Sobre la explotación de textos en el aprendizaje de una L_2. Una experiencia.

EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN
JUAN ANTONIO MOYA CORRAL
Universidad de Granada
Grupo de Lingüística Aplicada de la Universidad de Granada

La utilización y explotación de textos en el aprendizaje de una segunda lengua ha ido variando al calor de los sucesivos cambios en la metodología didáctica. De esta manera se ha ido evolucionando desde la "comprensión" casi mnemotécnica de palabras aisladas y de frases inconexas, casi siempre poco o nada funcionales, a la práctica supresión del texto, valorando y privilegiando más otros aspectos en el aprendizaje, el comunicativo, por ejemplo. Es, por tanto, fácilmente constatable cómo la comprensión y producción escritas, en los últimos tiempos se ha ido marginando e incluso desechando. Entendemos, sin embargo, que tal marginación constituye un grave error dado que, por un lado, se trata de una destreza lingüística que el alumno debe poseer, y, por otro, y desde la perspectiva comunicativa, ésta constituye de por sí una destreza plenamente comunicativa. Este bandazo, sin embargo, era lógico, ya que por su primigenia inadecuada y/o mala utilización, el recurso más fácil fuera el de tacharla como inoperante e inservible, estamos demasiado acostumbrados a observar este tipo de actuaciones cuando una nueva metodología se impone o trata de imponerse, cómo su primer movimiento se traduce en proscribir y negar validez a todo o casi todo lo propuesto o actuado por las metodologías hasta entonces en uso.

Se trata de superar esta cuestión que se plantea, falsamente, como dicotómica, de esta manera se debería ir de la primitiva utilización eminentemente repetitiva, casi siempre superflua por su vacuidad, a la verdadera comunicación.

Algunas Cuestiones previas

La comunicación escrita se caracteriza, a diferencia de la comunicación oral, fundamentalmente por el hecho de que entre la producción del mensaje y la recepción del mismo se verifican dos tipos de desplazamientos, que pue-

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes

den ser más o menos grandes, tanto espaciales como temporales. De esta manera la información que se envía no se recibe de manera inmediata por el receptor que está ahí (exceptúense telegramas, telefax, o comunicaciones informáticas), sino que por el contrario esa información se envía hacia un punto espacial y temporal alejados y distintos de los del emisor. Esta cuestión, de entrada ya nos limita de alguna manera, en primer lugar el receptor está imposibilitado para responder de manera inmediata, por otra parte, el emisor tiene, necesariamente, que renunciar a referencias de carácter implícito o deíctico, a no ser que integre relaciones intratextuales, y por medio de estas relaciones intratextuales un elemento deíctico como **aquí**, que alejado de una situación espacial concreta es tremendamente ambiguo, deja de tener carácter de ambigüedad en su relación intratextual en una carta que fechamos en Granada, e inmediatamente informamos **aquí hace buen tiempo,** estos datos de carácter espacial, y también temporal, sólo pueden ser omitidos en el caso de que el receptor sepa de manera certera que la misiva no ha podido ser escrita más que en Granada, con lo que estamos jugando ya con un factor de presuposición en el receptor, presuposición que no necesita verificarse en la comunicación oral.

Otra cuestión fundamental en la comunicación escrita es que el emisor dispone de mucho tiempo para elaborar su mensaje (evidentemente una comunicación escrita puede realizarse también a toda pisa). Sin embargo, no será tan importante el tiempo utuilizado en la codificación, como el tiempo que hay que emplear para la decodificación, ya que no es posible una dilatación temporal excesiva en los procesos de codificación oral normal, en este caso cuando las pausas van más allá, cuando traspasan un cierto margen de tolerancia se interpretan como un signo de hermetismo textual. La consecuencia inmediata es que un texto escrito puede ser elaborado con todo esmero, e incluso, si es necesario, ser redactado más de una vez, cuestión esta evidentemente tendrá una serie de repercusiones lingüísticas. De esta manera el emisor supera la falta de situación seleccionando las formas lingüísticas más apropiadas a su discurso, es evidente que los textos de carácter escrito ofrecen, por lo general, una densidad informativa mayor que los textos orales. Esto explica que las lenguas, con vistas a la comunicación escrita, no sólo desarrollan una serie de tradiciones particulares de textualización, sino que incluso pueden llegar a elaborar un subsistema perfectamente convencionalizado que posee un estatus más o menos autónomo.

