

# 1 El texto académico – Academic Texts

Se denomina **texto académico** a toda producción escrita surgida en el ámbito de la **educación superior** ya sea de nivel terciario, universitario de pregrado, grado o postgrado.

También, se entiende por **texto académico** a aquellas publicaciones, libros de textos, por ejemplo, escritos por profesionales destacados de las diversas ramas del saber y por investigadores de las diversas disciplinas.

## Para Reflexionar – Have you thought about...?



- ¿Que es un texto académico?
- ¿Qué características tiene?
- ¿Cómo se diferencia de un texto para el público en general?
  
- What's an academic text?
- Which are its characteristics?
- In which way is it different from texts for a general audience?

Dichas producciones constituyen un género en sí mismo ya que responden a una misma situación comunicativa –la de transmitir conocimientos disciplinares, describirlos, explicarlos, ejemplificarlos, analizarlos, cuestionarlos, justificarlos, refutarlos, etc.

Los textos producidos en el **contexto académico** se rigen bajo las mismas convenciones de forma y contenido asociadas a dicho género. Es decir, tanto su estilo como sus secuencias textuales básicas son similares y responden a criterios consensuados socialmente. Conocer estas características ayudará al lector a comprender mejor los contenidos por ellos ofrecidos.

Desde el punto de vista del estilo, un **texto académico** al igual que los textos científicos y técnicos en general, se caracteriza por su claridad, objetividad y la precisión. Y, desde el punto de vista lexical, cada disciplina desarrolla una **terminología** o **lenguaje especializado** propio cuyo conocimiento permitirá al lector evitar cualquier ambigüedad típica de la lengua estándar.

## 1.1 Estructura y organización del texto académico

Los **textos académicos** se construyen a partir de algunas secuencias textuales básicas. La estructura que presenta todo trabajo académico se puede sintetizar en los siguientes componentes: a) La presentación, donde se expone de que se va a hablar; b) El núcleo, que desarrolla el tema del que se habla y c) El cierre, que hace referencia a lo que se ha hablado.

La **presentación o introducción** se compone de un título, un índice general y un sumario, una introducción sobre los principales temas a abordar, agradecimientos, etc.

La **presentación** es la encargada de provocar las primeras impresiones al lector. El título, el índice y el sumario brindan una idea rápida del texto y deben permitir que el lector sea capaz de responderse preguntas, tales como: ¿me interesa?, ¿debo leerlo?, ¿debo leerlo completo?

## Introducción – Introduction

### Introduction

This book is about the third century of the Industrial Revolution, the one we are now living in. As best we can tell from limited data and painstaking scholarly work, for several hundred years up until about 1750, economic growth was negligible everywhere. By our standards, people were poor for the most part (there were elites that were rich), and in some places there was a small, commercially oriented middle class. Being rich and being in power were closely associated. In a no-growth world, the game is zero-sum. It is not therefore surprising that power and wealth were highly correlated. This picture was true pretty much for the entire world.

La introducción debe presentar una primera aproximación al tema a desarrollar en detalle en cada parte del texto.

Fuente: [http://www.amazon.com/The-Next-Convergence-Economic-Multispeed/dp/0374159750/ref=sr\\_1\\_7?s=books&ie=UTF8&qid=1333816817&sr=1-7](http://www.amazon.com/The-Next-Convergence-Economic-Multispeed/dp/0374159750/ref=sr_1_7?s=books&ie=UTF8&qid=1333816817&sr=1-7)

## Para Ampliar – To broaden your knowledge



Decida sobre el tema del libro cuya introducción aparece en la figura anterior:

- La Revolución industrial del siglo III.
- El tercer siglo de la Revolución Industrial.
  
- La riqueza y el poder.
- El poder de la riqueza.

El **sumario** o resumen constituye una síntesis de todo el trabajo. No es un relato sobre los distintos capítulos o temas a abordar, sino un resumen preciso del documento en su conjunto.

La elaboración del **sumario** constituye una actividad relevante y exigente. Es relevante porque permite al lector tener una idea general sobre los temas tratados y las conclusiones. Es exigente porque implica un esfuerzo de abstracción en relación a las ideas fundamentales del trabajo.

El **capítulo introductorio** de un texto académico también anticipa el contenido del trabajo. Debe ser breve y, en general, presenta los distintos temas a abordar, señalando el orden en qué serán presentados. Generalmente, la introducción y el sumario son lo último que se redacta, porque cumplen la función de “Di de qué vas a hablar”. Entonces para hacerlo correctamente suele ser necesario haber culminado completamente la elaboración del texto.

