

EJERCICIOS DE APOYO: 12ª QUINCENA

1. Escribe un esquema de los rasgos fundamentales de la descripción desde el punto de vista lingüístico.

2. Analiza, después de subrayarlo y resumirlo, la estructura, el tema, la función predominante y los rasgos comunicativos y lingüísticos, del texto siguiente. Determina, a partir de ellos, si se trata de un texto divulgativo o especializado:

El nacimiento de un mundo nuevo. Inmediatamente después de terminar la Segunda Guerra Mundial, ya nada era como antes. En Europa, Gran Bretaña y Francia habían dejado de ser las grandes potencias de la anterior posguerra. Alemania estaba hundida. En el Pacífico, un Japón arrasado hasta los cimientos, parecía una dependencia ultramarina de Estados Unidos. Este país, que con la guerra había podido demostrar no sólo su poder político, sino también económico, abandonó el aislamiento impuesto por la doctrina Monroe, para convertirse en la gran potencia mundial. Los estadounidenses habían salido del continente americano para descubrir que en el Pacífico eran omnipotentes, pero no solo allí, también en Europa. Su ayuda hizo posible la reconstrucción de los países europeos. En el Este, la Unión Soviética, amparándose en el alto precio que había supuesto su contribución a la victoria aliada – 20 millones de muertos –, exigió y obtuvo una rectificación de fronteras a expensas de Polonia, Alemania, etc. El control que fue imponiendo a los países satélites permitió a Moscú establecer definitivamente lo que los estrategas internacionales acabarían por llamar el "glacis soviético". Pero los aliados de Yalta, amigos hoy y enemigos mañana, no tardarían en enfrentarse con una nueva clase de guerra: la "guerra fría".

(Atlas histórico del siglo XX. Parramón ediciones)

3. Diseña un anuncio publicitario, teniendo en cuenta los aspectos pragmáticos, estructurales y lingüísticos que hemos estudiado. Para que el resultado sea bueno debes pensar previamente sobre estas cuestiones:

- ¿Qué quieres vender?
- ¿A quién se dirige ese anuncio?
- ¿De qué manera vas a presentar las cualidades del producto?
- ¿Qué instintos quieres despertar?
 - De conservación (estabilidad, seguridad, juventud)
 - Gregarios (hacer como todo el mundo o al contrario).
 - Paternal, maternal (amor, piedad, ternura)
 - Sexual (erotismo)
 - Dominación.
 - Diversión.
- ¿En qué tipo de publicaciones va a aparecer ese anuncio? (en una revista comprometida, para ricos, para gente joven...).

EJERCICIOS DE APOYO: 12ª QUINCENA SOLUCIONARIO

1. Escribe un esquema de los rasgos fundamentales de la descripción desde el punto de vista lingüístico.

Formas verbales	- Imperfectivas	- Presente - Pretérito imperfecto en las descripciones insertas en la narración	
Tipos de verbos	- Descripción estática: copulativos		- Descripción dinámica: predicativos
Adjetivación	El adjetivo es fundamental en toda descripción		
Oraciones	- Yuxtaposición	- Subordinación adjetiva	- Coordinación
Figuras retóricas	Enumeración	Metáfora	Comparación

2. Analiza, después de subrayarlo y resumirlo, la estructura, el tema, la función predominante y los rasgos comunicativos y lingüísticos, del texto siguiente. Determina, a partir de ellos, si se trata de un texto divulgativo o especializado:

TEXTO SUBRAYADO

El nacimiento de un mundo nuevo. Inmediatamente después de terminar la Segunda Guerra Mundial, ya nada era como antes. En Europa, Gran Bretaña y Francia habían dejado de ser las grandes potencias de la anterior posguerra. Alemania estaba hundida. En el Pacífico, un Japón arrasado hasta los cimientos, parecía una dependencia ultramarina de Estados Unidos. Este país, que con la guerra había podido demostrar no sólo su poder político, sino también económico, abandonó el aislamiento impuesto por la doctrina Monroe, para convertirse en la gran potencia mundial. Los estadounidenses habían salido del continente americano para descubrir que en el Pacífico eran omnipotentes, pero no solo allí, también en Europa. Su ayuda hizo posible la reconstrucción de los países europeos. En el Este, la Unión Soviética, amparándose en el alto precio que había supuesto su contribución a la victoria aliada – 20 millones de muertos –, exigió y obtuvo una rectificación de fronteras a expensas de Polonia, Alemania, etc. El control que fue imponiendo a los países satélites permitió a Moscú establecer definitivamente lo que los estrategas internacionales acabarían por llamar el "glacis soviético". Pero los aliados de Yalta, amigos hoy y enemigos mañana, no tardarían en enfrentarse con una nueva clase de guerra: la "guerra fría".

