

LAS LENGUAS ESPECIALES.

En toda lengua histórica pueden distinguirse diferentes dialectos, niveles culturales y varios estilos de lengua, en virtud del eje o perspectiva de análisis que se tenga en cuenta. Entre estas variedades lingüísticas destacan las *lenguas especiales*.

El español tiene múltiples variedades lingüísticas susceptibles de ser distinguidas. Son aspectos que conciernen a la lengua, pero que quedan fuera de su estudio sistemático estricto.

Lenguas especiales.

Los medios sociales, culturales o temáticos generan variedades lingüísticas a las que se llama lenguas especiales. Las lenguas especiales son subsistemas de la lengua común o estándar referidas principalmente al léxico, por medio de los que se identifica un determinado ámbito sociocultural.

El carácter especial se fundamenta en dos factores extralingüísticos, que entran en juego en cualquier hecho de lengua:

- El componente sociológico: La lengua es un hecho social y fundamental dentro de los grupos sociales, de forma que cada uno crea y conforma su propia lengua.
- El componente temático: La lengua transmite unos contenidos y designa unos determinados hechos y relaciones.
- A estos dos factores habría de añadirse un tercer factor: el medio (prensa escrita, radio, televisión...) ya que esto se refleja en los usos del lenguaje.

Destaca lo ilimitado de su número y lo heterogéneo de las diversas lenguas especiales. Por ejemplo, son lenguas especiales las lenguas de oficios y profesiones, el lenguaje burocrático–administrativo, el lenguaje político, periodístico, publicitario, del cine y tv, científico–técnico, de ambiente juvenil, etc...

Diferencias con otras variedades lingüísticas.

Los dialectos.

- Los dialectos son variedades lingüísticas en relación con la distribución geográfica de los hablantes.
- Tienen su propia fonética, morfología, sintaxis, léxicos.
- Son sistemas lingüísticos completos que pueden desarrollarse cuantitativamente y llegar a convertirse en lengua oficial y de cultura de una comunidad. Son dialectos el aragonés, andaluz, canario...
- Las lenguas especiales no son sistemas lingüísticos completos, sino que se limitan principalmente al léxico.
- Son parásitos dentro de la lengua histórica en la que se desarrollan.
- A pesar de su nombre, las lenguas especiales no son lenguas, ni siquiera como posibilidad embrionaria.

Los niveles de lengua.

- Identifican grupos sociales o ámbitos culturales definidos en virtud de un criterio sociológico vertical. Son niveles de lengua el lenguaje culto, popular, medio...
- Las lenguas especiales identifican a grupos sociales o ámbitos culturales en función de un criterio sociológico horizontal.

Los estilos de lengua.

- Se refieren a actitudes psicológicas del hablante ante las distintas circunstancias de su entorno. P. ej: lenguaje solemne, usual, familiar...
- Las lenguas especiales se refieren a grupos sociales y no al hablante individual.

Tipos de lenguas especiales.

Argots o jergas.

- Son lenguas de grupos especiales a los que la lengua sirve como forma de identificación, aislamiento y defensa del resto de la sociedad.
- Tienen finalidad críptica.
- Son parásitos dentro de la lengua histórica en que se desarrollan.
- Dan máxima importancia al carácter sociológico.
- Ejemplos: la germanía (argot de los delincuentes), las jergas de los gremios...

Lenguajes sectoriales.

- Son los lenguajes de las distintas actividades y profesiones.
- Tienen finalidad críptica.
- Están plenamente integrados dentro de la lengua histórica en la que nacen y participan.
- En ellas tiene una gran importancia el factor temático y el sociológico.
- Ejemplos: lenguaje de la política, del deporte...

Lenguajes científico-técnicos.

- Son los lenguajes de las diversas ciencias en la descripción científica de sus propios objetos por los investigadores.
- No tienen finalidad críptica.
- Son parásitos de la lengua histórica en que se desarrollan.
- Dan una máxima primacía al componente temático.
- Ejemplos: lenguaje de la biología, de la medicina...

Las jergas o argots.

Definición.

Se trata de un *signum* social por el que el individuo se identifica como perteneciente a un grupo social, distinguiéndose de otros grupos a su vez.

Características:

- Es la lengua de un determinado grupo social.
- Es un medio del que se sirve el grupo para mantener su cohesión interna y señalar su diferencia con respecto a los demás grupos.
- Tiene una función de aislamiento social, de defensa. Tiene un carácter secreto.

Los lenguajes sectoriales próximos al argot tienen muchos rasgos en común con él y son corrientemente denominados también *argot*. Se trata de lenguajes que se utilizan como signo de identificación social, aunque no pertenezcan a un ámbito o grupo cerrado, y son, en cierto grado, crípticos. Pongamos como ejemplo la germanía moderna (el lenguaje moderno de la delincuencia). En la mayoría de los lenguajes a los que no se puede llamar estrictamente argot, participan algunas de las características de éste.

Orígenes.