Una vez conocidos esta serie de problemas y de características en la adquisición de una segunda lengua, los dos subsistemas tienen que ser interiorizados de manera distinta; y así evitar, en la medida de lo posible que se produzcan una serie de interferencias que no se desean y que pueden constituir un lastre para el aprendizaje. A pesar de lo que acabemos de decir, es muy cierto que existe la posibilidad de oralizar cualquier texto que ha sido concebido como escrito, y viceversa transcribir cualquier texto que haya sido primero codificado como oral. De estos pasajes de textos escritos a orales y de orales a escritos se deduce que existen una serie de elementos que permane-

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes

cen intactos después de verificarse esta codificación de carácter secundario, gracias a lo que una exposición hecha por escrito deja reconocer, al igual que ocurre por medio de una buena producción oral, las marcas producidas por la textualización escrita. Por su parte, también lo podemos comprobar en el caso de la transcripción bruta de un texto originalmente oral.

Como indicábamos en un principio la idea fundamental de "texto" en el sentido tradicional de la palabra ha tenido su papel en todas las épocas en la didáctica de lenguas, y con la inclusión de postulados de carácter pragmático, junto con la exigencia de formar una "competencia comunicativa" en quien aprende el aspecto textual viene dado implícitamente, así como por enunciados de carácter oral.

Pero esto no parece tan fácil, pues constatamos agriamente cómo métodos que se pretenden y reputan como comunicativos nos proponen como actividades para desarrollar esta destreza, las siguientes:

— *Identificar subrayándolas, algunas letras concretas, por ejemplo, la "x" o la "h", la "ll", la "ch", la "y"... todas ellas con algunas diferencias en los sonidos que representan en otras lenguas afines.*
— *Identificar secuencias o grupos de letras. Para ello conviene tomar como base los contrastes más significativos del español con el francés, inglés o cualquier otra lengua.*
— *Identificar subrayándolas, palabras seleccionadas y ofrecidas en recuadro fuera del texto.*
— *Identificar palabras sin sentido dentro de un grupo.*
— *Identificar palabras incongruentes, raras, etc. Así por ejemplo, señalar qué palabra no pertenece al mismo conjunto semántico en* **periódico-escoba-diario-revista.**
— *Por fin paulatinamente y empezando por textos de dificultad paralela a la de los materiales estudiados leer párrafos cortos y transcribirlos o copiarlos.*

Empecemos por ver qué texto es el que debemos utilizar. De entrada la única restricción a la hora de utilizar un texto es que este sea auténtico, entendemos aquí por "auténtico" el no manipulado con fines didácticos específicos. De lo que se trata es de enfrentar al alumno con un "problema real", para esto nos servirá un texto cualquiera, con las acotaciones que formulamos, no un producto de laboratorio. A pesar de lo que acabamos de decir no podremos utilizar los textos de manera indiscriminada, de esta manera habrá que buscar los textos que estén en sintonía con los conocimientos que tengan los alumnos, todo lo más que superen ligerísimamente su nivel competencial.

Así empezamos por señalar la importancia en el texto del tema, el tema debe motivar al alumno, si el texto carece de interés para el alumno no le prestará la atención que deseamos para la explotación posterior, a la vez que la comprensión del mismo puede verse mermada por la falta de interés temático.

Entendemos, pues, el texto como un todo de caras múltiples, debe de ser

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes

por tanto lo suficientemente rico como para que nos permita una explotación global. En este sentido el texto, debe ser texto y pretexto a la vez, es decir, nos debe permitir un análisis completo, así analizaremos las lexías que aparecen en él, aprovechando este análisis para aumentar el conocimiento léxico con sinónimos y antónimos, también y en su caso por campos semánticos. Procederemos a analizar las estructuras que el texto presenta, esto nos va a permitir ver en acción una serie de conocimientos gramaticales actualizados. Por último analizaremos el texto semánticamente, lo que nos permitirá otra serie de actividades sobre el texto, como pueden ser conversaciones dirigidas, preparación y exposición oral de temas por parte de los alumnos, etc.

La última parte de la explotación del texto será la parte de creación de un nuevo texto, en esta actividad el alumno, respetando el contenido informativo del texto, elaborará un nuevo texto, en este caso se nos ofrecen dos posibilidades, bien dejar que el alumno lo haga libremente, o bien introduciendo determinadas cuestiones, encaminadas a reforzar determinados contenidos gramaticales o léxicos.

¿QUIERES SALIR EN LA TELE CON TU GATO?