El **núcleo** o **cuerpo** está conformado por el problema a estudiar, los objetivos del trabajo, los antecedentes, el marco teórico, la metodología empleada, dependiendo del tipo de texto académico de que se trate.

El **cuerpo** constituye el elemento central y es dónde se concentra la información y la argumentación del texto. El análisis de la información se estructura en capítulos que responden a los ejes temáticos del trabajo. Los **capítulos**, a su vez, suelen organizarse en apartados para facilitar tanto la lectura como la formulación del desarrollo del texto.

Por último, el **cierre** incluye las conclusiones del trabajo, las recomendaciones, etc. Al igual que la introducción, se caracteriza por ser un texto breve y esquemático, constituyendo un recurso organizador de todo el contenido del trabajo.

El **cierre** presenta los resultados del análisis y es dónde se registran los nuevos conocimientos. Asimismo, proyecta la información hacia el futuro ya que permite la preparación de tareas posteriores, tales como la formulación de nuevas hipótesis, la preparación de nuevas investigaciones y, en el caso de los informes técnicos, las recomendaciones o conclusiones finales.

## Conclusions: Toward an International Macroeconomic Regime

International discussions to bring exchange rates to long-term equilibrium values and restore balance in international accounts will necessarily focus on macroeconomic policies. Notions and expectations regarding satisfactory collective and national growth, inflation, and unemployment will inevitably influence, if not dominate, the resolution of international monetary issues. For this reason, it is useful to broaden our conventional conception of the international monetary regime — concerned with exchange rates, international liquidity and finance, and balances of payments — to include the implicit and explicit rules, norms, and procedures governing negotiations and the establishment of

Las conclusiones son una breve síntesis de lo expuesto.

Fuente:

<http://books.google.com.ar/books?id=JMAOAAAQAAJ&printsec=frontcover&dq=diplomacy++1980s&hl=es&sa=X&ei=-SAT5SAIcvptgfJjsG2Bg&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q=diplomacy%20%201980s&f=false>

Todos los **textos académicos** deben contener las fuentes bibliográficas que han sido utilizadas o a las que se ha hecho alusión y, en algunos casos, contienen un apartado con anexos.

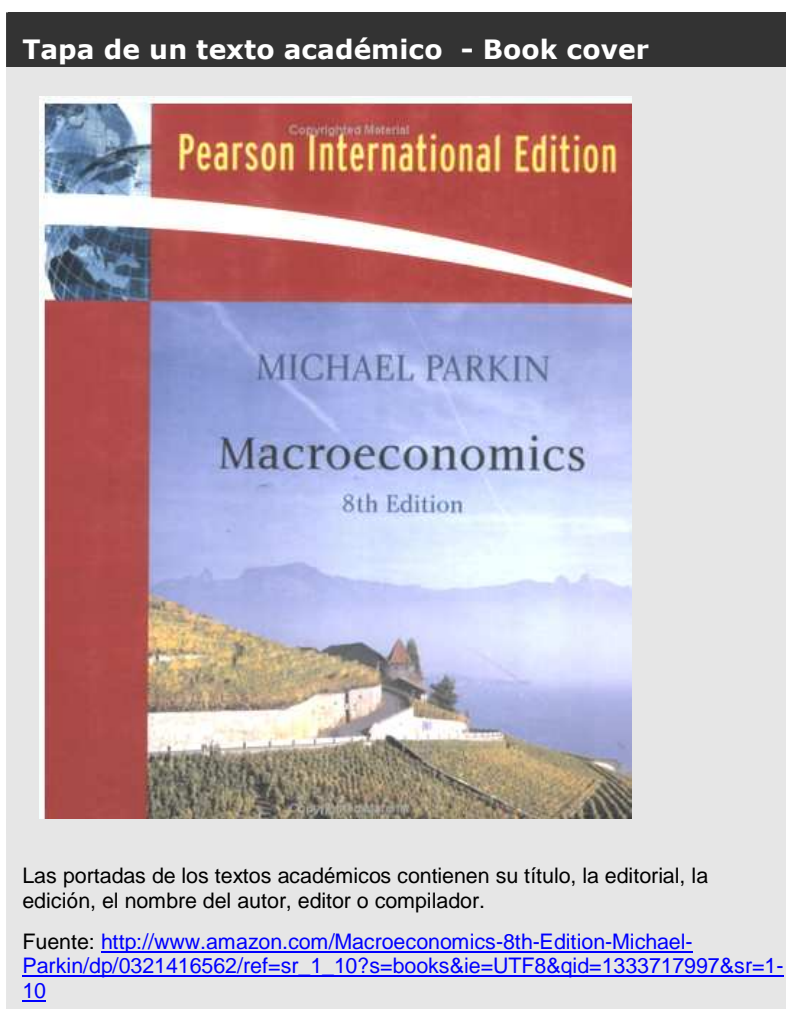
En los **anexos** se agrega toda la información que es necesaria para demostrar la idea y que no resulta imprescindible que aparezca en el cuerpo principal. Estos solo constituyen un material complementario, por lo que el texto debe poder ser comprendido por el lector sin los anexos.

