

2. Tipos textuales – Text types

Índice de la Unidad 2:

- 2.1. El texto descriptivo - Descriptive texts
 - 2.1.1. Características - Features
 - 2.1.2. Aplicación - Implementation
- 2.2. El texto explicativo - Explanatory texts
 - 2.2.1. Características - Features
 - 2.2.2. Aplicación - Implementation
- 2.3. El texto instructivo - Instructive texts
 - 2.3.1. Características - Features
 - 2.3.2. Aplicación - Implementation
- 2.4. El texto narrativo - Narrative texts
 - 2.4.1. Características - Features
 - 2.4.2. Aplicación - Implementation
- 2.5. El texto argumentativo - Argumentative texts
 - 2.5.1. Características - Features
 - 2.5.2. Aplicación - Implementation
- Conclusión - Conclusion
- Referencias Bibliográficas - References

Objetivos – Objectives



Luego de esta unidad los estudiantes serán capaces de:

- Reconocer diferentes tipos de textos académicos.
- Identificar los principales componentes de cada tipo textual.
- Identificar las formas lingüísticas prototípicas de cada tipo textual.

After this unit students will be able to:

- Recognize different types of academic texts.
- Identify the main components of each text types.
- Identify the main linguistic forms of each text type.

Introducción - Introduction

La presente unidad se propone identificar, caracterizar y reflexionar sobre los principales tipos textuales de la bibliografía académica que el estudiante -y futuro profesional- deberá abordar y comprender a lo largo de su carrera y desempeño laboral.

Tanto la estructura y la organización como las características lingüísticas que diferencian a los *tipos de textos académicos* son vitales para la construcción del significado al leer. La capacidad de identificar tales elementos ayudará al estudiante a situarse en el contexto de la lectura, formular hipótesis de contenidos e inferir significados por contexto. Esto redundará en una mejor comprensión.

Más específicamente, cuando los estudiantes poseen conocimiento sobre los diferentes tipos textuales, el lenguaje es percibido como un conjunto de opciones disponibles para la construcción del significado y no como un mero conjunto de palabras y reglas. Es importante, entonces, que los estudiantes reconozcan la tipología textual al abordar la lectura de cualquiera de los **textos académicos** de las materias de la carrera, ya que esto les facilitará la comprensión y, por ende, la construcción de conocimientos disciplinares.

Además, una vez adquirido el conocimiento sobre la estructura básica de cada tipología textual, el lector contará con los elementos suficientes como para, al encontrarse con textos de características y organización atípicas, enfrentar el desafío de la lectura con la suficiente confianza en sus conocimientos como para explorar las modificaciones presentadas por el autor y comprenderlas, a pesar de las diferencias. Esto prepara al estudiante para el abordaje de una multiplicidad de autores, no solo durante la carrera sino para su desempeño profesional y para la investigación.

Así, la lectura y comprensión de **textos descriptivos, explicativos, instructivos, narrativos y argumentativos** demandarán al estudiante distintos enfoques lectores ya sea desde el punto de vista de las estrategias, de la profundidad del análisis o del vocabulario técnico específico.

Es importante destacar en este punto que, si bien se analizarán y caracterizarán cada una de estas tipologías textuales por separado para una mejor precisión en cuanto a su desarrollo, difícilmente se encuentren en estado puro en cualquier publicación que se aborde.

Por ello, se comenzará por identificar la estructura y organización de cada uno de estos tipos textuales, para luego analizar y reflexionar sobre las características lingüísticas que los diferencian.

Finalmente, se presentarán ejemplos y actividades relacionadas con cada tipología textual a fin de profundizar los conocimientos adquiridos a lo largo de la unidad y afianzar las estrategias lectoras aplicables en cada caso. Esta práctica preparará al estudiante para insertarse con mayor seguridad en la bibliografía obligatoria, complementaria y sugerida de su carrera, factor que facilitará la comprensión y adquisición de sus conocimientos disciplinares.

2.1. El texto descriptivo – Descriptive texts

El **texto descriptivo** se encuentra mucho entre los **textos académicos** de las diferentes disciplinas. La **descripción** es una función constitutiva de los saberes disciplinares, independientemente de la rama del saber a que se haga referencia; la **descripción** será un componente principal de cualquier texto que se aborde.

Pero, ¿qué es una **descripción**? ¿en qué consiste **describir**?, ¿de qué se habla cuando se hace referencia a un **texto descriptivo**? Según lo expuesto por Marimón Llorca la descripción es:

“ [...] el hecho de representar lingüísticamente la imagen de un objeto o [...] la representación de personas o cosas mediante el lenguaje [...] La descripción, pues, tiene que estar relacionada con la forma en la que percibimos los objetos en el espacio y con las posibilidades de convertir esa experiencia en expresión lingüística capaz de engendrar en un receptor representaciones mentales espaciales. La descripción es el resultado de un proceso complejo pero al mismo tiempo básico de las capacidades humanas en el que están implicados dos de los procesos cognitivos que nos permiten conocer el mundo: la percepción y el lenguaje.

(Marimón Llorca, 2006: 3)

 **lingüísticamente**

Lingüística: ciencia del lenguaje; perteneciente o relativo al lenguaje (Diccionario de la Real Academia Española). Cuando hablamos de representar lingüísticamente nos referimos a representar con palabras.

Actividad – Activity Nº 1



- Antes de leer el resto de la unidad indicar si los textos que se muestran a continuación son descriptivos.
- ¿Por qué?

Text 1

of this kind of product.

Traditional commerce, rather than electronic commerce, can be a better way to sell items that rely on personal selling skills. For example, sales of commercial real estate involve large amounts of money and a high degree of interpersonal trust. Even if commercial real estate is listed online, it will usually require personal contact to negotiate the deal. Many businesses are using a combination of personal contact enhanced by an online presence to sell items such as high-fashion clothing, antiques, or specialized food items.

A combination of electronic and traditional commerce strategies works best when the

Text 2

combination of electronic and traditional commerce strategies works best when the

In the first wave, Internet technologies were integrated into B2B transactions and internal business processes by using bar codes and scanners to track parts, assemblies, inventories, and production status. These tracking technologies were not well integrated. Also, companies sent transaction information to each other using a patchwork of communication methods, including fax, e-mail, and EDI. In the second wave, Radio Frequency Identification (RFID) devices and smart cards are being combined with biometric technologies, such as fingerprint readers and retina scanners, to control more items and people in a wider variety of situations. These technologies are increasingly integrated with each other and with communication systems that allow companies to communicate with each other and share transaction, inventory level, and customer demand information effectively. You will learn more about how these technologies are integrated with B2B electronic commerce in Chapter 5.

Electronic mail (or e-mail) was used in the first wave as a tool for relatively unstructured

Text 3

retention issues in Chapter 12.

Another problem facing firms that want to do business on the Internet is the difficulty of integrating existing databases and transaction-processing software designed for traditional commerce into the software that enables electronic commerce. Although a number of companies offer software design and consulting services that promise to tie existing systems into new online business systems, these services can be expensive. You will learn more about how companies deal with these software issues in Chapter 9.

Estas tres imágenes muestran párrafos de un libro académico sobre comercio electrónico. Fuente: Schneider, G. (2010), "Electronic Commerce", en *Course Technology Cengage Learning*, Boston.

Lo expuesto en un primer momento lleva a considerar al acto de **describir** como poner en palabras lo que se percibe, casi exclusivamente, por el sentido de la vista. Pero, a dicha concepción de la *descripción* se deben agregar otras consideraciones que harán posible identificar, con más precisión, esta tipología textual de otras que difieren ampliamente. Es así como Álvarez expresa:

“ Los textos descriptivos representan algún segmento concreto de la realidad (cosas, personas, lugares, etcétera) tratando de reflejar su apariencia externa, su composición, sus cualidades y su situación respecto a la realidad circundante. Sus características (contenido concreto y acumulación) proceden del tipo de objeto sobre el que se aplica: entidades estáticas (una habitación) o consideradas en su identidad ya configurada (personas o sociedades) [...] La unidad del tipo descriptivo procede de la unidad de las entidades que se proponen como objeto de la descripción: una habitación, una persona, etcétera. El texto descriptivo, en suma, consiste en exponer las formas, partes y cualidades de dichas entidades con mayor o menor detalle según la intención y agudeza del emisor, sin ningún orden predeterminado y sin ningún cierre previsible. No existen para las descripciones más límites que los que impongan su objeto y la voluntad del hablante de profundizar en él y no hay otro procedimiento textual que el de la acumulación de datos concretos.