Si tu gato prefiere WHISKAS, ¡conviértelo en una estrella!
Necesitamos un bonito gato para salir junto a su dueña en un nuevo spot para televisión de WHISKAS.
Si ya has cumplido 25 años, tienes un gato que prefiere realmente WHISKAS y quieres contar tu experiencia con WHISKAS en TV...
¡Eres la mujer WHISKAS que estamos buscando!
Acércate al hotel MELIA CASTILLA (c/ Capitán Haya, 43) los días 4 y 5 de Julio de 10 a 21 horas y tráete una foto de tu gato.
Recibirás un obsequio WHISKAS sólo por venir.
Si quieres salir en la tele con tu gato...
¡Te esperamos!

Seguro que su gato también prefiere
whiskas

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes

El texto que presentamos surgió en una clase de reciclaje para profesores, cuando se propuso este texto se dijo que era demasiado elavado su nivel, y, además, se objetaba que los alumnos no trabajarían con él. Lo primer era verificar si el texto funcionaba o no. Hemos realizado más de cien encuestas a estudiantes extranjeros de las más diversas nacionalidades, le ahorramos al lector aquí el resultado estadístico, sin embargo hay que destacar que el texto funciona, y curiosamente, en todos los niveles en los que ha sido planteado, es decir, inicial, intermedio y avanzado.

Se trata de un texto publicitario, la simple lectura del mismo hace percibir de manera inmediata su misión, promocionar y vender un producto, recurriendo a la utilización de un animal como icono viviente para obtener una mayor atención del público.

Está escrito en el lenguaje común standar para una mayor y mejor comprensión por parte del público.

Las funciones predominantes que podemos observar en el texto son, de un lado, la apelativa, para atraer la atención de los lectores, mediante la utilización de exclamaciones e interjecciones tanto directas como indirectas. También se pueden observar la función conativa, influyendo en el lector e intentando persuadirlo a través de reiteraciones, interrogativas indirectas y también imperativos, la referencial informando sobre el mundo exterior.

El texto comienza con una pregunta, casi retórica, muy sugestiva, cuya función es captar la atención del lector, despertar su interés y provocar el deseo. Inmediatamente introduce una oración condicional con la partícula "si", con lo que se exalta el valor del mensaje e induce a que el lector se involucre en el mensaje.

Se hace uso del lenguaje connotativo, es decir, se usan palabras que evocan un conjunto de significaciones. Así, connotaciones de éxito "¿Quieres salir en la tele?", de belleza "bonito gato".

Para asegurar que se mantiene la atención del lector y que acuda al reclamo se ofrece un regalo gratuito y sin condiciones

En cuanto a la sintaxis el texto nos ofrece oraciones simples y compuestas, predominando las oraciones coordinadas para favorecer la comprensión y la inmediatez del mensaje. Aparecen también, aunque en menor medida, oraciones subordinadas, siendo las más frecuentes las oraciones condicionales.

Se aprecia el uso del imperativo: "conviértelo", "acércate", "tráete", muy utilizado en el lenguaje publicitario.

Los tiempos verbales utilizados son presente, futruro e imperativo.

La mayoría de los suntantivos tiene valor antonomásico.

Por lo que se refiere al lenguaje, se trata de un lenguaje objetivo que utiliza sustantivos concretos y algunas lexías de carácter técnico con función universal, es decir, por igual para todos los países como puede ser el nombre del producto que se está anunciando.

Utiliza el pronombre de segunda persona del singular para mantener un contacto más directo con el público.

Es de subrayar la selección de palabras que causan gran sensación en el

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes

lector "estrella". También es significativo el empleo de signos exclamativos.

Explotación del texto

Llevaremos a cabo los cuatro niveles de explotación de los que hemos venido hablando. En primer lugar trabajaremos con el léxico, a partir de sinónimos y antónimos, distinguiendo y aprovechando sólo aquellos que son funcionales y pertinentes en cada caso.

Después pasaremos al plano sintáctico para estudiar las estucturas que aparecen, de esta manera podremos incidir en cuestiones de tipo gramatical, o bien adelantar otras que el alumno desconoce.

En el plano temático habrá que ver qué quiere decir el texto, pero además nos puede sugerir otra serie de temas que podemos utilizar para un posterior debate y exposición oral. Entre estos temas podríamos enunciar:

1.—Paradoja anuncio de comida para gatos en un país que tiene tanto paro.
2.—¿Cómo se trata a los animales en España?
3.—La utilización de animales en la publicidad.
4.—La utilización de la mujer en la publicidad.
5.—Discriminación del mensaje publicitario dependiendo del medio en que se haga.