La **bibliografía** incluye el listado de todas las fuentes citadas en el texto, conteniendo las referencias bibliográficas completas y ordenadas alfabéticamente. Además, las notas al pie, los párrafos y la propia estructura de la página contribuyen a organizar los datos e inciden en la confección de un texto académico.

### 1. 1.1 Tapa, índice, onomástico, glosario y datos de publicación

El primer elemento que abordamos al tomar un libro de texto es su **tapa** o **portada**. El libro de texto académico ofrece en su portada el título del mismo, su autor/es, editor/es o compilador/es; la editorial y la edición. También puede presentar alguna imagen.

Por lo general, el **título** de un libro académico es muy amplio como para decidir si en él está desarrollado el tema que me interesa encontrar y en que grado de profundidad. Mire el ejemplo que acompaña la siguiente figura:



Para el lector, el **título**, en general, es la primera clave del contenido del libro, por lo que —junto con la ilustración de tapa y el sello de colección— constituye el disparador de sus primeras conjeturas.

Según Genette, el **título** tiene tres funciones: 1) identificar la obra, 2) designar su contenido, 3) atraer al público. No necesariamente están las tres presentes a la vez; y sólo la primera es obligatoria, ya que la función principal de un título es la de nombrar la obra. El **título** puede no ser atractivo, e incluso puede no guardar relación con el contenido del texto, pero siempre será el modo de identificarlo.

Por otro lado, es probable que alguna vez haya intentado buscar algún dato en un libro y haya encontrado dificultad. Los contenidos de los libros no servirían de nada si no existiera un sistema que nos permitiera encontrarlos de forma rápida y sencilla.

Para eso existe el **índice**. En principio, vale aclarar que lo que frecuentemente se llama "**índice**" es en realidad la **tabla de contenidos** o de materias: un listado de los títulos del texto por orden de aparición con la indicación de la página correspondiente, que puede estar al comienzo o al final del libro.

Según esta primera definición, su función sería la de facilitar al lector la búsqueda de los temas de su interés en el texto. Pero no es sólo eso. El **índice** refleja la estructura lógica del texto (centro y periferia, tema central y ramificaciones); por lo tanto, cumple una función organizadora de la lectura, ya que arma el esquema del contenido previamente, sobre todo cuanto más articulado esté en capítulos, párrafos y subpárrafos (Eco, 1990).

En este sentido, es indistinto que esté al comienzo o al final del libro, ya que lo que importa es que el lector acude a él antes de leer el texto -e incluso antes de comprar el libro- para saber de qué se trata o, aun sabiéndolo, cómo lo trata. En síntesis, cualquiera sea el tipo de publicación, una mirada al índice permite al lector darse una idea general del contenido de la misma y el punto de vista o enfoque privilegiado.

Ahora bien, además de la **tabla de contenidos**, el **índice** es también un listado de palabras en orden alfabético con la indicación de las páginas en que aparecen mencionadas. Básicamente, existen cuatro clases de **índice**:

- El **índice temático**: En él se exponen los distintos capítulos y apartados de la obra en cuestión. Puede presentarse en forma de esquema.
- El **índice onomástico**: Aparece normalmente al final de algunas obras, y en él se presentan por orden alfabético todos los nombres de persona que aparecen en el libro, seguidos de los números de las páginas en los que se citan.
- El **índice por materias**: En ocasiones, un libro puede estar dotado de un índice adicional en el que se presentan los temas tratados por orden alfabético, junto a las páginas donde aparecen.
- El **índice específico**: También se pueden encontrar índices que se refieran a contenidos muy específicos de la obra, como pueden ser mapas, láminas, figuras, etc.