(Álvarez, 2005: 65)

En este punto es necesario agregar que lo que se diga del objeto de la **descripción** tendrá que ver no solo con lo percibido a través del sentido de la vista, sino también, del conocimiento general del objeto **descripto**, es decir, sus características constitutivas, lo que hace que la entidad sea lo que es y no otra cosa.

Por otro lado, es importante destacar que la cantidad, profundidad y precisión de la información que se obtenga sobre el objeto o entidad **descriptos** tendrá que ver, no solo con lo que dicho objeto o entidad detentan por sí mismos, sino además, con la intención que se tenga al **describirlos**.

2.1.1. Características - Features

Una cuestión importante a tener en cuenta al abordar un **texto descriptivo** es lo que Álvarez sostiene respecto a las características de presentación de la **descripción**:



Entre las partes sucesivas de un texto descriptivo no se establecen relaciones de temporalidad o causalidad, pues el objeto es considerado globalmente y en un momento temporal dado que queda congelado. La necesaria linealidad del texto no se corresponde con una realidad desplegada temporalmente. El texto descriptivo capta una instantánea global de cierto segmento de la realidad. Pero el instrumento del que se sirve para comunicarla, el lenguaje, le obliga a descomponerla, a presentarla parte a parte, rasgo a rasgo, sin que, sin embargo, exista un orden predeterminado: la realidad focalizada es una totalidad que, salvo que su propia configuración lo exija (entidades que tienen un principio y un fin claros), puede ser descrita empezando por donde uno quiera [...] se percibe en los textos descriptivos el uso abundante de adjetivos calificativos que pueden solo clasificar pero muchas veces suponen también valoración o interpretación [...].

(Álvarez, 2005: 65-66)

Así como Álvarez expresa que no es necesario un ordenamiento secuencial en la **descripción** dado el carácter global de la misma; autores como Montolío y otros (2000) sostienen que, en cuanto a la estructura y organización de la información, algunos **textos académicos descriptivos** presentan un primer párrafo con la definición del tema de estudio. Mientras que los párrafos subsiguientes se dedican a establecer las distintas partes que lo componen así como sus propiedades, cualidades y morfología.

Además, Montolío y otros (2000) agregan que la estructura del **texto descriptivo** puede presentar diversos grados de complejidad. Por ejemplo, puede ser una **descripción** muy elaborada que sigue un orden relacionado con coordenadas espaciales, es decir, el tema central va dividiéndose en partes reflejando la estructura de una **descripción ramificada**. El todo se descompone en unidades individuales y cada una recibe una nueva **descripción**. El recorrido **descriptivo** resulta ordenado desde lo externo a lo interno, de lo global a lo particular guiando la interpretación del lector.

Leer con atención – Pay attention!



En cuanto al estilo, Montolío y otros (2000) observan que el **texto académico** en sus **descripciones** utiliza un léxico característico donde abundan los **sustantivos** de significado muy específico o **vocabulario técnico**. En cuanto a los **verbos**, se usa el **presente simple** para expresar aseveraciones de carácter general. Asimismo, la **enumeración** de los componentes del **objeto descripto**, colocados uno a continuación de otro sin **conectores** de carácter causal, consecutivo o condicional es otra característica de los **textos descriptivos académicos**.

En relación con la estrategia discursiva de la **definición**, Montolío y otros la señalan como una operación básica en la **descripción académica**. En ese sentido, sostienen que:



[...] consiste en predicar determinadas características de un objeto, un proceso o un fenómeno en general, con el objetivo de determinar a qué clase pertenece y cuáles son sus atributos distintivos, idiosincrásicos, que lo convierten en un objeto singular. La definición es tan común en las disciplinas científicas en las que se investiga en torno a las características, propiedades y configuración del mundo físico [...] como en las disciplinas de humanidades, que investigan en torno a las características, propiedades y configuración del mundo social, cultural, o psicológico [...].

(Montolío, 2000: 44)

Para estos autores otra estrategia presente en los **textos descriptivos** complejos es la **analogía** o **comparación**. Consiste en comparar lo que se intenta describir o explicar con otro objeto o concepto más sencillo, más familiar y conocido para el lector. Es decir, la **analogía** puede ser una estrategia muy útil para transmitir conocimientos, ya que -si es adecuada- puede hacer sencillo lo incomprensible.

Para ahondar un poco más en el **texto descriptivo**, se hará hincapié en lo aportado por el Diccionario de Términos Clave ELE del Centro Virtual Cervantes, para el que:



Un texto descriptivo tiene como principal objetivo informar acerca de cómo es, ha sido o será una persona, objeto o fenómeno (descripción objetiva), presentados a veces desde impresiones o evaluaciones personales (descripción subjetiva). Suele definirse como una pintura hecha con palabras.

En la lingüística del texto, es analizada como secuencia dominante en determinados discursos, esto es, uno de los modos fundamentales de organización y de coherencia de los enunciados. El criterio habitual seguido para distinguir tipos de descripción es el referente descrito, que define las siguientes formas:

1. la cronografía: descripción del tiempo;
2. la topografía: descripción de lugares y paisajes;
3. la prosopografía: descripción del aspecto exterior de un personaje;
4. la etopeya: descripción de la moral de un personaje;
5. la prosopopeya: descripción de un ser imaginario alegórico;
6. el retrato: descripción a la vez física y moral de un personaje;
7. el cuadro o hipotiposis: descripción "viva y animada" de acciones, de pasiones, de hechos físicos o morales.

(Diccionario [ELE](#))

Como corolario de la caracterización del **texto descriptivo** se puede sostener, como lo expresa Calsamiglia Blancafort (2007) que, con la **descripción** se representa "lingüísticamente el mundo real o imaginado: en el ámbito humano -personal y social- y sus esferas de actividad; en el ámbito creado por los humanos: construcciones, aparatos y artefactos; y en el ámbito natural: rocas y montañas, animales, plantas y paisajes". Con la **descripción**, sostiene la autora, se expresa la forma en la que se percibe el mundo a través de los sentidos -vista, oído, olfato, tacto y gusto- y a través de las actividades mentales de recuerdo, asociación, imaginación e interpretación.

Según esta autora, la **descripción** puede aplicarse tanto a estados como a procesos y se realiza según determinadas perspectivas o puntos de vista, recayendo en un amplio abanico de posibilidades que va desde el extremo más objetivo al más subjetivo.

Leer con atención – Pay attention!



Toda **descripción** responde a preguntas como: ¿qué es?, ¿cómo es?, ¿qué partes tiene?, ¿para qué sirve?, ¿qué hace?, ¿cómo se comporta? o ¿a qué se parece?

Finalmente, Calsamiglia Blancafort (2007) reseña el proceso de composición de una **descripción** con el ejemplo de la propuesta de Adam (1992):



Propone considerar tres procedimientos ordenados: el primero es el del anclaje descriptivo, con el establecimiento del objeto como un todo, el tema. El segundo procedimiento es el de la aspectualización, a través del cual se distinguen las cualidades, las propiedades y las partes del objeto de la descripción. El tercer procedimiento consiste en la puesta en relación con el mundo exterior, tanto en lo que se refiere al espacio y al tiempo como a las múltiples asociaciones que se pueden activar con otros mundos y otros objetos análogos (comparación, metonimia, metáfora).

(Calsamiglia Blancafort, 2007)

Todo lo anterior se articula, según Calsamiglia Blancafort (2007) con los elementos lingüísticos discursivos más característicos de la **secuencia descriptiva** que son -al igual que se expresara más arriba respecto de Montolío y otros (2009)- los que corresponden al **léxico nominal** (**sustantivos** y **adjetivos**). Para Calsamiglia, la selección de las palabras adecuadas determinará el éxito del **texto descriptivo**. Y agrega además, el uso de **verbos** en presente o imperfecto como presentadores de entidades y sus características y la **enumeración**, como recurso frecuentemente utilizado en la **secuencia descriptiva** que, usualmente se desplegará de lo general a lo particular, del todo a las partes.

Para reflexionar - Have you thought about...?



Cabe destacar en este punto que, según Calsamiglia Blancafort (2007), "la descripción tiene una función relevante en el ámbito de las disciplinas científicas que se proponen dar cuenta de forma organizada y exhaustiva de las características del mundo natural y social." Por ello, "las condiciones que impone la perspectiva científica en la descripción son la neutralidad y la objetividad, la completitud, la ordenación".

2.1.2. Aplicación - Implementation

Text of activity 2

Business: A Definition

Business is the organized effort of individuals to produce and sell, for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term *business* refers to all such efforts within a society (as in "American business"). However, a *business* is a particular organization, such as Kraft Foods, Inc., or Cracker Barrel Old Country Stores. To be successful, a business must perform three activities. It must be organized, it must satisfy needs, and it must earn a profit.