La base de todo argot es un grupo social marginado que ha de desarrollar su actividad en un ámbito que no le es propio. Ejemplos: jergas de los oficios ambulantes (canteros, vendedores de tejidos, zapateros...), el código secreto que poseen los delincuentes para protección e identificación de sus asociados: la germanía...

En todos los casos se trata de personas de un mismo pueblo o comarca que, por temporadas, salían a desempeñar su oficio fuera de su dominio geográfico. En Asturias se ha detectado la presencia de cuatro jergas diferentes: el Mansolea de los zapateros, el Ergue de los canteros, el Don Juan de los cesteros y el Tamargu o Xíriga de los tejeros.

EL CALÓ, el idioma de los gitanos, requiere un tratamiento diferente.

Fue considerado argot, pero en su origen fue una verdadera lengua histórica: un dialecto indostánico emparentado con el sánscrito, pero en su evolución ha perdido sus rasgos fonéticos y morfosintácticos fundamentales.

El caló ha influido en otras lenguas con las que entraba en contacto. Por ejemplo, en español son gitanismos:

- Chorizo: ladrón. – Randa: ladrón, pillo.
- Parné: dinero. – Pinrel: pié.
- Mangar: robar. – Pirar: huir.
- Canguelo: miedo. – Menda: yo, uno cualquiera.

Rasgos lingüísticos.

- Los argots o jergas afectan exclusivamente al léxico, manteniendo la fonología y gramática de la lengua

histórica en que se desarrollan.

– Fenómenos lingüísticos que caracterizan los argots:

- **ALTERACIONES FONÉTICAS:** Modificaciones artificiales del significante.

– Inversión de los elementos de la palabra, generalmente consonantes. Por ejemplo, en germanía:

– Brone: hombre. – Chepo: pecho.

– Demias: medias.

– Truncamiento de las palabras:

– Compi: compinche. – Gobi: gobierno civil.

– Adición de derivativos:

– Aldrame: madre. – Aldrape: padre.

– O los sufijos gitanos: *–elar*, *–oy*, *–ipen*, *–añi*.

– Deformaciones anárquicas:

– Polilla: policía. – Galibardía: gabardina.

- **PROCEDIMIENTOS TROPOLÓGICOS:** por ejemplo metáforas. En germanía:

– Lanternas: ojos. – Bosque: barba.

– Aires: cabellos. – Tristeza: pena de muerte.

- **PRÉSTAMOS DE OTRAS LENGUAS:** por ejemplo, el vascuence ha tenido un gran influjo en todas las jergas de oficios ambulantes del Norte de España.

- **ABUNDANCIA DE SINÓNIMOS:** sobre todo en la germanía y el argot de la delincuencia y bajos fondos. Este desarrollo sinonímico se da en concretos dominios léxicos, como los que tocan lo sexual, funciones fisiológicas...

Sinónimos de dinero en el argot de la delincuencia: asunto, candela, candil, guita, cuestión, monis, pasta, parné, galleta, tela...

Argot y lengua común.

Debido a que el argot está sujeto a una rapidísima evolución, la vida de sus palabras es muy breve, aunque algunos de sus términos y expresiones se desplazan hacia la lengua común.

El paso de elementos de las lenguas marginadas a la lengua común se debe, sobre todo, a la gran carga expresiva que tienen. Su reflejo en los medios de comunicación, además, facilita la rapidez del proceso de asimilación. (Los periódicos tienen en cuenta los fenómenos sociolingüísticos de la droga, la juventud marginada, etc...).

El diccionario de la Real Academia recoge un buen número de vocablos de la germanía, como: acorralar,

amilanar, cuatrero, zafarse, soplón...

Citemos los siguientes términos del argot asimilados por la lengua común. En el lenguaje de la droga:

- Ácido: LSD. – Caballo: heroína. – Yonqui: el que se inyecta.
- Camello: traficante. – Fliparse: drogarse. – Porro: cigarrillo de droga.

En el lenguaje pasota:

- Abrirse: irse. – Basca: pandilla. – Chachi: bueno.
- Chorbo: tipo, novio. – Tronco: amigo. – Nasti: nada.

Los lenguajes científico-técnicos.

La cuestión de los lenguajes científico-técnicos se trata actualmente desde la Lexicografía (la técnica de hacer diccionarios). El lexicógrafo, ante el gran número de tecnicismos que se incorporan a la lengua común, se plantea el problema de cuántos y cuáles ha de incluir en los diccionarios generales de la lengua.

Definición.

Han de tenerse en cuenta dos dimensiones para definir lo específico de los vocablos científico-técnicos:

- La relación significante-significado de los signos.

Los vocablos científico-técnicos se caracterizan por su univocidad: entre significante y significado existe una relación biunívoca: a un significante no le puede corresponder más que un significado y viceversa. Así términos como *gimnosperma* (pertenece a la disciplina de la botánica), *aldehído* (geología) poseen en sus respectivas disciplinas un único significado.