### BRIEF CONTENTS

<b>PART 1 Introduction 1</b>	<b>PART 5 The Economy in the Short Run 263</b>
CHAPTER 1 What Is Economics? 1	CHAPTER 11 Aggregate Supply and Aggregate Demand 263
CHAPTER 2 The Economic Problem 33	CHAPTER 12 Expenditure Multipliers: The Keynesian Model 285
<b>PART 2 How Markets Work 59</b>	CHAPTER 13 U.S. Inflation, Unemployment, and Business Cycles 315
CHAPTER 3 Demand and Supply 59	<b>PART 6 Macroeconomic Policy 343</b>
<b>PART 3 Macroeconomic Overview 89</b>	CHAPTER 14 Fiscal Policy 343
CHAPTER 4 A First Look at Macroeconomics 89	CHAPTER 15 Monetary Policy 369
CHAPTER 5 Measuring GDP and Economic Growth 111	<b>PART 7 The Global Economy 399</b>
CHAPTER 6 Monitoring Jobs and the Price Level 131	CHAPTER 16 Trading with the World 399
<b>PART 4 The Economy in the Long Run 157</b>	
CHAPTER 7 At Full Employment: The Classical Model 157	
CHAPTER 8 Economic Growth 181	
CHAPTER 9 Money, the Price Level, and Inflation 205	
CHAPTER 10 The Exchange Rate and the Balance of Payments 231	

El índice está conformado por un listado (en este caso abreviado –prestar atención a la cantidad de páginas por título) por orden de aparición (secuencial) en el cuerpo del libro.

Fuente: [http://www.amazon.com/Macroeconomics-8th-Edition-Michael-Parkin/dp/0321416562/ref=sr\\_1\\_10?s=books&ie=UTF8&qid=1333717997&sr=1-10](http://www.amazon.com/Macroeconomics-8th-Edition-Michael-Parkin/dp/0321416562/ref=sr_1_10?s=books&ie=UTF8&qid=1333717997&sr=1-10)

### Para Ampliar – To broaden your knowledge



¿ En que páginas encontrará los siguientes temas: Economía global – Definición de economía – Política económica – Economía a corto plazo – Economía a largo plazo – Oferta y demanda – Introducción a la macroeconomía - Crecimiento económico – Comercialización con el mundo – Dinero, nivel de precios e inflación – Política macroeconómica – Oferta y demanda agregada – Modelo clásico de pleno empleo – Inflación, desempleo y ciclos económicos Estadounidenses ?



## Índice por Materias - Index

Index	
Accommodations, 6, 16, 20, 153–180, 340–343, 367, 461–463, 579–580. <i>See also</i> Hotels. <i>See also</i> Lodging industry.	Business tourism, 4, 9–11, 283–284
Bed & Breakfast (B&B), 163, 177	Camping, 119, 137–138, 168, 227, 228–231, 255
careers in, 6–86	Careers in tourism, 20–21, 65–86, 578
condominium apartments, 342	career paths, 79–83
history of, 36, 37, 40, 42, 47, 57, 62	consolidators, 200–201
lodging organizations, 168	internships, 80–83
timesharing, 163–167, 178, 342	research, 522–528
Adventure travel, 16–17, 213–214, 231, 592	specialty channelers, 206–208
Advertising, 520, 522, 531, 534, 542–547. <i>See also</i> Marketing. <i>See also</i> Promotion.	tour wholesaler/operator, 201–206
Agriculture, 24, 182, 284–285, 318, 400	travel agents, 183–195
Airline industry, 87, 117–129, 149–152, 189–190, 345, 499, 567, 580	Carrying capacity, 120, 446, 470, 476, 479, 481, 498, 489, 500
associations, 97, 105–107, 127–129	Casino industry. <i>See</i> Gaming
careers in, 68–69	China, 28, 29, 35, 41, 45–46, 51, 58, 94, 103, 130, 131, 132, 149, 161, 165, 225, 423, 537, 573–574, 583, 586–587
environmental issues of, 526–577	Chronologies of travel, 57–62
history of, 55–57, 61–62	city states, 42, 575–576
Open Skies, 126	Classification of travelers, 9–11
Amusement parks. <i>See</i> Parks, amusement.	Climate. <i>See</i> Seasonality
Amman Declaration on Peace, 295–296. <i>See also</i> World peace.	Climate change, 490, 568, 571, 576, 577, 594
Anthropography, 277	Code of ethics, 95, 96, 205, 206, 434, 492–493, 496
Aquariums, 215, 233, 287	Communications, 74, 108, 168, 196, 309, 335, 337, 420, 437, 497, 522, 591. <i>See also</i> Information. <i>See also</i> Publishing
Attractions, 13, 16, 212–223, 236–238, 290, 591	careers in, 74, 78
careers in, 75, 78	electronic, 527
history of, 38, 40, 42, 44, 49–52	and the Internet, 196, 199, 544, 550–551, 578
Attitudes, 305, 306–309, 316, 347, 456, 495, 549	Competitiveness, 213, 412, 413, 416–421, 437–438, 441–444
Automobile travel, 118–120, 136–143, 339–340	model of, 442
history of, 54, 61, 62	Components of tourism, 12–21, 177, 334, 431
rental cars, 70	