The Organized Effort of Individuals

For a business to be organized, it must combine four kinds of resources: material, human, financial, and informational. *Material* resources include the raw materials used in manufacturing processes as well as buildings and machinery. For example, Sara Lee Corporation needs flour, sugar, butter, eggs, and other raw materials to produce the food products it sells worldwide. In addition, this Illinois-based company needs human, financial, and informational resources. *Human* resources are the people who furnish their labor to the business in return for wages. The *financial* resource is the money required to pay employees, purchase materials, and generally keep the business operating. *Information* is the resource that tells the managers of the business how effectively the other three resources are being combined and used (see Figure 1.2).

Today, businesses are usually organized as one of three specific types. *Manufacturing businesses* process various materials into tangible goods, such as delivery trucks, towels, or computers. Intel, for example, produces computer chips that, in turn, are sold to companies that manufacture computers. *Service businesses* produce services, such as haircuts, legal advice, or tax preparation. Some firms called *marketing intermediaries* buy products from manufacturers and then resell them. Sony Corporation is a manufacturer that produces stereo equipment, among other things. These products may be sold to a marketing intermediary such as Best Buy, which then resells the manufactured goods to consumers in their retail stores.

Satisfying Needs

The ultimate objective of every firm must be to satisfy the needs of its customers. People generally do not buy goods and services simply to own them; they buy products and services to satisfy particular needs. Some of us may feel that the need for transportation is best satisfied by an air-conditioned BMW with stereo compact-

Esta imagen muestra el proceso de presentación de la descripción a través de las definiciones como primer elemento constitutivo de la descripción. Fuente: Pride, W. y otros (2012), "Business", South-Western Cengage Learning, Mason.

Actividad 2 – Activity N° 2



- Analizar el texto que presenta la imagen anterior.
- Identificar el tema.
- Identificar la/s definición/es presentadas.
- Diagramar la secuencia de la descripción, es decir, identificar los niveles (de general a particular) de presentación de los temas.
- Hacer un listado del vocabulario técnico.

Actividad 3– Activity N° 3



- Analizar el siguiente extracto de un texto académico.
- Identificar el tema.
- Realizar un listado de vocabulario técnico.
- Identificar los elementos mencionados como característicos de los textos descriptivos.

- e. Diagramar la información descriptiva en sus diferentes niveles de concreción.

Text of activity 3

In social science research, a number of terms are used to describe different types of variables. A **variable** is pretty much anything that can be codified and has more than a single value (e.g., income, gender, age, height, attitudes about school, score on a measure of depression). A **constant**, in contrast, has only a single score. For example, if every member of a sample is male, the "gender" category is a constant. Types of variables include **quantitative** (or **continuous**) and **qualitative** (or **categorical**). A quantitative variable is one that is scored in such a way that the numbers, or values, indicate some sort of amount. For example, height is a quantitative (or continuous) variable because higher scores on this variable indicate a greater amount of height. In contrast, qualitative variables are those for which the assigned values do not indicate more or less of a certain quality. If I conduct a study to compare the eating habits of people from Maine, New Mexico, and Wyoming, my "state" variable has three values (e.g., 1 = Maine, 2 = New Mexico, 3 = Wyoming). Notice that a value of 3 on this variable is not *more* than a value of 1 or 2—it is simply *different*. The labels represent qualitative differences in location, not quantitative differences. A commonly used qualitative variable in social science research is the **dichotomous variable**. This is a variable that has two different categories (e.g., male and female).

Most statistics textbooks describe four different scales of measurement for variables: nominal, ordinal, interval, and ratio. A **nominally scaled variable** is one in which the labels that are used to identify the different levels of the variable have no weight, or numeric value. For example, researchers often want to examine whether men and women differ on some variable (e.g., income). To conduct statistics using most computer software, this gender variable would need to be scored using numbers to represent each group. For example, men may be labeled "0" and women may be labeled "1." In this case, a value of 1 does not indicate a higher score than a value of 0. Rather, 0 and 1 are simply names, or labels, that have been assigned to each group.

Parte de un texto académico sobre estadística. Fuente: Urdan, T. (2010), "Statistics in Plain English", Routledge, New York.

2.2. El texto explicativo – Explanatory texts

La segunda **tipología textual** presentada en esta unidad será la del **texto explicativo**. Antes de comenzar es necesario aclarar a qué se denomina "explicación", qué se hace cuando se "explica", o, puesto de otro modo, qué significa "explicar". En el ámbito académico, por ejemplo, los estudiantes de cualquier carrera habitualmente hacen alusión a este término cuando piden la "explicación" de un tema, de una nota o de una actividad a realizar. Por otro lado, los docentes "explican" un nuevo tópico de su materia, la forma en que se arribó a una calificación o cómo llevar adelante algún tipo de ejercitación.

Actividad 3- Activity Nº 3



- Analizar los siguientes tres textos.
- Identificar cuál de ellos es explicativo.
- Explicar por escrito cómo fue resuelta la actividad.

Text 1

By the late 1980s it was evident that the multinational network had become the dominant form by which enterprises of any size conducted their business in world markets; even firms headquartered in late-industrializing countries such as Brazil, Korea, Taiwan and India were beginning to develop multinational networks. And in practically all countries, the trend toward multinationalization seemed strongest in enterprises with advanced technological capabilities.³

Text 2

As international financial markets spread and deepened, money went speeding from one place to another in search of higher returns. With the liberalization of capital flows, these transfers of funds became virtually unregulated. They were creatures of investors and the private sector, and they responded solely to the profit motive. Allen Myerson of the *New York Times* emphasized this point when he asserted that "the world's currency markets . . . are no longer governed by central bankers in Washington and Bonn, but by traders and investors in Tokyo, London and New York."¹¹

Text 3

It has become a commonplace in recent years to speak of the "globalization" of the world economy. Increasingly, we are told, industries of all kinds are losing their national identity as they roam the planet for capital, markets, labor, and technology.¹ With this international expansion, the ability of states to control domestic economic activity has been eroded and sovereignty undermined. A prescient Charles Kindleberger took these de-

Las imágenes de los tres textos anteriores muestran párrafos de un texto sobre economía global. Fuente: Kapstein, E. (1994), "Governing the Global Economy: International Finance and the State", MIT Press, USA.

Ahora bien, para Marimón Llorca (2006), "los hablantes **explican** cuando creen que algo no está lo suficientemente claro o no ha sido comprendido por su interlocutor".

El autor sostiene que en el **acto explicativo** el énfasis está puesto en aclarar ideas o conceptos que ofrecen alguna dificultad o cuando la información aparece "confusa" o "poco clara". Sin embargo, en los casos mencionados en el párrafo anterior sobre los estudiantes y los profesores, la **explicación** parece estar relacionada con la necesidad de adquirir y comunicar conocimiento, independientemente de su claridad.

El ser humano, dice Marimón Llorca (2006), no se conforma con observar transcurrir los acontecimientos en el tiempo, narrarlos y describirlos, sino que además necesita comprenderlos desde el cómo y el porqué se producen, es decir, **explicarlos**. En definitiva, para este autor el "explicar" tiene por objetivo hacer comprender a alguien cómo es, cómo funciona o por qué se produce un hecho o actividad.

Leer con atención – Pay attention!



En otras palabras, se puede resumir lo expresado hasta el momento en la siguiente frase de Calsamiglia Blancafort (1999: 308): "Como actividad discursiva, la explicación consiste en hacer saber, hacer comprender y aclarar, lo cual presupone un conocimiento que, en principio, no se pone en cuestión, sino que se toma como punto de partida".

2.2.1. Características - Features

Además de las establecidas anteriormente, existen otras características salientes de la **explicación** -y sobre todo de su estructura- que ayudarán al estudiante a reconocer partes del texto como **explicaciones** y que le permitirá decidir, si debe ahondar en el análisis de *tal* parte o, por el contrario, no detenerse en la misma. Así, Álvarez Rosa (2012), sostiene que todo **texto explicativo** conforma una estructura tripartita por la que, en primer lugar se presenta un objeto complejo, luego se problematiza mediante la implicancia de un interrogante que busca el porqué o el cómo sobre el objeto presentado y, finalmente, se transforma el objeto en un nuevo elemento u **objeto explicado**.

Álvarez Rosa (2012) cita a varios autores que coinciden en afirmar estas tres fases de la **estructura explicativa**, aunque con denominaciones diferentes y generalizándolas con el nombre de *fases de problematización, resolución y conclusión*.