Hemos dicho que la transformación del texto era la última fase de la explotación. Transcribimos a continuación una serie detransformaciones ya realizadas. Como decíamos más atrás en la transformación podemos adoptar dos criterios. Bien dejar que el alumno transforme el texto de la manera que quiera, o bien que siga determinadas pautas que le marquemos de antemano. Algunos ejemplos de transformación posible, son los que transcribimos a continuación:

TEXTO 1

Si a tu gato le gusta (lo que más le gusta) !haz de el! un gran actor!
Buscamos (estamos buscando) un lindo gato que salga junto a su ama en un nuevo anuncio de...
(¿Cómo? Muy fácil, teniendo más de 25 años...)
En el caso de que tengas más de 25 años, un gato y quieras contar cómo te va con...
¿Eres la persona... que buscamos!
Pásate por... y tráete (trayendo) una foto de tu gato. Conseguirás un regalo solamente por vernos.
Si estas pensando en salir en la T.V. con tu gato.
No lo dudes más.

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes

TEXTO 2

¿Desearías aparecer en la televisión?

Si tienes un gato al que (que) le gusta..., ayúdalo a coronarlo como una estrella. Queremos un pequeño gato para que aparezca con su ama en un nuevo anuncio de... para televisión.

Si ya tienes 25 años y tu gato devora con avidez todo el... que le pones, no lo dudes y preséntate para contárnoslo.

¿Adelante, vente con nosotros! Te esperamos en el hotel... los días 4 y 5 de julio a las 21 horas. Llévate a tu gato o una foto de él. Te daremos un regalo sólo por venir. No lo pienses más.

TEXTO 3

¿Deseas aparecer en la pantalla con tu minino? Si tu minino elige..., tranfórmalo en una fortuna. Precisamos de un lindo minino para que aparezca cerca de su propietaria en un anuncio para la pantalla de...

Si acabas de cumplir 25 años, posees un felino, que escoge en verdad... y deseas narrar las anécdotas en pantalla.

Eres la mujer..., que estamos persiguiendo, aproxímate al lugar... los días 4 y 5 de julio de 10 a 20 h. y acércate con un retrato de tu minino. Te daremos un regalo únicamente por llegar.

Si deseas aparecer en pantalla con tu gato, te aguardamos.

TEXTO 4

¿Te apetecería aparecer en pantalla con tu gato?

Si a tu gato le gusta... Hazlo famoso. Queremos un precioso gato para aparecer junto a su ama en un nuevo anuncioi para la pantalla de la marca... Si ya tienes 25 años, posees un gato al que le gusta de verdad... y te apetece contar tu experiencia en la pantalla, eres la chica... que necesitamos, pásate por el hotal... los días 4 y 5 de julio de 10 a 21 h. y tráete una fotografía de tu gato, te daremos un regalo sólo por acudir. Si te apetece aparecer en pantalla con tu gato te aguardamos.

TEXTO 5

¿Te gustaría salir en la tele?

Tu acompañante puede ser tu gato. Sólo tienes que hacer un anuncio con él. En el anuncio representarías una marca de comida para gatos muy importante como es... Si la idea te agrada ven con tu gato o una foto suya al hotel...

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes

Por venir recibirás un acompañante para tu gato, para que se anime en las horas tristes.

Recuerda puedes ser famosa por enseñar tu gato.

TEXTO 6

¿Tienes un gato que le gusta...?

Si es así te aguardamos para que salgas en pantalla con tu gato.

Si eres una chica joven y a tu gato le gusta... ¿Te esperamos!

Si quieres recibir un obsequio, trae a tu gato al hotel... los días 4 y 5 de julio de 10 a 21 h.

TEXTO 7

¿...es el alimento preferido de tu gato? Pues, si lo es y tú eres una chica de más de 25 años, puedes convertir a tu felino en la nueva estrella de la tele y tú serás la dueña perfecta.

Necesitamos un hermoso gato que prefiera... y su dueña para que cuente en televisión lo maravilloso de nuestro producto.

Si cumples todo esto, pásate por el hotel... los días 4 y 5 de julio con una foto de tu gato y recoge el fabuloso obsequio que tenemos para tí.

No tardes. Tu gato puede ser el gato...

TEXTO 8

¿Es tu oportunidad!

¿No te lo crees?

Sí, puedes salir en la tele, tan sólo necesitas tener un bonito gato y ser una joven de 25 años.

Si tu gatillo prefiere... y tú quieres aparecer con él en la tele, eres la mujer que estamos buscando.

Pásate por el hotel... los días 4 y 5 de julio con una foto de tu gato, y ¿Ya verás!

Seguro que eres la persona ideal para nuestro anuncio de...

ASELE. Actas I (1988). EMILIO J. GARCÍA WIEDEMANN Y JUAN ANTONIO MOYA CORRAL. Sobre ...
Centro Virtual Cervantes