El índice por materias contiene palabras ordenadas alfabéticamente con las páginas en que dichas palabras se encuentran en el texto

Fuente: [http://www.amazon.com/Tourism-Principles-Philosophies-Charles-Goeldner/dp/0470084596/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1335874841&sr=1-1](http://www.amazon.com/Tourism-Principles-Philosophies-Charles-Goeldner/dp/0470084596/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1335874841&sr=1-1)

## Para Ampliar – To broaden your knowledge



¿ En qué página/s buscaría para encontrar los siguientes temas: competitividad, carreras en turismo, hospedaje, antropografía, historia de los viajes en automóvil, cambio climático, parques de diversiones, asociaciones de aerolíneas, turismo aventura, comunicaciones, acuarios, industria del casino.



El **glosario** es un conjunto de anotaciones que tratan de explicar palabras de difícil comprensión contenidas en un texto, pudiendo tratarse del conjunto de palabras técnicas utilizadas en determinadas ciencias.

En los **textos académicos** el **glosario** contiene palabras pertenecientes a una misma disciplina o campo de estudio, apareciendo las mismas explicadas, definidas y comentadas.

Muchas veces el **glosario** suele ser incluido al final, o en su defecto, al comienzo de un libro o de cada capítulo con el objetivo de complementar la información que el mismo proporciona.

Los **glosarios** son elaborados mayormente por especialistas en los campos sobre los cuales se ocupan y, apuntan a llegar a un público más amplio, es decir, buscan llegar más allá de aquellos interesados en la materia en cuestión.

## Glosario - Glossary

### Glossary

**Accounting Concepts**—A general understanding of the bookkeeping methods and financial transactions of a business.

**Accounts Payable**—Products or services received by a company but not paid for that are due within one year.

**Accounts Receivable**—What the company is owed for providing products and services to customers. Revenues recorded but uncollected. The process of billing and collecting accounts settled after the guest or company has checked out of the hotel.

**Allocations**—The portion of an expense charged to a specific hotel for services received in connection with expenses incurred at the corporate level on behalf of all the hotels or restaurants in the company.

**Annual Operating Budget**—The formal business and financial plan for a business for one year.

**Consolidated Hotel Budget**—The summary budget for the entire hotel including revenues, expenses, and profits.

**Department Budget**—The specific and detailed budget for an individual department that provides all the financial specifics for revenues, expenses, and profits.

**Asset (Kiyosaki)**—Puts money in your pocket.

**Assets**—The resources owned by a company that are used in the production of products and services by that company.

El glosario, es un listado en orden alfabético de los términos claves del texto con su correspondiente definición.

Fuente: [http://www.amazon.com/Accounting-Financial-Hospitality-Management-Essentials/dp/0132458667/ref=sr\\_1\\_12?s=books&ie=UTF8&qid=1335870703&sr=1-12](http://www.amazon.com/Accounting-Financial-Hospitality-Management-Essentials/dp/0132458667/ref=sr_1_12?s=books&ie=UTF8&qid=1335870703&sr=1-12)

## Para Ampliar – To broaden your knowledge



Trate de encontrar los items del glosario que corresponden a las siguientes definiciones:

- Porción de un gasto cargado a un hotel específico por servicios recibidos en conexión con gastos incurridos a nivel corporativo en nombre de todos los hoteles o restaurantes de la compañía.
- Recursos poseídos por una compañía que son usados en la producción de productos y servicios por dicha compañía.
- Productos y servicios recibidos por una compañía que se liquidan una vez por año o cuyo pago es anual.