Por ejemplo, para Montserrat Castelló, el **explicar** tiene la intención de hacer comprender las causas subyacentes a los hechos, datos o **fenómenos explicados**, dar cuenta de su razón de ser. Para ampliarlo, el autor sostiene que:

“ [...] Cuando se explica, el orador puede recurrir a definir, reformular, establecer analogías, citar, dar ejemplos, para hacer accesible y autorizada su visión de los hechos. [...] La necesidad de poner de relieve el encadenamiento de los hechos que se explican y las relaciones que entre ellos se establecen conduce, además, en la explicación, a la introducción de conectores lógicos entre las ideas (causa/consecuencia, finalidad... o que aportan coherencia y cohesión al discurso (así pues..., por lo tanto..., por consiguiente..., de ello se deduce que..., recapitulando...).

(Montserrat Castelló, 2007)

Y agrega que hay conectores de enfatización y de expansión que, por un lado **destacan la información más relevante** y por el otro, **ejemplifican o agregan detalles**. En definitiva, los marcadores de importancia, combinados con preguntas retóricas y con repeticiones, proporcionan elementos extras para que el lector atienda, procese y comprenda mejor el tema que se desea **explicar**.

Dentro de lo que denomina como "estrategias expansivas", Montserrat Castelló (2007), destaca aquellas por las cuales se aclara, se ejemplifica un concepto o se proporciona información adicional sobre un hecho o idea. Entre ellas menciona la definición, la **sinonimia** y **antonimia**, los ejemplos y la paráfrasis con las cuales el autor expande la información y proporciona elementos adicionales para hacerse comprender. Además, a través de la comparación y la metáfora se establecen conocimientos compartidos que facilitan la comprensión del discurso.

sinonimia y antonimia

Sinonimia: circunstancia de ser sinónimos dos o más vocablos. Figura que consiste en usar intencionadamente voces sinónimas o de significación semejante, para amplificar o reforzar la expresión de un concepto.

Antonimia: cualidad de antónimo. **Antónimo:** se dice de las palabras que expresan ideas opuestas o contrarias ([RAE](#))

Leer con atención – Pay attention!



Se pueden sintetizar las características del texto explicativo de la forma en que lo expresa el diccionario ELE:



Un texto explicativo se define por su intención de hacer comprender a su destinatario un fenómeno o un acontecimiento. La explicación se organiza en torno a una estructura de problema-solución: se parte de un problema de conocimiento al que se trata de dar respuesta con la aportación de información que ofrezca las claves del problema. Por lo tanto, el texto explicativo es aquel que satisface una necesidad cognitiva, resuelve una duda y desencadena procesos de comprensión de la realidad.

(Diccionario [ELE](#))

2.2.2. Aplicación - Implementation

Actividad 4 – Activity N° 4



- a. Identificar en el texto siguiente el tema y su explicación.
- b. ¿Se da la definición? ¿Por qué?
- c. Escribir un texto en castellano que atienda a la interpretación general y no a una traducción literal. Es decir, establezca el tema y provea una explicación simple sobre el mismo con base en la información provista por el texto.

Text of activity 4

WHEN two men cooperate to roll a stone that neither could have moved alone, the rudiments of administration have appeared. This simple act has the two basic characteristics of what has come to be called administration. There is a *purpose*—moving the stone—and there is *cooperative action*—several persons using combined strength to accomplish something that could not have been done without such a combination. In its broadest sense, *administration* can be defined as the activities of groups cooperating to accomplish common goals.

La imagen muestra la explicación para llegar a la definición de un tema. Fuente: Simon, H. y otros (1991), *Public Administration*, Transaction Publishers, New Jersey.

Actividad 5– Activity N° 5



- a. Analizar el texto que se presenta a continuación.
- b. Identificar el tema, los elementos explicados
- c. Determinar la forma en que se explican, es decir, a través de su definición, comparación, ejemplificación y otros mecanismos.
- d. Realizar un listado del vocabulario técnico.
- e. Redactar un informe en castellano sobre la información provista por el texto.

Text of activity 5

Populations and Samples, Statistics and Parameters

A **population** is an individual or group that represents *all* the members of a certain group or category of interest. A **sample** is a subset drawn from the larger population (see Figure 1.1). For example, suppose that I wanted to know the average income of the current full-time, tenured faculty at Harvard. There are two ways that I could find this average. First, I could get a list of every full-time, tenured faculty member at Harvard and find out the annual income of each member on this list. Because this list contains every member of the group that I am interested in, it can be considered a population. If I were to collect these data and calculate the mean, I would have generated a **parameter**, because a parameter is a value generated from, or applied to, a population. Another way to generate the mean income of the tenured faculty at Harvard would be to randomly select a subset of faculty names from my list and calculate the average income of this subset. The subset is known as a **sample** (in this case it is a **random sample**), and the mean that I generate from this sample is a type of **statistic**. Statistics are values derived from sample data, whereas parameters are values that are either derived from or applied to population data.

It is important to keep a couple of things in mind about samples and populations. First, a population does not need to be large to count as a population. For example, if I wanted to know the average height of the students in my statistics class this term, then all of the members of the class (collectively) would comprise the population. If my class only has five students in it, then my population only has five cases. Second, populations (and samples) do not have to include people. For example, suppose I want to know the average age of the dogs that visited a veterinary clinic in the last year. The population in this study is made up of dogs, not people. Similarly, I may want to know the total amount of carbon monoxide produced by Ford vehicles that were assembled in the United States during 2005. In this example, my population is cars, but not all cars—it is limited to Ford cars, and only those actually assembled in a single country during a single calendar year.

La imagen trata de un texto que explica la diferencia entre ciertos elementos y cómo se utilizan en estadística. Fuente: Urdan, T. (2010), *Statistics in Plain English*, Routledge, New York.

2.3. El texto instructivo – Instructive texts

A diferencia del texto descriptivo y explicativo, el **texto instructivo** se caracteriza por proveer la forma de realizar las cosas o los pasos a seguir para lograr un determinado propósito, un objetivo concreto.

El **texto instructivo** es preciso y conciso. Usualmente, combina el **modo imperativo** con otras formas verbales como el condicional y el **futuro**. En muchas ocasiones se suele enfatizar la orden o la directiva, y, en otras instancias, se puede moderar, objetivar o suavizar el tono directivo de las **instrucciones**. Para ello se utilizan **adverbios** de modo.

El **texto instructivo** puede, de este modo, asumir diferentes funciones como ordenar, aconsejar, advertir, sugerir, o, simplemente, establecer una consigna o tarea. Estas funciones dependerán del contexto de situación en el que aparezca, debiendo el destinatario decodificar el mensaje y entender su función a partir de la comprensión de ese contexto. Por ello, es necesario que el destinatario esté familiarizado con el entorno situacional para poder entender el texto.

Finalmente, el **texto instructivo** se presenta de una forma particular, graficado mediante tabulación especial, viñetas o numeración ascendente que marcan, claramente, cada uno de los pasos a seguir, su orden o los bloques que lo componen.

Actividad 7– Activity N° 7



- a. Identificar cuál de los siguientes tres textos es directivo o instructivo.
- b. Justificar la respuesta según sus conocimientos previos o experiencia.
- c. Identificar y justificar la función del lenguaje que cumple.
- d. Al finalizar la lectura de este apartado, autocorregir la actividad.

Text 1

- **Make sure that you are not showing favoritism to males or females, by, for instance, granting time off more readily or allowing certain employees to come in late or leave early.**
- **Show the same amount of respect and listen actively to both genders.**
- **Know your company's policy on sexual harassment and take seriously any charge of misconduct.**

La imagen muestra un sector del texto con viñetas. Fuente: Walker, J. y otros (2010), "Supervision in the Hospitality Industry: Leading Human Resources", John Wiley & Sons Inc., New Jersey.

Text 2

In this chapter we examine the role of the human resources director and the HR department and leadership in work situations. It will help you to:

- **Realize the importance of leading human resources.**
- **Explain the concept of leadership.**
- **Describe the characteristics of leadership.**
- **Compare and contrast the concepts of formal authority and real authority.**
- **Compare and contrast Theory X and Theory Y management styles.**
- **Describe and give examples of leadership styles—autocratic, bureaucratic, democratic, and laissez-faire, situational, transactional, transformational.**
- **Outline leadership practices.**
- **Develop your own leadership style.**

La imagen muestra un párrafo que introduce un sector de texto con viñetas. Fuente: Walker, J. y otros (2010), "Supervision in the Hospitality Industry: Leading Human Resources", John Wiley & Sons Inc., New Jersey.

