**TEMA 1. EL TEXTO ACADÉMICO Y LA COMUNICACIÓN**

**(Tema elaborado por Jose Antonio Ramos Arteaga bajo licencia** [**Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional**](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es_ES)**)**

**¿Qué es un texto académico?**

Los textos académicos, como los textos administrativos o los jurídicos, se definen por el ámbito en el que se producen y la finalidad que persiguen más que por peculiaridades lingüísticas intrínsecas. Ese ámbito es la Academia, noción que abarca principalmente a centros vinculados a la conservación, difusión y producción del conocimiento: la universidad, fundamentalmente, pero también los centros de investigaciones científicas, sociedades como las academias (de ciencias, de bellas artes, culturales…), institutos de estudios, etc. Como este curso va dirigido a alumnos universitarios nos ocuparemos principalmente del texto académico en la esfera universitaria.

Durante tus estudios superiores gran parte de tu tiempo estará dedicado a la confrontación crítica con los materiales que constituyen tu disciplina. Estos materiales, a diferencia de los manuales y libros de textos, suelen divulgarse en monografías, artículos en revistas especializadas o encuentros científicos (congresos, simposios…) y presentan una realidad más heterogénea del objeto de estudio y, sobre todo, una visión que dependerá de la perspectiva que adopte el autor, la corriente metodológica y los resultados de la investigación al problema concreto del que se escribe. Acostumbrados a la seguridad tranquilizadora de los panoramas generalistas y consensuados de los manuales al uso, los accesos académicos suelen plantear una visión de trabajo en construcción, de trabajo en marcha, no cerrado. La entrada en el campo de la certeza o el acuerdo científico dependerá de los mecanismos de contraste y confrontación con la comunidad de saber que someterá a dicha propuesta a los mecanismos de verdad y evidencia antes de que pasen al acervo científico común de la disciplina. Estamos hablando de textos cuyo objetivo es ampliar los conocimientos en una especialidad del saber con los instrumentos de veracidad y novedad que garanticen su pertinencia en esa especialidad y la aprobación mayoritaria de la comunidad a la se dirige.

En la etapa estudiantil rara vez tendrás la oportunidad de llegar a este punto pues ya que la carrera universitaria es una fase de preparación para la investigación. Ahora bien, durante los años del grado puedes acercarte al texto académico no solo como lector de ellos sino también como productor gracias a las actividades habituales en cada asignatura: los trabajos o ensayos solicitados por el profesor, la preparación de la bibliografía o los apuntes para un examen, la exposición sobre un tema o, incluso, los exámenes que se plantean con preguntas de desarrollo que impliquen el conocimiento de materiales más allá del mero apunte de clase.

Por ello, será importante que manejes algunas herramientas básicas que te ofrecemos en este curso para una buena redacción, exposición y defensa de un texto académico. Cada trabajo tuyo puede ser una buena oportunidad para practicar cómo elaborar y exponer un trabajo académico con la ventaja de que el profesor de la asignatura puede ser tu mejor juez en cada caso (en su evaluación, en el apoyo bibliográfico, en las líneas interpretativas usadas…).

Al tratarse de un curso básico hemos prestado atención fundamentalmente a la construcción argumentativa pues es la estructura por excelencia de un texto de este tipo (aunque daremos algunas notas sobre otras secuencias textuales que pueden servirte también).

**¿Cómo aprovechar mejor este curso?**

Como te adelantamos en la presentación, cada tema del curso tiene tres partes: una sesión teórica en la que incluimos consejos prácticos, la siguiente sección reúne recursos o materiales complementarios que te ayudan a completar la visión del asunto desarrollado y una tercera parte de ejercicios para ejercitarte.

Para facilitar la organización del curso hemos decidido adoptar un esquema que fue (y lo sigue siendo aún) el patrón de elaboración discursivo más completo y eficaz de la tradición occidental, el de la Retórica y Oratoria clásica (mantenemos su nombre latino en los epígrafes del curso). Este esquema se basa en cinco operaciones básicas:

1. **Inventio**: establecemos el tema y delimitamos el ámbito del problema que vamos a tratar.
2. **Dispositio**: ordenamos mediante un cuadro o esquema las ideas y el desarrollo que se adoptará con lo seleccionado en la primera operación.
3. **Elocutio**: la materialización escrita del trabajo siguiendo las pautas de la operación anterior.
4. **Memoria**: retención y ensayo previo a la realización de la comunicación oral.
5. **Actio**: Materialización ante público del trabajo.

A la operaciones de “Elocutio” y “Actio” dedicaremos mayor espacio pues son aquellas que serán confrontadas con un receptor (el lector del trabajo, el espectador de la comunicación pública). Sin embargo, para que el curso sea provechoso es necesario que no solo leas los contenidos, también es importante que desde un principio busques un tema de tu interés (puede ser de tu disciplina o de afinidad personal) y que sea tu propio material de prácticas aplicando las operaciones retóricas y oratorias que indicamos antes.