Luego busque su equivalente en castellano con sus correspondientes definiciones.

En la sección de los **datos de publicación** se encuentra la información sobre la editorial del libro, su dirección, sitio web y otros datos relevantes de la misma.

Es importante leer esta sección para encontrar datos sobre ediciones anteriores del libro, su año de publicación –que da la pauta de cuan actualizada está la información contenida en el mismo- revisiones, agregados, así como los derechos de autor, la inscripción en los registros de obras publicadas, etc.

Otros **datos** que aparecen en esta sección pueden ser el título de la colección, el nombre del director de colección, la mención de tirada, la lista de obras del autor, la de obras publicadas en la misma colección, si es traducción, el título original y el nombre del traductor.

Algunas colecciones acostumbran a traer en las primeras páginas –otras lo hacen en la solapa– los datos biobibliográficos del autor, acompañados o no por una fotografía. Cuanto más masiva sea la obra, más se exacerbará el aparato destinado a acercar el libro (y su autor) al lector potencial: la foto del escritor y un resumen biobibliográfico en el que la popularidad y el éxito estén resaltados.

## Datos de Publicación – Publication Data

### **Pearson Education Limited**

Edinburgh Gate  
Harlow  
Essex CM20 2JE  
England

and Associated Companies throughout the world

Visit us on the World Wide Web at:  
[www.pearsoned.co.uk](http://www.pearsoned.co.uk)

Original edition entitled *Economics* published by Addison-Wesley Publishing Company, Inc. – A Pearson Education company

### **This edition published by Pearson Education Limited 2008**

© Pearson Education Limited 2000, 2003, 2005, 2008

Authorized for sale only in Europe, the Middle East and Africa.

The rights of Michael Parkin, Melanie Powell and Kent Matthews to be identified as authors of this work have been asserted by them in accordance with the Copyright, Designs and Patents Act 1988.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without either the prior written permission of the publisher or a licence permitting restricted copying in the United Kingdom issued by the Copyright Licensing Agency Ltd, Saffron House, 6-10 Kirby Street, London EC1N 8TS.

ISBN 978-0-13-204122-5

### **British Library Cataloguing-in-Publication Data**

A catalogue record for this book is available from the British Library

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1  
11 10 09 08 07

Typeset in 10/12.5 Times by 35

Printed and bound by Mateu Cromo Artes Graficas, Spain

Sector de derechos de autor

Fuente: [http://www.amazon.com/Economics-Michael-Parkin/dp/0132041227/ref=sr\\_1\\_32?s=books&ie=UTF8&qid=1333736181&sr=1-32](http://www.amazon.com/Economics-Michael-Parkin/dp/0132041227/ref=sr_1_32?s=books&ie=UTF8&qid=1333736181&sr=1-32)

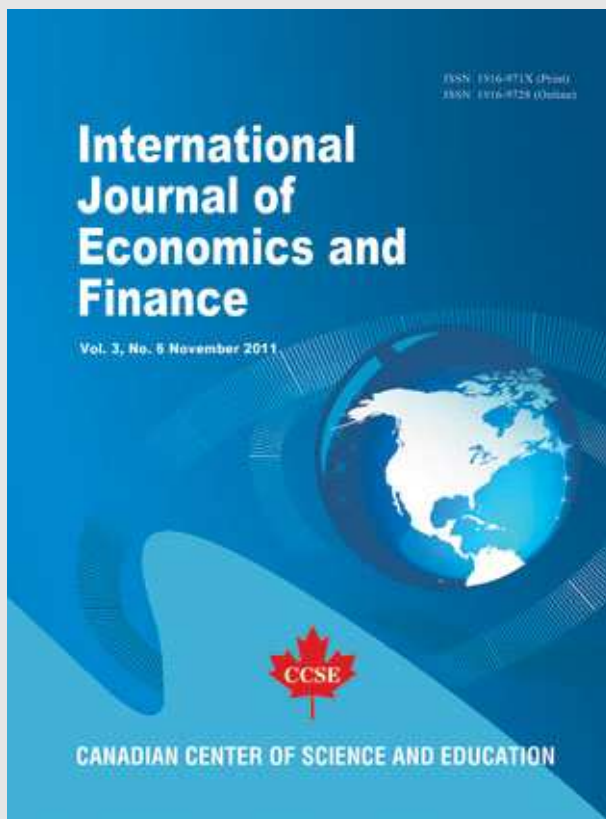
### 1.1.1 Forma y función textual

La preocupación por clasificar los textos –construir una tipología– desempeñó un papel central para la **lingüística del texto** desde su constitución. El tratamiento de los tipos de textos (también *clases de textos* o *géneros*) ha tenido diferentes modos de abordaje.