En la lengua común no ocurre esto, ya que en ésta, la relación significante-significado no impide la aparición de la polisemia y sinonimia.

- La relación de los signos científico-técnicos entre sí, como unidades pertenecientes a un mismo sistema conceptual.

Esta dimensión va ligada a la primera, ya que los signos o vocablos pueden mantener esa relación biunívoca al carecer de valor lingüístico. Los dominios conceptuales de las ciencias están definidos en virtud de los postulados de la propia ciencia y en ellos los distintos signos poseen su propio valor independientemente de su uso en el lenguaje.

En la lengua común, al contrario, el valor de las unidades lo fija la colectividad de los hablantes.

Así pues, el valor de los signos científico-técnicos no está exigido por el sistema lingüístico, sino por el sistema de nociones la propia ciencia a la que pertenecen.

Rasgos característicos.

A) Ausencia de polisemia y sinonimia: Términos que hacen estricta referencia a procesos o reacciones, dentro de su disciplina, dentro de la lengua común varían en su significación. Ej: cristalizar (química) en lengua común, cristalizar las negociaciones, el azúcar...

B) Es inútil el análisis semántico de los términos científico-técnicos desde planteamientos lingüísticos, ya que el significado es la propia teoría o descripción científica. El lingüista se limita a constatar que los términos científico-técnicos en cada lengua histórica se sirven de las relaciones sintagmáticas propias de la lengua. Por ejemplo:

- La presencia de morfemas y concordancia.
- Presencia de determinados derivativos: *clor –uro, –ato, –hídrico, –ico...*
- Pertenencia a determinadas clases gramaticales o léxicas: sustantivo, verbo, adjetivo...

C) Peculiaridades de su traducción. El paso de un idioma a otro de los términos científico-técnicos es tan sólo una adaptación de significantes. Ej: *simbiosis, symbiosis, symbiose...*

Esta ausencia de traducción estricta explica el carácter interlingüístico e interidiomático de los lenguajes científico-técnicos. El lenguaje de cada ciencia es uno e internacional, con tan sólo algunas variantes de expresión.

D) Ausencia de connotación (significaciones laterales con valor expresivo y estilístico) y de tropos (metáforas o metonimias, por ej). Así los lenguajes científico-técnicos llevan a su mayor desarrollo la función representativa del lenguaje (la designación de objetos y relaciones), excluyendo la expresiva y la apelativa.

E) Nominalización: la potenciación del uso de sustantivos y adjetivos en defecto de los verbos. Este fenómeno se encuentra también en el ensayo, en el lenguaje burocrático-administrativo y en el lenguaje periodístico.

F) Carácter críptico, aunque no es un rasgo primario de los lenguajes científico-técnicos. En ellos la comprensión social no es intentada, aunque en alguna ocasión pueda ser aprovechada (Ej: un médico se expresa técnicamente para ocultar al paciente la gravedad de su enfermedad...).

Origen de los vocablos científico-técnicos.

La creación de una nomenclatura técnica plantea, en principio, los mismos problemas que los de la creación léxica en la lengua histórica, aunque hay dos características que se manifiestan con más intensidad en la creación de vocablos científico-técnicos:

- La intencionalidad: el científico es consciente de que acuña un nuevo vocablo.
- La motivación explícita y permanente: los vocablos científico-técnicos dan indicaciones de aquello que designan, tratándose a veces de auténticas definiciones.

Fuentes más características en cuanto a los procedimientos concretos en el origen y formación de los vocablos científico-técnicos:

- La lengua común.
- Etimologías cultas: en algunas ciencias, sobre todo en la Medicina y Ciencias Naturales, se forman gran cantidad de tecnicismos a partir de etimologías griegas (*aerobio: aer, aire + bíos, vida: ser vivo que necesita el aire para vivir*), de etimologías latinas (*apicultura: apis, abeja + cultura, cultivo: cría y cuidado de las abejas*), o a partir de híbridos del griego y del latín.
- Siglas: muchos vocablos científicos están formados por letras o sílabas iniciales de las palabras que los designan (*Motel: motor–hotel*).

– Otras motivaciones: ejemplos:

. *Polonio*: descubierto por Marie Curie, que era polaca.

. *Uranio*: del planeta Urano.

. *Hercio*: del físico Hertz.

Lenguajes científico–técnicos y lengua común.

La importancia para el lingüista de los vocablos científico–técnicos se hace mayor cuando entran en la lengua común. En el paso de estos términos a la lengua común, el término científico–técnico se desdobra y su nueva significación y valor son distintos de los originarios, si bien puede seguir designando la misma sustancia de contenido.

No hay que confundir el término tecnicismo como signo en la designación de una cosa dada con el tecnicismo fuera del ámbito de la descripción científica (en este caso no forma parte de un lenguaje científico–técnico, sino del lenguaje sectorial de la ciencia y de la técnica, constituido por los componentes científico–técnicos integrados en la lengua histórica).

