, comunica un tono descriptivo de cualidades y matices diversos de la realidad.

Como figura la más importante es el hipérbaton (alteración del orden en la oración).

También está la anáfora (repetición de palabra a principios de cada verso) y los paralelismos (de mismos elementos o de mismas ideas).

Nivel Lexicosemántico

Tendremos que ver que se caracteriza por la ruptura de las relaciones normales entre significado y significante.

Esto provoca la aparición de ambigüedades, connotaciones, cambios semánticos...

Como recursos: la metáfora, personificación, comparaciones, hipérbates, símbolos...