Actualmente, predominan las propuestas de **multiniveles**, que analizan y tipifican los textos a partir de una jerarquía de criterios funcionales, situacionales y estructurales (Klaus Brinker, 1988) destacando el carácter cognitivo de los tipos textuales.

Es así como se denomina «**género**», en sentido amplio, a *una forma de comunicación reconocida como tal por una comunidad de hablantes*. Se trata, pues, de una realidad de carácter sociocultural sujeta a variación, tanto **intercultural** como **intracultural**, si bien dentro de una comunidad cada género comparte unos rasgos que lo hacen reconocible y que permiten su descripción y análisis.

#### Diferencias en la presentación de las publicaciones – Differences in the presentations of publications



Las publicaciones pueden identificarse por su presentación desde la portada. Preste atención a los elementos presentes en esta portada y compárelos con los del libro de texto y el de la revista.

Fuente: [http://www.ccsenet.org/journal/public/journals/6/homepagelimage\\_en\\_US.jpg](http://www.ccsenet.org/journal/public/journals/6/homepagelimage_en_US.jpg)

Esta perspectiva parte de la consideración de «**texto**» como un *fragmento de lengua utilizado para llevar a cabo un acto o acontecimiento comunicativo de tipo discursivo*. Cuando dicho **texto** presenta una serie de características en particular, se puede decir que pertenece a un determinado género. Estas características son las siguientes:

- Una determinada **estructura** esquemática del discurso (*estructura textual global*). Es el esquema organizativo del **texto**. Permite la anticipación de contextos, la lectura selectiva en busca de una información concreta y la interpretación de las intenciones del autor dentro de la comunidad discursiva, tres características fundamentales para lograr una comunicación rápida y eficaz. La **estructura textual global** se divide en: estructura primaria, compuesta por **secciones**, que son, en su manifestación textual más esquemática, la introducción, el desarrollo y la conclusión; y **estructura secundaria**, compuesta por **movimientos**, que son las partes integrantes y diferenciadas de cada sección y que cumplen una función concreta dentro de ella.
- Limitaciones en cuanto a las posibilidades de **desarrollo temático**. Por ejemplo, dentro del campo de los negocios, el **género** «carta comercial» difícilmente tratará temas científicos, del mismo modo que el **género** «artículo científico» no se ocupará de la gestión empresarial.
- Condicionamientos de **registro** (*microestructura*). La disposición y las características de los elementos que componen el **texto** oral o escrito le proporcionan cohesión y coherencia, y lo convierten en un mensaje que reconoce la comunidad discursiva a la que va destinado. Son precisamente esos elementos (el léxico, la gramática, la oración y sus relaciones) los que permiten diferenciar un escrito de otro dentro de una determinada **estructura textual global**.
- Cumplimiento de una función concreta dentro de la comunidad en la que se utiliza. Los **textos** tienen muchas funciones diferentes en la vida social, lo que conlleva las diferencias correspondientes en **forma** y **sustancia**. Por ejemplo, para realizar la función concreta de «solicitar una tarjeta de crédito» se utilizan los textos correspondientes al **género** «formulario».

## Organización del texto – Text organization



La organización de la información y su presentación transmiten la idea del género y, por ende, la función textual.

Fuente:

[http://www.amazon.com/gp/product/images/B00006K8M0/ref=dp\\_image\\_0?ie=UTF8&n=599858&s=magazines](http://www.amazon.com/gp/product/images/B00006K8M0/ref=dp_image_0?ie=UTF8&n=599858&s=magazines)

El **género** permite una interacción rápida y eficaz entre los individuos que conocen sus características, ya que una vez identificada su estructura y función tanto el emisor como el receptor pueden anticipar gran parte de las intenciones de su contenido, lo que facilita la posibilidad de acceder al objetivo comunicativo previsto. Las muestras de cada **género** en concreto pueden presentar diversos patrones, pero serán similares en cuanto a **función, estructura, registro, contenido y audiencia** prevista.