Un tecnicismo no es lingüístico, pues su valor no depende del sistema lingüístico. Un tecnicismo integrado en la lengua histórica, sin embargo, sí es lingüístico (ej: *cloruro sódico* no es lingüístico, *la sal de cocinar* sí lo es).

Son los vocablos científico técnicos acogidos por la lengua común de los que se ocupa el lexicógrafo. Actualmente la gran mayoría de estos tecnicismos vienen del inglés. Por ejemplo, en los anglicismos del lenguaje sectorial del deporte se advierte el proceso de adaptación e integración.

Por otra parte, se plantea en nuestro idioma el problema de la uniformidad en la adaptación de los extranjerismos en todos los países de habla española. Por ejemplo, del anglicismo *air hostess*:

Azafata, en España; *aeromoza*, en Venezuela; *camarera*, en Argentina.

En 1960 se acordó que cada una de las Academias de los distintos países creara una Comisión del vocabulario técnico para homologar y unificar la terminología técnica que se va incorporando a la lengua.

Los lenguajes sectoriales.

– Son los lenguajes de actividades y profesiones distintas, como por ejemplo: el lenguaje de la política, del deporte...

– En ellos tiene una gran influencia el componente temático y el sociológico.

– Constituyen el sector más amplio de las lenguas especiales.

– Entran dentro del sistema general de la lengua histórica con pleno derecho y su identificación en función de la peculiaridad de su objeto o la singularidad social de los hablantes no condiciona en nada su pertenencia a la lengua histórica general.

– Están sometidos a la creatividad lingüística.

– En ellos aparecen los fenómenos de polisemia, sinonimia, connotación, etc...

- No tienen finalidad críptica.
- Tienen una gran potencialidad para ser usados como subcódigos, ya que su singularidad temático-social aumenta la fuerza expresiva de la connotación.

Lenguaje burocrático administrativo y jurídico.

Los términos burocracia y administración hacen referencia a la organización y gobierno públicos.

- Burocracia: clase social que forman los empleados públicos. La aparición de una amplia burocracia estatal o pública está ligada a la crasción del Estado moderno y potnciada por el intervencionismo estatal en la esfera privada, donde entra en contacto con lo que llamaríamos la burocracia industrial.

El aparato organizativo del estado crea y utiliza una lengua especial en la relación con sus administrados, que es el lenguaje sectorial burocrático administrativo.

Este lenguaje se manifiesta oralmente y por escrito, pero es a través de la escritura como desarrolla sus géneros o formas característicos.

El Boletín Oficial del Estado es la fuente más genuina para el estudio del lenguaje burocrático-administrativo.

Rasgos léxicos.

El lenguaje burocrático-administrativo no se aparta de los procedimientos de creación léxica propios de la lengua común en la que se enmarca (derivación, composición, cultismos, extranjerismos...). Aunque podemos señalar los siguientes rasgos léxicos característicos:

1) Abundancia de prefijos cultos: *extrajudicial, paraestatal, interprofesional...*

También son abundantes los pseudoprefijos cultos: *politécnico, vicesecretario, minusválido.*

2) Gran número de compuestos

3) Empleo masivo de yuxtaposiciones en el lenguaje burocrático-administrativo: *libro-registro, informe-propuesta, talón-recibo...*

4) Abundancia de cultismos: latinismos patentes (*mortis causa, curriculum vitae*) y también latinismos adaptados (*canon, cómputo...*).

5) Notable abundancia de extranjerismos, de los que la mayor parte son galicismos:

– *Affaire, chalet, bufete...*

– Las creaciones léxicas con el sufijo *-aje*: *peaje, taquillaje...*

– Las construcciones del tipo sustantivo + *a* + infinitivo: *parcelas a osupar, elementos a importar...*

Y, sobre todo en la actualidad, anglicismos: *stock, marketing, pool...*

6) Empleo de acrónimos, siglas y abreviaciones que acusa el influjo de la burocracia industrial y de los lenguajes científicos: *FEVE: Ferrocarriles Españoles de Vía Estrecha...*

7) Aparición de arcaísmos léxicos, que es difícil aislar del marco jurídico: *pedimentos, proveído, otrosí, debitorio, etc...*

8) Es característico el eufemismo en los lenguajes burocrático–administrativos. Aparte de incorporar el eufemismo motivado por los tabúes sociales, se crean otros por la necesidad de enmascarar acciones de la administración que afectan negativamente a los administrados o por ennoblecer las profesiones: subida de precios = *modificación de tarifas, actualización de los precios, reestructuración de tarifas...* vejez: *edad madura, tercera edad...* chacha, criada, sirvienta: *empleada del hogar*.

En resumen, podemos detectar dos tendencias fundamentales:

– CULTISTA Y ARCAIZANTE: acerca el lenguaje burocrático–administrativo al lenguaje jurídico, ya que participa y es vehículo en una gran parte de éste.

– MODERNIZANTE: Se advierte en los procedimientos de derivación, composición, abundancia de extranjerismos y el empleo de siglas, donde el lenguaje burocrático–administrativo acusa la influencia de la burocracia industrial y de los lenguajes científico–técnicos.