Text 3

1. Consider the following production transformation curve: $x + y^2 = 25$; $x > 0, y \geq 0$.
- Determine the output of y if $x = 0, 9, 16, 21$, and 25 .
 - Plot the production transformation curve.
 - Determine the output of y as a function of x .
 - What is the marginal rate of transformation when $x = 9$?
 - Determine the marginal rate of transformation as a function of x .
- Note: You should treat x as a continuous variable, like milk, so you can solve this problem with the calculus; do not restrict your answers to integer values.

La imagen muestra un sector de un texto de cálculo en economía. Fuente: Novell, M. (2004), *Economics with calculus*, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., London.

2.3.1. Características - Features

Por un lado, Pérez Grajales cita a Adam para definir al **texto instructivo** de la siguiente forma:



El texto directivo o instructivo. Es un tipo específico de texto cuya función esencial es ordenar, orientar la conducta ajena o aconsejar. A menudo el texto instructivo va acompañado de ilustraciones, gráficos. En cuanto a la redacción lo más frecuente es el uso de los verbos en imperativo. Son textos instructivos: las instrucciones de uso de un medicamento o un electrodoméstico, las recetas de cocina, algunos eslóganes publicitarios, las leyes, las instrucciones para ir a un sitio determinado, los itinerarios...

(Pérez Grajales, 2006: 68)

Además de dirigir el comportamiento del lector hacia la consecución de una tarea, el **texto instructivo** se presenta de forma lineal mediante instrucciones ordenadas de forma temporal y las acciones principales seguidas de las secundarias.

Por otro lado, si bien no existe un conocimiento previo sobre la realización de la tarea por parte de quien se **instruye**, es necesario que conozca el contexto de realización y los útiles necesarios para llevarla a cabo.

Desde el punto de vista del discurso -y como se mencionó anteriormente- la **instrucción** se realiza principalmente en modo imperativo y se emplean conectores temporales para ordenar las acciones que llevarán a la consecución de la tarea.

Finalmente, el texto instructivo o directivo utiliza ciertas **marcas gráficas**, como las viñetas, para diferenciar o secuenciar los distintos pasos a seguir e **imágenes** para reforzar o clarificarlos.

Leer con atención – Pay attention!



El **texto instructivo** o **directivo** indica cómo realizar alguna acción, brinda información para desarrollar una actividad específica o alcanzar un objetivo determinado. Contiene un lenguaje preciso y concreto. Las **instrucciones** pueden presentarse en apartados y subapartados, con una distribución espacial diferente, por ejemplo, la sangría, las viñetas, o con la inclusión de elementos icónicos o visuales.

Las **instrucciones** se presentan mediante un orden cronológico establecido, un orden lógico mediante marcadores de causa-efecto; o un orden jerárquico -de mayor a menor importancia. Además, se escriben teniendo en cuenta un destinatario universal y se pueden agregar códigos icónicos. Desde el punto de vista lingüístico, se utiliza el infinitivo, el **modo imperativo** y las formas impersonales.

2.3.2. Aplicación - Implementation

Actividad 8– Activity N° 8



- Analizar el texto que sigue.
- Determinar el tema del mismo realizando una red léxica.
- Determinar la función textual, identificando las palabras que la avalan.
- Escribir en castellano la idea expresada en cada viñeta.

Text of activity 8

Leading Diversity Issues Positively

The following list of tips and suggestions will help you to remember that your staff is made up of individuals, which is important to keep in mind, no matter how diverse your staff.

GENERAL GUIDELINES

- Get to know your employees, what they like about their job, what they do not like, where they are from, what holidays they celebrate. Listen to their opinions. Help to meet their needs.
- Treat your employees equitably but not uniformly. Do not treat everyone the same when, after all, they are all different. Of course, there must be some consistency to what you do, but as long as you apply the same set of goals and values to each situation, you can treat each employee individually and consistently.
- Watch for any signs of harassment, such as employees telling jokes that make fun of a person's cultural background, race, sexual orientation, religion, and so on. Know your company's policies on harassment.
- Foster a work climate of mutual respect.
- Encourage the contributions of diverse employees at meetings, in conversations, and in training. Recognize their valuable contributions. Also, allow differences to be discussed rather than suppressed.

La imagen muestra un segmento de texto instructivo. Fuente: Walker, J. y otros (2010), "Supervision in the Hospitality Industry: Leading Human Resources", John Wiley & Sons Inc, New Jersey.

Actividad 9– Activity N° 9



- Analizar los siguientes dos textos.
- Identificar y anotar similitudes y diferencias respecto al tema, presentación, función, objetivo, elementos lingüísticos-gramaticales. Para ello, realice un cuadro sinóptico donde vuelque la información obtenida.
- Redactar en castellano lo entendido en cada texto.

Text 1

Procedures for Posting a Transaction on the Debit Side of an Account

1. Enter the date of transaction in the date column on the debit side of the concerned account.
2. In the particulars column of the debit side of the account, begin with the word 'to' and write the name of the other account which has been credited in the journal.
3. Indicate the page number of the journal from where the transaction is posted in the folio column. Also write the page number of ledger, on which the transaction is posted in the L.F. column of the journal. The folio column is not used for academic purposes. It is mainly used for business purpose.
4. Record the amount debited in the transaction in the amount column on the debit side of the account.

La imagen muestra el procedimiento para cargar una transacción del lado débito de una cuenta. Fuente: Sofat, R. y otro (2008), "Basic Accounting", Prentice-Hall of India Private Limited, New Delhi.

Text 2

Procedures of Balancing Various Accounts

While balancing an account, the following steps are taken:

1. Take up the totals of both the sides on a rough sheet.
2. Find out the difference between the bigger total and the smaller total on the rough sheet. This difference is called balance.
3. Record the above balance as the last item on the side having smaller total on the last date of the period.
4. If the balance is written on the debit side, write "To balance c/d" in the particulars column and if the balance is to be placed on the credit side, write "By balance c/d" in the particulars column".
5. Write the total to each side in the account. Totals which are similar must be written on both sides of the account on equal levels, i.e. on the same horizontal line on both sides. A single line should be drawn above each grand total and double line below. The balance thus drawn is called the closing balance of the account.
6. Finally, the amount of the closing balance should be brought down as the opening balance at the beginning of the next date. Remember that if the brought down balance is not written after the next day of the closing day, the balancing remains incomplete.
The excess of the debit total over the credit total is called the debit balance and the excess of the credit total over the debit total is called the credit balance. If both sides of an account are equal, then there will be no balance.

La imagen muestra un texto directivo. Fuente: Sofat, R. y otro (2008), "Basic Accounting", Prentice-Hall of India Private Limited, New Delhi.

2.4. El texto narrativo – Narrative texts

Otra **tipología textual** de mucha frecuencia en la bibliografía académica y profesional es la **narración**. Al hacer referencia al **texto narrativo**, surge la idea de la sucesión temporal.

Leer con atención – Pay attention!



La **narración** tiene la característica principal de centrarse en una unidad temática asociada a una sucesión de eventos a través de los cuales tiene lugar una transformación o un proceso de cambio establecido entre la situación inicial y la situación final.

Actividad – Activity Nº 10



Antes de continuar con la lectura de este apartado, con base en el conocimiento previo que dispara el título del mismo y el primer párrafo presentado:

- a. Analizar los siguientes tres textos.
- b. Identificar el tema de cada uno.
- c. Reconocer cuál texto es narrativo.
- d. Justificar la elección.
- e. Escribir en castellano la sucesión de hechos narrados.
- f. Indicar, si es que existiera, una transformación o cambio.

Text 1

Canada was the world's twelfth most popular tourism destination in 2006, with 18.2 million international visitors according to the UNWTO. In receipts, Canada ranked eleventh with \$14.5 billion.

Results from Canada National Tourism Indicators (NTI) show that tourism spending in Canada for 2005 reached \$62.7 billion, a 1.8 percent increase from 2004. Foreign visitors spent an estimated \$17.5 billion in Canada, while domestic travelers spent the remainder, \$45.2 billion. The NTI numbers also show that employment generated by tourism totaled 625,800 full- and part-time jobs in 2005, up 1.6 percent from 2004.

Canadians love to travel; consequently, Canada's international travel account deficit was at \$5.8 billion in 2005. The deficit increased for a fourth consecutive year, the highest since 1993.

