TEXTO

Todo texto funciona dentro de un contexto. Una sola palabra puede ser texto, por tanto, la extensión no es pertinente en la constitución de un texto. En efecto, dos grandes lingüistas del texto, W. Dressler y R. de Beaugrande, establecieron que producir un texto implica el cumplimiento de siete principios:

Dos son de carácter lingüístico (pilares de la textualidad):

 Cohesión

 Coherencia

Dos son de carácter psicolingüístico:

Intencionalidad

Aceptabilidad

Dos son de carácter sociolingüístico:

Situacionalidad

Intertextualidad

Informatividad

El grado de importancia que tienen la cohesión y la coherencia no implica que se obvien los demás principios. Están implicados entre sí. Son propiedades que se requieren mutuamente.

DEFINICIÓN DE LOS PRINCIPIOS

1. Cohesión: principio clave que, de alguna forma, regula la disposición de los componentes de un texto. La cohesión de un texto viene dada por el nivel léxico y el nivel morfosintáctico. Estos se manifiestan en la superficie textual. Las unidades lingüísticas están dispuestas de manera que se relacionan entre sí a través de una serie de mecanismos de concordancia. Toda palabra tiene que estar preparada para contribuir a la cohesión textual. Un texto es una sucesión de unidades lingüísticas ordenadas.

2. Coherencia: continuidad de sentido que deriva de la marcha que el texto produce en su desarrollo. Cuando se trata de significados o sentidos estamos en el campo de la coherencia. Ésta regula que las distintas ideas del texto sean compatibles entre sí, que en su conjunto forme un sentido aceptable. La coherencia afecta a la estructura profunda del texto, que está mediatizada por la semántica y la pragmática.

Cohesión Léxico Superficie textual

Morfosintaxis

Coherencia Semántica Estructura profunda

Pragmática

(El léxico, la morfosintaxis, la semántica y la pragmática son los cuatro niveles lingüísticos de la lengua)

Tanto la coherencia como la cohesión son imprescindibles para la aceptabilidad de un texto. Una sin la otra no tiene razón de ser. Por mucha cohesión que tenga un texto, si carece de coherencia, no es aceptable.

3. Intencionalidad: junto con la aceptabilidad, conforma el grupo de principios textuales psicolingüísticos. Se corresponde con la actitud que adopta el creador del texto para abordar unos objetivos que se ha propuesto al elaborar una unidad cohesiva y coherente. Todo texto es resultado de una intención deliberada. Estos propósitos hacen, en gran medida, que el texto se acepte. Es decir, la no coherencia o mala cohesión puede ser válida si la intencionalidad la justifica.

Pero la intencionalidad tiene un límite. No cualquier texto (sin sentido) puede ser aceptable por la intención del productor textual.

Muchos textos poéticos no tienen sentido o están mal cohesionados, pero este desorden se justifica por la intención del emisor, que no es otra que la de innovar, impactar (crear connotaciones).

Tanto la coherencia como la cohesión son imprescindibles para la aceptabilidad de un texto. Una sin la otra no tiene razón de ser. Por mucha cohesión que tenga un texto, si carece de coherencia, no es aceptable.

3. Intencionalidad: junto con la aceptabilidad, conforma el grupo de principios textuales psicolingüísticos. Se corresponde con la actitud que adopta el creador del texto para abordar unos objetivos que se ha propuesto al elaborar una unidad cohesiva y coherente. Todo texto es resultado de una intención deliberada. Estos propósitos hacen, en gran medida, que el texto se acepte. Es decir, la no coherencia o mala cohesión puede ser válida si la intencionalidad la justifica.

Pero la intencionalidad tiene un límite. No cualquier texto (sin sentido) puede ser aceptable por la intención del productor textual.

Muchos textos poéticos no tienen sentido o están mal cohesionados, pero este desorden se justifica por la intención del emisor, que no es otra que la de innovar, impactar (crear connotaciones).

El receptor es un ente activo que participa en la comunicación hasta el punto de que si no acepta el discurso, éste no tiene ninguna validez. Constituye, en el mundo de la textualidad, un juez que sanciona lo que lee. Mientras sigamos teniendo la idea de que la creación del texto infiere solamente en el productor textual, seguiremos incurriendo en un gravísimo error. El emisor, por tanto, debe pensar continuamente a quién se dirige el texto para que sea válido.