Rasgos morfosintácticos.

Características morfosintácticas que se muestran en el lenguaje burocrático–administrativo:

A) Estilo nominal: desproporcionada abundancia de adjetivos y sustantivos, en comparación con el número de verbos. Esto se produce debido a dos causas:

– La acumulación de adjetivos en las detalladas enumeraciones y la abundante presencia de adjetivos alrededor del sustantivo sin elemento conector. Ej: *preferente localización industrial agraria*.

Tales combinaciones de adjetivos pueden considerarse agramaticales, ya que es normal la aparición de algún elemento conector cuando hay más de un adjetivo calificativo acompañando al sustantivo.

– La nominalización: empleo de sustantivos o adjetivos derivados de las raíces verbales en sustitución de los verbos en la forma personal correspondiente. Ej: *estar en posesión: poseer*.

B) Anteposición de adjetivos calificativos con una frecuencia mucho mayor que en la lengua común. Ej: *establecer por mutuo acuerdo; Persona de reconocido prestigio...* Este recurso se puede atribuir a dos factores:

– El afán de dar un pretendido valor literario al texto.

– La necesidad de resaltar el adjetivo.

C) Particularidades en el empleo de las formas verbales:

– Mantenimiento del futuro de subjuntivo, que ha desaparecido de la lengua común. En este punto, el lenguaje burocrático–administrativo es deudor del lenguaje jurídico. Ej: *Si no se hubiere conseguido ...*

– Empleo de formas no personales del verbo, principalmente gerundio y participio.

Participio: Su uso es muy corriente, sobre todo en las cláusulas absolutas. *Transcurrido el plazo... ; Aprobada el acta...*

Gerundio: El amplio y diverso uso del gerundio es uno de los rasgos más característicos del lenguaje burocrático–administrativo y del jurídico, lo que refleja el componente arcaizante de ambos.

Ej: *Desconociéndose el paradero de...*

Aparece además un uso incorrecto característico del gerundio, llamado el *Gerundio del BOE*: el gerundio funciona como adjetivo y, generalmente, en sustitución de una oración de relativo. Ej: *Las instancias solicitando formar parte...*

– Uso de formas procedentes del participio de presente latino, rasgo cultista y arcaizante, también atribuible al lenguaje jurídico. Ej: *La empresa solicitante...*

D) Acumulación de praposiciones, , debida a la rigidez de los formularios y al intento de precisión y exactitud. Ej: *Contrato para en lo sucesivo, recurso para ante el tribunal...*

En resumen, la sintaxia del lenguaje burocrático administrativo está definida por tres rasgos fundamentales:

- La acumulación o repetición.
- La rigidez formulativa.
- El arcaísmo cultista.

Rasgos de estilo.

Elementos característicos más sobresalientes:

A) Únicamente en el lenguaje burocrático administrativo se mantienen fórmulas de tratamiento desaparecidas de la lengua común, que van desde el *Muy señor mío* hasta los tratamientos de los altos cargos *Ilustrísimo*, *Excelentísimo...*

A su vez, la persona que dirige una solicitud (p.ej) tiende a impersonalizarse; de ahí el uso de la tercera persona verbal, a lo que se añaden algunas formas arcaicas como *el que suscribe*, *el abajo firmante...*

B) Empleo de fórmulas, que es un rasgo característico de los lenguajes burocrático–administrativo y jurídico. Esta formalización lleva consigo en algunos casos la sujeción a un esquema establecido (como en instancias y oficios); otras veces ha de seguirse rigurosamente un formulario concreto (como en determinadas solicitudes).

En cualquier caso, los textos jurídicos y burocrático–administrativos, suelen responder a un modelo riguroso, enmarcado por fórmulas estereotipadas situadas, principalmente, al comienzo, en el medio y al final del texto.

El ensayo.

Definición.

El ensayo es un medio de creación y transmisión nacido en el marco de las disciplinas humanísticas y que es, a su vez, considerado un género literario.

El ensayo ha venido a sustituir al diálogo doctrinal (Diálogos de Platón...) como vehículo de materias o temas sujetos a discusión u opinión.

El ensayo tiene su origen en los *Essais* de Montaigne, que exponía en ellos sus experiencias y opiniones

personales.

Actualmente se entiende por ensayo: escrito en el que se aborda brevemente un tema de interés general con cierta profundidad, sin agotarlo, incluyendo componentes subjetivos e intencionalidad estética.

El ensayo abarca desde las experiencias y opiniones personales hasta los tratamientos más objetivos, como la Crítica Literaria y Estética, temas políticos, filosóficos... que son los más característicos en la historia del ensayo. También está abierto el ensayo a los temas vinculados con las ciencias humanas, ya que ha terminado por ser un género abierto a todo tipo de contenidos.

Clasificación.