La imagen muestra tres párrafos de un libro de texto sobre turismo. Fuente: Goeldner, Ch. (2009), "Tourism: Principles, Practices, Philosophies", John Wiley & Sons Inc., New Jersey

Text 2

The collapse of Roman civilization, which Edward Gibbon attributed to the triumph of barbarism and Christianity, weakened the classical understanding of civil society as a politically organized community. Its disintegration introduced a dualism into Western thought that made it impossible for hundreds of years to theorize politics as the sphere of humanity's highest values. While the Eastern Empire endured with a centralized state backed by the Byzantine Church and centered in Constantinople, the Germanic conquerors made personal and tribal custom the basis of political life in the West. Given the economic and political decentralization of the Dark Ages, no consolidated political organs would develop in the West for some time. The region slowly reorganized itself as a structure of tribally based territorial kingdoms rather than as a reconstituted Universal Empire, which now existed only in memory.

La imagen muestra dos párrafos de un libro de sociología. Fuente: Ehrenberg, J. (1999), "Civil Society: The Critical History of an Idea", New York University Press, London.

Text 3

When pressed about the details of indexing, Jane initially claims to use a book of standard index terms, with a throughput of about 20 images per hour. However, when Mary asks her to explain why she wasn't using a computer-based lookup tool to provide the controlled vocabulary terms, Jane admits to using a government-sponsored web site to access indexing terms. By Mary's estimates, using the electronic vocabulary tool, Jane should be able to index and archive over 60 images per hour instead of the 20 that she claims. Apparently Jane intentionally hid her use of the web at the index stage of archiving to protect her slack time. Whether because of embarrassment or a perceived threat from the new KM project, Jane gives notice the next day. Within two weeks, Jane is off to the Midwest—outside of the 250-mile radius defined in her noncompete agreement with Medical Multimedia Company—to start her own graphics company.

La imagen muestra un párrafo sobre Gestión del Conocimiento (KM). Fuente: Bergeron, B. (2003), "Essentials of Knowledge Management", Wiley, New Jersey.

2.4.1. Características - Features

Con respecto al acto de narrar, Valles Calatrava en su libro *Teoría de la Narrativa: una perspectiva sistemática*, sostiene que:

“ [...] La actividad narrativa, en tanto que hecho puramente relator, es una de las manifestaciones más antiguas y se liga primordialmente a la dimensión de la comunicación lingüística básica. El relato natural, esto es, la narración conversacional, es un fenómeno tan antiguo, tan necesario, tan básico y tan permanente y duradero como la propia comunicación lingüística interpersonal, y por ello se encuentra marcado por sus propias características lingüísticas, comunicativas y socioculturales [...].

(Valles Calatrava, 2008:12)

Por otro lado, el autor menciona una clasificación amplia de los **textos narrativos** en **narrativa natural**, **literaria o artística**, **histórica** e **informativa** y, que la diferencia entre ellas recae, principalmente, en la función referencial, una mayor o menor existencia de dimensión ficcional y mimetismo con respecto a la realidad.

La **narrativa histórica** y la **informativa** son las que aparecen, principalmente, en la bibliografía académica. En relación con el **texto narrativo histórico**, Valles Calatrava sostiene que es la veracidad lo que lo distingue del **narrativo poético**, es decir, se atiene a la verdad de los hechos pasados más o menos remotos. Y, en cuanto al **texto narrativo informativo**, sostiene que se focaliza en la veracidad, la objetividad, la inmediatez, la novedad y el interés general, en definitiva, es un relato de y sobre hechos actuales, noticiables, interesantes y novedosos.

Valles Calatrava afirma que:

“ [...] la narrativa informativa posee también determinados códigos específicos (lingüísticos, icónicos y gráficos/infográficos), determinadas técnicas compositivas y organizaciones formales (columnas y módulos, espacios o páginas, secciones, titulares/*leads*/cuerpos, etc.), determinadas pautas profesionales de escritura y estilo (objetividad y veracidad informativa, construcción de la noticia [...]).

(Valles Calatrava, 2008: 21)

Valles Calatrava (2008) enumera los componentes fácilmente diferenciables en toda **narración**. Por un lado, cita los acontecimientos, los personajes, el espacio y el tiempo. Y, por el otro, los factores operativos como el autor, el lector, la representación y la narrativa. Los componentes abordados a continuación son los que resultan más relevantes en el **texto narrativo** perteneciente a la bibliografía académica para este curso.

Los **acontecimientos**, según Valles Calatrava (2008), son los elementos atómicos, **sucesos**, **actos** o **nudos narrativos** que integran la acción, que son experimentados por los participantes y que se ordenan causal y cronológicamente. Así, la suma de **acontecimientos** o **sucesos** que forman la historia es lo que este autor denomina **acción narrativa**.

Valles Calatrava (2008), por otro lado, sostiene que hay distintas formas de **acción narrativa**. Es decir, no siempre la historia es lineal y única sino que puede estar fragmentada o ser múltiple. Pueden presentarse **acciones** desdobladas, concurrentes, opuestas, dependientes de la trama principal, de igual importancia o subordinadas unas a las otras.

Así, aparece la **secuencia narrativa** como la articulación sintáctica de funciones que corresponden a la lógica de las **acciones narrativas** que, a la vez, forman unidades organizadas en ciclos que el lector es capaz de reconocer intuitivamente. Es decir, la **secuencia narrativa** como bloques unidos por **conectores lógicos secuenciales** que marcan las fases de **inicio**, **desarrollo** y **cierre** del proceso que puede ser único o puede estar encadenado a otro proceso conformando, de este modo, un entramado complejo.

En lo que respecta a los **personajes**, Valles Calatrava (2008) distingue entre la caracterización **del ser** y **del actuar** del **personaje**. Así, los **signos del ser** del personaje son, generalmente, estáticos y se expresan mediante sustantivos y adjetivos que caracterizan o identifican de forma permanente o circunstancial al **personaje** desde el punto de vista

físico, psicológico, social o cultural. Por otro lado, los **signos de acción** del personaje están marcados con **verbos** que van cambiando con el transcurrir de la narración y los **signos de relación** del personaje con el resto de la narración.

El autor también se refiere a que los **sucesos** y **seres** de una **narración** se presentan en una **localización espacial** y configuran el **espacio** como un enmarcamiento o coordenada donde aparecen los **personajes** y suceden los **hechos**. Los indicadores discursivos sobre esos lugares se reflejan a través de determinados signos lingüísticos y gramaticales como los **sustantivos** de lugar, topónimos (nombres propios de lugares), **verbos** de situación, **adverbios** de lugar, conjunciones y **preposiciones** que sitúan, tanto a los **personajes** como a los **hechos**. En cuanto al **tiempo**, Valles Calatrava (2008) sostiene que existen diferentes **tipos** de **tiempo** en la **narración**. Así, nombra al **tiempo físico** o experiencial como el resultado de la comprensión humana de las leyes de la naturaleza, el **tiempo crónico** o **convencional**, generado por las divisiones a que se somete el **tiempo físico** para ser utilizado por el hombre -como son el calendario y el reloj. El **tiempo psicológico**, marcado por las formas personales de captar y organizar el **tiempo físico**. El **tiempo lingüístico**, de naturaleza intersubjetiva y comunicativa, instaurado a partir del presente del sujeto enunciativo, es decir: el que narra utiliza el tiempo verbal a partir de "su" presente en el momento de la narración.

Leer con atención – Pay attention!



Tener en cuenta las referencias temporales de la narración en el texto académico es vital para la correcta comprensión de los sucesos narrados. Por ejemplo, el análisis de sucesos económicos, turísticos o comerciales realizado simultáneamente al hecho y narrado años o décadas más tarde puede diferir sustancialmente, dado el tiempo transcurrido y la posibilidad de un análisis desde una óptica más distante.

2.4.2. Aplicación - Implementation

Actividad 11 – Activity Nº 11



- Analizar el siguiente texto.
- Identificar el tema.
- Comparar con el texto anterior: indicar similitudes y diferencias.
- Identificar la secuencia narrativa y los conectores lógicos.
- Escribir en castellano la sucesión de hechos narrados (marcar el inicio, el desarrollo y el cierre de la secuencia narrativa).
- Indicar, si es que existiera, diferencias en los tiempos de la narración, una transformación o cambio.

Text of activity 11

Business Profile

STARBUCKS

Neighborhood Locations Serving Coffee for the World



Image copyright: Register.com, 2008. Used under license from Shutterstock.com

Coffee for the world

The Starbucks coffee empire began in Seattle in 1971. It was founded by three partners and later expanded under the leadership of Howard Schultz. The linchpins of the Starbucks business model are its neighborhood locations and its gourmet coffee blends. Typically, Starbucks stores are found on busy pedestrian corners in urban centers. Starbucks' practice of making it

easy for customers to have a gourmet coffee blend, coffee drink, or espresso in the vicinity of their office or neighborhood created a worldwide phenomenon.