(Atlas histórico del siglo XX. Parramón ediciones)

RESUMEN: Al acabar la Segunda Guerra Mundial, el panorama internacional cambia sustancialmente. En Europa, Francia e Inglaterra ya no eran grandes potencias y Alemania estaba hundida. En el Pacífico, Japón estaba arrasado y los Estados Unidos se convierten en la gran potencia mundial. En el Este, Moscú ejerce un fuerte control sobre los países satélites e impone así el "glacis soviético" con el visto bueno inicial de Estados Unidos. Pero ambas potencias se enfrentarán en la "guerra fría".

ESTRUCTURA: analizante y de secuencia.

TEMA: la nueva situación mundial a consecuencia de la Segunda Guerra Mundial.

FUNCIÓN PREDOMINANTE: referencial o informativa. Texto didáctico.

RASGOS COMUNICATIVOS Y LINGÜÍSTICOS:

- **Emisor:** especialista con intención didáctica.
- **Receptor:** general pero interesado en el tema.
- **Características:**
 - **Objetividad:** se centra en el contenido del mensaje:
 - Uso de la tercera persona verbal: *eran, habían dejado de ser, parecía...*
 - Preferencia por la modalidad enunciativa: todas las oraciones lo son.
 - Vocabulario denotativo: las palabras tienen su significado propio.
 - **Orden:** se trata de un texto histórico que explica una situación ocurrida en el espacio y en el tiempo:
 - Adverbios de tiempo: *después, antes*.
 - Las formas verbales predominantes son:
 - Imperfecto de indicativo (para indicar el hecho histórico ya pasado, pero que se recuerda en proceso): *era, estaba parecía...*
 - Pretérito perfecto simple, para señalar las acciones pasadas que tienen incidencia en la situación que se explica: *abandonó, exigió, obtuvo...*
 - Condicionales, para señalar lo que iba a ocurrir en el futuro (que ya se sabe porque el texto es posterior a estos hechos: *acabaría...*
 - Varias de las oraciones empiezan con un complemento circunstancial de lugar (*en...*) que sitúa geográficamente la información, que es más exhaustiva en el caso de los dos países que protagonizan la guerra fría: Estados Unidos y Rusia. El “pero” de la penúltima línea introduce la situación final.
 - **Rigor:** no es excesivo porque no se trata de un texto especializado. De hecho, no hay datos concretos ni matices.
 - **Claridad.** Es evidente que influye el orden señalado anteriormente, así como la objetividad, que no permite consideraciones personales del emisor y además:
 - Predominio de oraciones simples de modalidad enunciativa.
 - Presencia de estructuras explicativas: *un Japón arrasado hasta los cimientos; amparándose en el...*
 - Uso controlado de vocabulario específico de la materia.

Se trata de un texto **divulgativo** por:

- La conexión con referencias a explicaciones realizadas en partes anteriores del texto: conceptos que se deben conocer previamente para saber de qué se habla: *doctrina Monroe, glacis soviético...*
- La presencia de incisos de carácter explicativo para insertar información básica.
- Su carácter sintético, que pasa por encima de matices, de aportación de datos, etc. y, por tanto, de precisión.


3. Diseña un anuncio publicitario, teniendo en cuenta los aspectos pragmáticos, estructurales y lingüísticos que hemos estudiado.

La respuesta es libre. Ofrecemos, a modo de ejemplo, algunas soluciones:

a)




Este anuncio se dirige las madres de familia para que compren una determinada bebida. Entre sus cualidades podemos destacar las siguientes:

- Despierta el instinto maternal (amor, ternura). El mensaje implícito es que tus hijos te querrán más si les compras Coca-cola.
- Eslogan fácil de memorizar: *Siempre contigo*.
- Logotipo reconocible por todos: 
- Juegos cromáticos, pues se percibe que toda la imagen está en blanco y negro para que resalte el rojo, color que identifica a la marca en cuestión. Además, de forma inevitable, el potencial consumidor va a fijar su atención en el eslogan y el logotipo.

b)



Este anuncio pretende promocionar un helado. Entre sus cualidades podemos destacar las siguientes:

- Despierta el instinto sexual entre los varones, pues fijan su atención en el anuncio porque tanto la mirada como el gesto de los labios de Elsa Pataky invitan al erotismo.
- A las mujeres les mueve el deseo de ser como ella, pues existe el pensamiento irracional de que el hecho de consumir el mismo helado les acercará más a esa chica guapa, famosa y con éxito.
- Eslogan fácil de recordar: *ven al placer azul* (color que se identifica con el frescor durante los calurosos días de verano).
- Presencia de extranjerismos: *cheesecake*...
- Logotipo reconocible por todos: 
- Contraste de colores; se resalta el rojo, pues es el color que identifica a la marca del helado en cuestión y, además, en esa zona se facilita el nombre concreto del producto.