Los ensayos suelen clasificarse en:

- De exposición de ideas: sobre filosofía, política, sociología, economía...
- De crítica: literaria, de arte...
- De creación: en ellos cualquier motivo, generalmente subjetivo o ficticio, es el pretexto para una creación.

Dada la brevedad y provisionalidad del ensayo, éste suele aparecer en la actualidad en revistas no especializadas y en periódicos, en forma de artículo de fondo, opinión o editorial.

El ensayo español se inicia en el sXVIII, destacando el padre Feijoo y Jovellanos. En el s XIX y XX alcanza ya un alto nivel con autores como Clarín, Unamuno, Ortega y Gasset...

Características

La brevedad y carácter abierto del ensayo impiden que se manifieste a través de una estructura fija.

- En su análisis, la primera operación que ha de hacerse es identificar el tema o motivo del ensayo.
- El desarrollo ulterior:
 - Puede ajustarse a un claro y directo proceso argumental, unido a incisos que aporten brillantez y erudición. En este caso, la ordenación de los elementos se puede hacer fácilmente, por ejemplo, en una introducción, un cuerpo central y una conclusión
 - También puede suceder que el motivo elegido apenas es esbozado para dar pie a digresiones o consideraciones. En este caso la ordenación de las secuencias puede ser muy variada

A la hora de hacer un análisis del lenguaje del ensayo, podemos hacer referencia a los siguientes puntos:

- Sintaxis: . Periodos largos con abundancia de nexos subordinados.
- . Frases cortas sin apenas subordinación.
- Léxico: Identificación del código principal y de los subcódigos de que se sirve el autor en la designación del contenido principal. En ocasiones los subcódigos empleados tienen más importancia que el código principal.
- Lenguaje figurado: aparición de tropos e imágenes aisladas y de otros recursos expresivos.

– El ensayo puede adoptar formas expositivas propias del tratado doctrinal, del cuento, del drama, etc... y también reflejar una actitud sarcástica, cínica, satírica... del autor.

El lenguaje periodístico.

En la actualidad, la aparición de los medios de comunicación de masa origina un nuevo tipo de lenguas especiales, en las que no prima el componente temático ni el sociológico. Lo que condiciona este lenguaje específico es el canal.

Detrás de tales medios está un equipo de personas muy diversas y la masa a la que van dirigidos es heterogénea y anónima.

El siguiente estudio está referido al periódico diario.

El periódico.

El periódico constituye una unidad de comunicación, un mensaje lingüístico complejo cuyos elementos tienen un orden y temática fijos.

El periódico se ha convertido en uno de los principales de cambio entre la lengua hablada y la lengua escrita y, además, es uno de los grandes difusores de palabras nuevas, voces extranjeras, etc...

Debido a esto, la influencia que tiene sobre el idioma es valorada diversamente: unos opinan que el lenguaje periodístico es un léxico prefabricado y otros le dan el papel de unificador del idioma en una sociedad y divulgador de los tecnicismos y de la cultura internacional.

De todas formas, es innegable la importancia lingüística del periódico.

Dentro de un periódico cabe distinguir las siguientes secciones:

- PRIMERA PÁGINA: Muestrario de las noticias más importantes.
- INFORMACIÓN NACIONAL: Recoge noticias políticas, económicas y sociales.
- INFORMACIÓN INTERNACIONAL: Noticias de agencia y de los corresponsales sobre política y sucesos del extranjero.
- INFORMACIÓN REGIONAL Y LOCAL: Noticias sobre la región en que se edita el periódico (política de ayuntamientos y diputaciones, sucesos y acontecimientos locales y regionales...).
- INFORMACIONES GENERALES: Noticias de sucesos de todo tipo, principalmente robos, accidentes...
- INFORMACIÓN DEPORTIVA: Que ocupa un buen número de páginas en el periódico.

Todos los periódicos incluyen, además, la famosa TERCERA PÁGINA: una o más páginas de opinión, donde se inserta el editorial; informaciones sobre espectáculos y programación de radio, tv, pasatiempos, cartas al director.

En la lectura y redacción del periódico podemos observar sus distintas secciones, y, además, veremos si la redacción da más o menos importancia a las noticias según el lugar en que estén colocadas: la primera página prima sobre las demás; las páginas impares sobre las pares; la parte superior de la página sobre la inferior. También el número de columnas de que consta una noticia puede determinar su importancia o el que la

introduzca más de un titular o una mayor tipografía...

Todo esto nos da una idea de la manipulación que el equipo redactor de un periódico puede hacer de las noticias que en él se publican.

Géneros periodísticos.

La finalidad del periódico es informar. Esta función puede realizarse según distintas modalidades: son los llamados géneros periodísticos, que son los cuatro siguientes:

LA INFORMACIÓN:

El género de la información es la noticia propiamente dicha. Noticia: aquel relato que cuenta de un modo sucinto un hecho actual, digno de ser conocido y divulgado y de gran repercusión humana y social. Una noticia tiene dos partes:

A) La entrada o *lead*: es el breve párrafo inicial que contiene todos los elementos esenciales de la noticia y que suele ir separado y realzado tipográficamente. Para que sea completa, debe ajustarse a la fórmula de las cinco w's (inicial de los términos en inglés): Quién, qué, cuándo, por qué, dónde.