The entrepreneurial spirit of Howard Schultz led Starbucks to worldwide prominence. Its identity and marketing message are well received by customers. Starbucks takes pride in its earthy store design concepts, concern for the environment, and strong sense of community. The founder's creative energy was not only exhibited in the décor and marketing messages, but also in the various types of coffees and espresso drinks available. The combination of personalized flavor combinations and gourmet coffee beans from around the world helped create an international brand identity second to none.

As of February 2007, Starbucks had 7,521 company-operated outlets worldwide: 6,010 of them in the United States and 1,511 in other countries and U.S. territories. In addition, the company had 5,647 joint-venture and licensed outlets, 3,391 of them in the United States and 2,256 in other countries and U.S. territories. This brought the total number of locations (as of February 2007) to 13,168 worldwide. Starbucks kiosks can be found in many popular grocery chains in the United States and Canada, as well as in many airports. In some cities, such as Los Angeles, there are actually two Starbucks stores located across the street from each other. In 2008, Starbucks announced the closure of over 50 stores worldwide as a result of the slowing US economy.

Source: <http://www.starbucks.com>

La imagen muestra un recurso provisto por un libro de industria de la hospitalidad. Fuente: Chon, K. (2010), *Welcome to Hospitality: an introduction*, Delmar Cengage Learning, New York.

Actividad 12– Activity Nº 12



- Analizar el siguiente texto.
- Identificar el tema.
- Comparar con el texto de la actividad 16 (indicar similitudes y diferencias).
- Identificar la secuencia narrativa y los conectores lógicos.
- Escribir en castellano la sucesión de hechos narrados (marcar el inicio, el desarrollo y el cierre de la secuencia narrativa).

- f. Indicar, si es que existiera, diferencias en los tiempos de la narración, una transformación o cambio.

Text of activity 12

2. “Three Golden Projects” carried out by governments in 1993— 1997 establish, the foundation of e-commerce

The National Economy Informationization Joint Conference and its office coming into being in 1993 with the vice premier of the State Council as president, carried out “Three Golden”(Golden Customs, Golden Card, and Golden Bridge) project and made great progress. “Beijing E-commerce International Forum” hosted by People’s Bank of China, Ministry of Electronics and Global Information Infrastructure Committee (GIIC) in Beijing in May. 1994 attracted up to 700 participators from the United States, Great Britain, France, Germany, Japan, Australia, Egypt, and Canada etc. The “Asian and Pacific E-commerce Seminar” in Beijing in Sep., 1994 brought about the spread of e-concept in China. In 1995, China Internet became commercialized and network companies began to rise.

State Council National Informationization Team was set up in Jan. 1996 with the vice president as the group leader and more than 20 ministries as its members

to lead the construction of information. And it is in 1996 that China got Internet connected.

National Information Office organized some departments involved to draft and draw up the program of China informationization. National informationization working conference was held in Shenzhen in Apr., 1997 and soon after informationization executives of different provinces, cities and areas began to come into being and carried out informationization construction programs, including construction of e-commerce. Advertising companies began to make advertisement on line. China Goods Ordering System (CGOS) has been put into practice since Apr., 1997.

3. E-commerce based on Internet since 1998

The first Internet transaction in China succeeded in Mar., 1998. China Commodity Trading Market was declared to come into being in Jul., 1998, which was called “Never Closed China Export Commodities Fair (Guangzhou Fair)”. China

La imagen muestra una parte de un texto sobre comercio electrónico. Fuente: Qin, Z. (2009), *Introduction to E-commerce*, Tsinghua University Press, Beijing.

2.5. El texto argumentativo – Argumentative texts

La última tipología textual que se desarrollará en esta unidad es la **argumentación**. Al hacer referencia al **texto argumentativo** surgen preguntas como ¿qué es argumentar?, ¿en qué casos es necesaria la **argumentación** en la bibliografía académica?, ¿cuáles son las características principales de un **texto argumentativo**?

En primer lugar, se debe destacar que la **función argumentativa** del lenguaje es una de las primeras en adquirirse, ya que nace a partir de la necesidad de organizar el lenguaje para *conseguir* algo. Marimón Llorca sostiene que:

“ Argumentar es aportar razones para defender una opinión, un punto de vista. Argumentamos cuando creemos que debemos apoyar o refutar un hecho o asunto [...] Al argumentar pretendemos que el otro cambie de opinión, se convenza, se ponga del lado del punto de vista que defendemos. [...] el productor del texto argumentativo deberá reunir argumentos -pruebas, razones- con los que dar credibilidad a su discurso y presentarlos coherentemente de manera que conformen un conjunto semántico y lingüístico capaz de modificar las convicciones de quien escucha [...].

(Marimón Llorca, 2006: 3)

Actividad 13– Activity Nº 13



- Identificar el tema de cada uno de los siguientes textos.
- Identificar cuál texto es argumentativo.
- Justificar la elección con sus conocimientos y experiencias previas.

Text 1

What is hospitality? Ask this of fifty people and you are likely to receive fifty different answers. “Receiving guests in a generous and cordial manner.” “Creating a pleasant or sustaining environment.” “Satisfying a guest’s needs.” “Anticipating a guest’s desires.” “Generating a friendly and safe atmosphere.” Each speaker has an intuitive (and correct) expectation of what hospitality is and isn’t.

La imagen muestra un recurso provisto por un libro de industria de la hospitalidad. Fuente: Chon, K. (2010), *Welcome to Hospitality: an introduction*, Delmar Cengage Learning, New Cork.

Text 2

The political situation of the GDR changed in the first quarter of 1990 dramatically from a scene dominated by the SED/PDS (Party of Democratic Socialism) and other 'revolutionary' movements, to a political landscape like that in the Federal Republic.

With the first free elections in March 1990 the CDU (Christlich Demokratische Union) and the SPD (Sozialdemokratische Partei Deutschlands) became the main parties in the GDR, too. The PDS, the successor of the SED, got only 16 per cent, the revolutionary parties, successors of the revolutionary movements, only 5 per cent of the vote.⁵⁹ These political decisions of the GDR population were confirmed by the elections to the five provincial parliaments in the East in October. The first all-German election was held in December 1990, when the PDS, the remaining 'Eastern party', got only 11 per cent of the votes in the former GDR and 0.3 per cent in the old Federal Republic of Germany.⁶⁰ In 1991

La imagen muestra parte de un texto de economía. Fuente: Teichova, A. y otros (editores) (2000), *Economic Change and the National Question in Twentieth-Century Europe*, Cambridge University Press, Cambridge.

Text 3

Historians have traced the development of the hospitality industry through thousands of years and many cultures. Viewing the industry through the lens of history is helpful because it reveals the strong relationship between the shape of hospitality and the needs and expectations of different societies. Because societies will continue to change in what they need and want, the hospitality industry will also continue to change. Future leaders within the industry will need to be focused on the ever-changing workforce and the evolving expectations of the traveling consumer.

La imagen muestra un recurso provisto por un libro de industria de la hospitalidad. Fuente: Chon, K. (2010), *Welcome to Hospitality: an introduction*, Delmar Cengage Learning, New York.

2.5.1. Características - Features

En el contexto académico y profesional, los textos bibliográficos que presentan la **argumentación** como secuencia dominante son los artículos de opinión, los debates, la sentencia o la demanda en los textos jurídicos y el artículo de investigación, como ejemplos.

Algunas de las **técnicas argumentativas** utilizadas en la defensa de una tesis son, entre otras: la ejemplificación, la generalización, las analogías, las concesiones, la mención de las causas o el establecimiento de consecuencias. Los elementos lingüísticos usados para marcar distintas partes de la argumentación son los **conectores contrastivos, causales, consecutivos y distributivos**. Desde la cohesión léxica se aplica la antonimia o la complementariedad.

Marimón Llorca cita a Lo Cascio para referirse a los elementos básicos de la argumentación, de la siguiente manera:



Según Lo Cascio (1998:40-41) un texto argumentativo debe constar de una estructura mínima formada por los siguientes elementos:

- a. Un *tema* para ser discutido.
- b. Un *protagonista* (el sujeto argumentante) y un *antagonista real* o aparente (el que debe ser convencido).
- c. Un *razonamiento* para convencer de la validez de una opinión que estará formado por al menos una *opinión* y uno o más *argumentos*.
- d. *Argumentos* elegidos en función de los interlocutores y, en consecuencia, marcados culturalmente y pertenecientes a áreas de significado específico.
- e. *Fases* intermedias en las que las opiniones cambian o se consolidan.
- f. Una (eventual) conclusión.

Estos componentes están al servicio de la construcción del texto argumentativo.