**Los elementos de la comunicación lingüística y el texto académico**

Los actos de comunicación lingüística activan un proceso en el que están implicados fundamentalmente seis elementos: hay un **emisor** del mensaje, el propio **mensaje** emitido, el **receptor** al que va dirigido, un **canal** por el que circula dicho mensaje, un **código** que lo hace inteligible al receptor y un **contexto** de emisión. La representación habitual de este esquema básico (llamado también “modelo telegráfico”) es una flecha que va de emisor a receptor con el mensaje en el centro y rodeado por los restantes elementos. Sin embargo esta estructura básica olvida uno de los principales componentes del acto comunicativo que hace que el modelo fijo de flecha direccional en un sentido se transforme en un circuito en el que todos los elementos interactúan entre sí (el llamado “modelo orquestal”), ese componente es la **retroalimentación** (o “feed back”).

Pero cuidado, la retroalimentación no significa solo que el emisor esté pendiente de las señales del emisor en el proceso de decodificar el mensaje, también que tanto uno como otro sean conscientes de todo el proceso y generen las sinergias necesarias para llevar a buen término el acto de comunicación concreto: evitando los **ruidos e interferencias comunicativos** (que puede ir desde una palabra no entendida a una errata en un documento), manejando mecanismos como la **redundancia** para reforzar contenidos, hacer un **uso expresivo** de los epígrafes o del movimiento corporal para llamar la atención sobre un aspecto del discurso escrito u oral, respectivamente,… En fin, que cualquier acto de estas características empieza con un compromiso del emisor tanto con el mensaje que lanza como con el receptor y, a su vez, tiene que tener en cuenta el resto de los elementos con el fin de evitar cualquier **ambigüedad** en la recepción de la información y que la comunicación sea **eficaz**.

En los textos académicos esto significa que tanto el mensaje como el contexto están supeditados a un **contrato estilístico** que implica un marco lingüístico y pragmático con un fuerte consenso institucional y científico de generación, contraste y divulgación del conocimiento (la “academia”, en sentido amplio). Este contrato no se reduce a unas simples pautas escriturales de presentación o a la mejor o peor predisposición para la actuación pública ante un auditorio. Estamos ante un complejo y no siempre estable proceso en el que están implicadas las diferentes tradiciones académicas existentes, los objetos de estudios y las dinámicas propias de cada disciplina, el formato propio de cada tipo de comunicación académica, los intereses concretos del autor con respecto a su investigación o a los receptores de la misma, el contexto en que se inserta el trabajo… Como puedes ver, escribir y comunicar académicamente de manera eficaz nos obliga a un trabajo previo de preparación que va más allá de nuestro interés primordial que es comunicar el resultado de nuestra investigación o estudio: antes de codificar dicho resultado hemos de plantearnos cómo y desde qué lugar vamos a enunciar el mensaje. Ese “cómo” y “dónde” tiene que ver con el marco teórico y disciplinar desde el que vamos a partir e implica unas pautas concreta de construcción del discurso. No será lo mismo presentar un resultado desde una teoría concreta que desde otra, desde una escuela de investigación que desde otra, desde una tradición científica con unos parámetros dados que desde una propuesta más novedosa o en curso. Tenemos que desterrar la idea de que los conocimientos son entes abstractos y exentos, es muy importante tu mirada y bajo que prisma presentas los resultados. Aunque la búsqueda de la **objetividad** se plantea como base metodológica en este tipo de trabajos, la objetividad no es una herramienta, es un marco estratégico entre el emisor y el receptor en este contexto: sobre un acontecimiento, sobre un proceso, sobre cualquier objeto de estudio la producción de conocimientos está supeditado a los enfoques y propuestas hermenéuticas que las disciplinas van desarrollando o desechando en su construcción histórica como tal. Por tanto no hay una manera única y aséptica de proponer una investigación y dónde te sitúes teórica o metodológicamente será clave a la hora de escribir o defender tu trabajo.

**Materiales complementarios**

1. Lee con atención este sencillo artículo donde encontraras algunas claves generales de los textos académicos en la universidad:

<http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo95/files/escritura-academica-definicion_generos_discursivos_abril_2009.pdf>

2. Aquí tienes dos ejemplos de comunicación en contexto académico muy dispares.

2.1 Zizek y los retretes

<https://www.youtube.com/watch?v=XfOa8G8J72g>

2.2 IV Jornada de Innovación Educativa (a partir del minuto 3:10)

<https://www.youtube.com/watch?v=FkMPUhxVdAQ>

**Ejercicio**

1. Escoge un cuadro, fotografía, videoclip, anuncio publicitario, o soporte visual y comenta los elementos de la comunicación que participan. Contesta a las siguientes preguntas: ¿Qué busca el mensaje? ¿Cómo lo consigue? ¿A quién va destinado?