B) El cuerpo de la información: El desarrollo de la noticia. Suele representarse como una pirámide invertida: los sucesivos párrafos del cuerpo de la información van situados en orden de importancia decreciente:

clímax lead

1

2

3

4 *datos progresivamente cuerpo central*

5 *menos importantes*

6

7

EL REPORTAJE.

El reportaje es una información de una cierta extensión y estilo literario personal en que se describen hechos recientes que, al ser más amplio que la noticia, permite un estilo narrativo propio al periodista (sin valoraciones personales) y cuya estructura interna adopta formas más complejas y variadas.

La ENTREVISTA es una modalidad particular del reportaje: es el reportaje con citas. Se inicia con una presentación del personaje y en su desarrollo se alternan las descripciones y narraciones del periodista con las respuestas, las citas, del entrevistado.

LA CRÓNICA.

La crónica es la narración directa de una noticia en la que el cronista añade juicios y opiniones personales, que

han de quedar en segundo plano con respecto a la información.

La crónica exige una continuidad, bien por tratarse del mismo tema, bien por ser realizada periódicamente por el mismo autor. Citaremos como ejemplo de crónica: la crónica deportiva, taurina, judicial, de sucesos...

EL ARTÍCULO O COMENTARIO.

Es la exposición de ideas acerca de hechos que han sido noticia recientemente. Es el artículo periodístico propiamente dicho. El artículo periodístico más característico es el EDITORIAL, al que habría que añadir el comentario político, crítica de cine y arte...

Rasgos del lenguaje periodístico.

- Diversidad temática.
- Presencia de varios códigos o dominios léxicos en función de las diversas secciones.
- En el lenguaje periodístico se fusionan los diferentes códigos.
- Dentro del lenguaje periodístico podemos distinguir subcódigos, que son, principalmente, los siguientes: .
Subcódigo político.
- . Burocrático–administrativo.
- . Científico técnico.
- . Económico–financiero.
- Abundancia de eufemismos.
- Uso de frases estereotipadas.
- Abundancia de siglas (las de partidos políticos, empresas...).
- Extranjerismos y neologismos de distinto tipo.
- Abundancia de cultismos.
- Notable empleo de prefijos y pseudoprefijos cultos.
- Estilo nominal.
- Preferencia por la yuxtaposición sobre la subordinación

Los dominios léxicos del lenguaje periodístico y los principales rasgos lingüísticos se hallan enmarcados por los registros de lengua:

A) Registro de discurso brillante: Para dar fuerza expresiva al mensaje, se recurre al uso de figuras retóricas (atrevidas metáforas que connotan las áreas de la religión, política...). Es a través de las figuras de connotación épico–bélica como se desarrolla sobre todo este discurso expresivo y brillante. (ej: *la batalla parlamentaria*).

Este tipo de discurso brillante ha tenido en la crónica deportiva su mayor desarrollo, convirtiéndose en fuente

inagotable para el resto de los dominios.

B) Empleo del registro coloquial: Está ligado a la crónica ciudadana o local, aunque también es frecuente en la crónica política. Consiste en la presencia de términos de las hablas populares, marginales...

C) Registro áulico: Intento de dar al lenguaje un valor estético o literario teniendo como recurso la retórica inútil, exceso de erudición... lo cual es inadecuado para la función puramente informativa del periódico. Ejemplo: el empleo constante de adjetivos: *estrepitoso fracaso, desbordante entusiasmo, caluroso recibimiento*..

El lenguaje de los titulares.

El titular es parte de la entrada de una información que va compuesta con una tipografía de mayor cuerpo y que la precede.

En el titular pueden distinguirse tres partes:

- Antetítulo: explica los motivos y aporta otros datos.
- Cabeza: es lo más característico del titular, va destacada tipográficamente, es la que cuenta la noticia y ha de constar de una sola oración y no superar las diez palabras.

Podemos distinguir tres funciones de los titulares:

- Distintiva: diferencia la noticia que encabeza el titular de las demás.
- Referencial: indica breve y claramente el contenido de la noticia.
- Expresiva: por la que despierta el interés del lector.

Podemos también distinguir entre:

- Titulares objetivos: En ellos predomina la función referencial: *La ciudad de Managua destruida por un terremoto*.
- Titulares subjetivos: En los que predomina la función expresiva: *¿Elecciones presidenciales?*

Muchos titulares constituyen oraciones completas, ya que son una condensación de la noticia, cuyo análisis es igual al de los textos normales de la lengua. El análisis lingüístico se concentra en los elementos que aporten alguna novedad en cuanto a la configuración lingüística de los elementos. Tenemos, así, los siguientes tipos principales:

- Titulares en los que se desgaja de la oración originaria un elemento nominal, por ejemplo, el sustantivo en función de aditamento o el sujeto léxico de un verbo. Ej: *Arrabal: Siempre he sido anarquista. Vigo: finalizó el conflicto en Ascón*.
- Titulares en que se elimina el núcleo verbal de la oración: Puede suceder por la elipsis de un núcleo verbal de contenido léxico casi nulo (*El Atlético, eliminado*).