(Marimón Llorca, 2006: 7)

En definitiva, para convencer al receptor de aquello que el autor del **texto argumentativo** sostiene, la estructura debe concentrarse en sus dos elementos principales, es decir, en la **tesis**, por un lado, y en el **cuerpo argumentativo**, por el otro.

La **tesis** es la idea sobre la que se reflexiona, mientras que en el **cuerpo argumentativo** se vuelcan todos los recursos posibles para convencer al receptor; pueden reflejarse en: argumentos que apoyan a la **tesis**, concesiones o ideas contrarias a la **tesis** que se aceptan provisionalmente, refutaciones en las cuales se rebate parcial o completamente la **tesis** contraria y contraargumentos -que invalidan los argumentos contrarios a la tesis o las concesiones realizadas anteriormente.

Leer con atención – Pay attention!



- En la **introducción** se enmarca el tema y se provee la **tesis** destacándose la importancia y la novedad del tema.
- En la **exposición** se informa de los hechos más salientes relacionados con la idea que se desea defender.
- En la **argumentación** se proveen las pruebas, ejemplos e ideas que avalan la **tesis**.
- Y en la **conclusión** se vuelve a presentar la tesis **verificada**, se resume y se concluye el texto.

Leer con atención – Pay attention!



En resumen, el texto argumentativo tiene por **objetivo principal** defender ideas y opiniones del autor, además de intentar convencer al lector mediante el empleo de pruebas, razonamientos, ejemplos y recursos afectivos. Se estructura mediante una **introducción, exposición, argumentación y conclusión** que se presentan de forma clara y precisa.

2.5.2. Aplicación - Implementation

Actividad 14 – Activity Nº 14



- Leer el texto e identificar el tema.
- ¿Qué se desea argumentar?
- Identificar los elementos discursivos que utiliza para marcar la función argumentativa.

Text of activity 14

Many people **argue** that a liberal-arts education provides an excellent preparation not only for work but also for life. They're quite right. What we've found, however, is that many students just aren't interested in the liberal-arts subject matter. Because they are not interested, they are not eager to learn. On the other hand, these same people become hardworking students in a career-oriented program that interests them, whether that is in the hospitality industry or some other profession. There is no real reason for educational preparation for work to be separate from preparation for life. We spend at least half our waking hours at work. As we will learn shortly, work lies at the heart of a person's life and can lead directly to self-discovery.

Business administration offers one logical route to management preparation. Indeed, many hospitality managers have prepared for their careers in this field. Business administration, however, is principally concerned with the manufacturing and marketing of a physical product in national (and increasingly international) markets. By contrast, the **hospitality industry** is a service industry, and the management of a service institution is vastly different. Food may be the primary product of a restaurant, but most of the "manufacturing" is done right in the same place that offers the service.

La imagen muestra dos párrafos de un texto de industria de la hospitalidad. Fuente: Barrows, C. y otro (2009), *Introduction to the Hospitality Industry*, John Wiley & Sons Inc., New Jersey.

Actividad 15 – Activity Nº 15



- Identificar el tema del siguiente texto.
- Identificar la intención del mismo y de qué forma se relaciona con una argumentación.
- Explicar cómo cree que seguirá o debería seguir el texto.

Text of activity 15

A book on e-commerce should be focused upon content. It should detail what content is necessary for success, what customers want in their content, and how that adds value to them. However, it is our belief that content is so specific to an organization and flows from the composition of that organization's value chain that we can give only general commentary. A rationale for this is that new organizations are less about specific content than they are about structure. The content of the site has to be derived from extensive industry- and organization-specific research and must be centered upon the environment in which the organization has selected to participate, together with the form that the organization wishes to adopt.

La imagen muestra un párrafo con características de texto argumentativo. Fuente: Plant, R. (2000). *Ecommerce: Formulation of strategy*, Prentice Hall PTR, New Jersey.

Conclusión - Conclusion

En esta unidad se han presentado diferentes **tipologías textuales** que se destacan por su alta frecuencia en la bibliografía académica. La **descripción**, la **explicación**, la **instrucción**, la **narración** y la **argumentación** aparecen a menudo en textos universitarios y profesionales, no siempre de forma pura sino en un entramado característico del ámbito semiótico para el que han sido creados.

Como se observa, a través de los **textos** propuestos en cada una de las actividades anteriores, en las ciencias empresariales se puede encontrar bibliografía básica y complementaria, de estudio y de aplicación en el ámbito profesional con las características de cada una de las **tipologías textuales**. Así, se destaca la importancia de que los estudiantes aprendan las características de cada **tipo textual** ya que *tal* conocimiento redundará en una mayor comprensión de la misma.

En relación con la comprensión que emana del conocimiento de la **tipología textual**, Ruíz de Zarobe (2011) explica que cuando los estudiantes no conocen todas las palabras de un texto, se apoyan en el contexto, los aspectos visuales, la tipografía y, por supuesto, en el conocimiento del **tipo del texto** que abordan para lograr una comprensión más acabada.

Sostiene, a su vez, que por más que el lector conozca el significado de todas las palabras de un texto, el desconocimiento de los **patrones retóricos**, del **contexto situacional** y de la **tipología textual** del mismo conducirá hacia una comprensión pobre o hacia una mala interpretación de la información provista en el mismo. El lector, al abordar un texto formula hipótesis con base en **sus conocimientos** sobre el **tema**, el **tipo de texto** y la **situación** y que, posteriormente, intenta verificar esas hipótesis de acuerdo con los datos lingüísticos que el texto le aporta, como el vocabulario, los tiempos verbales y los conectores lógicos.

Además, el autor sostiene que si bien cada texto funciona de forma individual y única, también pertenece a una dimensión universal o género, ya que para ser reconocido como tal, debe presentar características que son comunes a los textos similares entre sí. En otras palabras, las **tipologías textuales** suponen formatos que guían, tanto al autor en la escritura de los textos como al lector en su interpretación, en definitiva, un molde que lo condiciona, lo delimita y lo define.

Un texto **descriptivo** caracteriza un elemento, persona, lugar o situación; un texto **explicativo** intenta mostrar la razón de ser o el porqué de un fenómeno, actividad o suceso; el texto **instructivo** propicia la forma o los pasos a seguir para la obtención de un propósito u objetivo; el texto **narrativo** provee la secuencia u ocurrencia de los hechos en el desarrollo de un cambio o transformación y el texto **argumentativo** proporciona las pruebas o evidencia que avalan una idea o tesis. Cada uno de estos textos se distingue de los otros tanto por su función retórica como por su estructura discursiva semántico-gramatical y el vocabulario técnico específico del área del saber a la que pertenece.

Referencias Bibliográficas - References

- Adam, J. (1992), *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*, Nathan, París.
- Álvarez, A. (2005), *Escribir en Español: La creación del texto escrito. Composición y uso de modelos de texto*, Ediciones Nobel, Oviedo, España.
- Álvarez Rosa, C. (2012), *Análisis Discursivo del Género Homilético Actual*, Universidad de Salamanca, Salamanca.
- Calsamiglia Blancafort, H. y Tusón Valls, A. (1999), *Las cosas del decir: Manual de análisis del discurso*, Ariel, Barcelona.
- Marimón Llorca, C. (2006), *El texto descriptivo*, E-Excelence. En línea. Disponible en: <<http://www.liceus.com/cgi-bin/index.html>>, Madrid. [Consulta: 10 junio 2012].
- Marimón Llorca, C. (2006), *El texto explicativo/expositivo*, E-Excelence. En línea. Disponible en: <<http://www.liceus.com/cgi-bin/index.html>>, Madrid. [Consulta: 10 junio 2012].
- Marimón Llorca, C. (2006), *El texto narrativo*, E-Excelence. En línea. Disponible en: <<http://www.liceus.com/cgi-bin/index.html>>, Madrid. [Consulta: 10 junio 2012].
- Marimón Llorca, C. (2006), *El texto argumentativo*, E-Excelence. En línea. Disponible en: <<http://www.liceus.com/cgi-bin/index.html>>, Madrid. [Consulta: 10 junio 2012].
- Montolío, E. y otros (2000), *Manual práctico de escritura académica*, Volumen 2, Ariel, Barcelona.
- Montserrat Castelló, M. (2007), *Escribir y comunicarse en contextos científicos y académicos*, Graó, Barcelona.
- Pérez Grajales, H. (2006), *Comprensión y producción de textos*, Cooperativa Editorial Magisterio, Bogotá.
- Valles Calatrava, J. (2008), *Teoría de la Narrativa: una Perspectiva Sistemática*, Iberoamericana, Madrid.
- Centro Virtual Cervantes. Biblioteca del profesor. Diccionario ELE. <http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/>. [Consulta: 10 junio 2012].