O puede suceder también por efecto del estilo nominal: se sustituye el verbo por un sustantivo del mismo contenido léxico. Ej: *Relevo del comandante de Ceuta* (releva).

– Algunos titulares adoptan la forma de un telegrama, con elipsis de elementos fácilmente identificables o gramaticales, como el artículo. En estos casos se suele añadir una ordenación anormal de las unidades que integran el titular: *Legal el castigo corporal de alumnos desobedientes*.

Suele usarse el presente de indicativo en los verbos de los titulares, mientras que la noticia a continuación se relata en pasado. Se prefiere la afirmación a la negación en los titulares.

El lenguaje de la publicidad.

Definición.

La publicidad es la técnica o conjunto de técnicas por medio de las cuales se transmite un mensaje a un público receptor para actuar sobre él con fines comerciales.

El mensaje que supone todo hecho publicitario puede ir expresado por diferentes medios: imagen, sonido musical, además del lenguaje humano, que casi siempre está presente.

La publicidad exige que el mensaje publicitario sea elaborado por un equipo de especialistas (*copy-writers*, directores artísticos, diseñadores...). Esta complejidad se refleja también en las posibilidades de aproximación a este fenómeno (desde la psicología, sociología, técnicas de marketing...)

La lengua que emplea la publicidad no es esencialmente distinta de la lengua en su uso normal. En ella la imagen y el sonido también forman parte de la situación del propio texto lingüístico.

El rasgo fundamental que diferencia la lengua común del lenguaje publicitario es que lo más importante en éste último es la función apelativa, que trata de modificar o dirigir la conducta comercial del receptor. Por esto se ha llegado a decir que el lenguaje publicitario pone en contacto a un productor y un público consumidor.

El lenguaje de la publicidad es uno de los lenguajes sectoriales con mayor desarrollo en nuestra sociedad de consumo, pues invade todos los ámbitos y objetos de nuestra vida. Prácticamente todo está condicionado por la publicidad.

Características.

– LÉXICO:

Las particularidades del léxico y de la lengua están ligadas principalmente a al nombre de la marca y a la expresión de las características del producto. Los rasgos léxicos más característicos son:

– Abundancia de prefijos y pseudoprefijos cultos: *biodegradable*, *extralargo*, *superautomática*...

– Uso de sufijos y pseudosufijos con connotación de extranjerismo: *Scalextric*, *Citromátic*...

– Presencia de extranjerismos, generalmente denominaciones de la marca del producto, que en algunos casos acaban por incorporarse a la lengua común: *rimmel*, *spray*, *nylon*... La publicidad es una de las vías más ágiles para la introducción de extranjerismos.

– Aparición de un peculiar tipo de palabras compuestas (las llamadas *palabras macedonia*), que se obtienen por fusión de dos palabras que mantienen la motivación de su significado originario:

Avecrem: *ave* + *crema* (extracto de carne de pollo); *Credivuelo*: *crédito* + *vuelo* (crédito para viajar en avión).

– Utilización del procedimiento de derivación, dando lugar a creaciones léxicas inusuales: *frio: friorizar; jardín: jardinear; ligero: Ligeresa...*

– Presencia de términos técnicos o con apariencia de tales: *flúor, bioalcohol, colágeno...*

–MORFOSINTAXIS:

– Generalizada ausencia del núcleo verbal de la oración por elipsis o por efecto del estilo nominal. El nombre de la marca suele preceder al texto: *NESCAFÉ (le acompaña) en su mejor momento. BONCALO (le da) 20 razones para cambiar de tabaco.*

– Ausencia del verbo, propiciada por el contorno oracional en las frases exclamativas. *Cubata NEGRITA ¡pura delicia!*

– Modo imperativo en muchas de las oraciones con núcleo verbal implícito, que expresa gramaticalmente la apelación. *Cálzate otro ritmo de vida (kelme).*

– GRAFÍA:

La invasión de productos extranjeros y la presencia de determinadas letras o combinaciones gráficas en su denominación, como: *k, s, ph, sch, ing...* ha hecho que estas grafías se hallen cargadas de una valoración positiva por su connotación de extranjerismo. Por esto en muchas ocasiones también los productos españoles incorporan este tipo de grafías: *Gustamax, Pikolín, Phosquitos...*

– FONÉTICA:

Se advierte en los textos publicitarios una gran incidencia de las figuras retóricas de expresión:

– Rima: *No importa... El remedio, pegamento imedio.*

– Aliteración: *Un Martini invita a vivir.*

– Paronomasia: *Tomata tomatero, tómatelo frito.*

– Onomatopeya: *Tónica Schhh... Vd ya sabe.*