En conclusión, el **género**, entendido de esta forma, constituye una categoría universal, ya que todas las culturas disponen de una gran cantidad de **géneros** entre los que pueden elegir para comunicarse, adaptándolos a las circunstancias concretas de uso.

## 1.1.2 Texto y paratexto

Etimológicamente, “**paratexto**” sería lo que rodea o acompaña al texto (para = junto a, al lado de), aunque no sea evidente cuál es la frontera que separa texto de entorno. El **texto** puede ser pensado como objeto de la lectura, a la que preexiste, o como producto de ella: se lee un **texto** ya escrito o se construye el **texto** al leer. Pero ya se considere que el **texto** existe para ser leído o porque es leído, la lectura es su razón de ser, y el **paratexto** contribuye a concretarla.

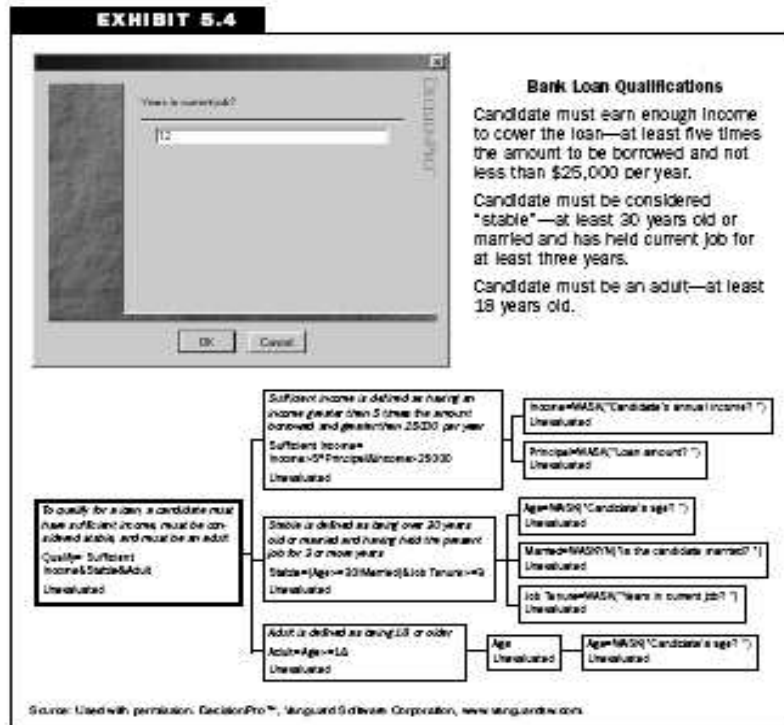
### Texto y paratexto – Text and paratext

#### ESSENTIALS of Knowledge Management

##### Expert Systems

Pattern matching is the basic technology underlying expert systems—programs that can make humanlike decisions, especially reasoning under conditions of uncertainty. Expert systems are also useful in helping experts work out a process, such as medical diagnosis. Once the process is distilled into rules, the logic can be incorporated into the standard programming environment or delivered as graphical decision diagram.

As an example of how pattern matching technology can be applied to Knowledge Management, consider the system illustrated in Exhibit 5.4. In this rule-based expert system, DecisionPro, by Vanguard Software,



Los paratextos aportan claridad y organización al texto mediante tipografía diferente, imágenes, cuadros, etc.

Fuente: Bergeron, B. (2003), “Essentials of Knowledge Management”, Wiley, New Jersey



El **paratexto** es un dispositivo pragmático, que, por una parte, predispone –o condiciona– para la lectura y, por otra, acompaña en el trayecto, cooperando con el lector en su trabajo de construcción –o reconstrucción– del sentido. Además de los elementos verbales (prefacios, epígrafes, notas, etc.), el **paratexto** incluye manifestaciones icónicas (ilustraciones), materiales (tipografía, diseño) y puramente factuales (hechos que pesan sobre la recepción, información que circula por distintos medios acerca de un autor entre otros).

Entonces, se llama **paratexto** a las variaciones tipográficas y de diagramación o disposición de texto y gráfica (cuadros, gráficos, ilustraciones, etc.) en la página. Son cuestiones morfológicas, que hacen a la forma en que el **texto** se presenta a la vista. Un mismo texto puede asumir “formas” (diseños) distintas, sin que el contenido del mismo se modifique sustancialmente.

El **paratexto** permite anticipar el contenido del texto. Prestar atención a ciertos **paratextos** permite construir una idea sobre el tema del texto que tenemos en nuestro poder. A través de los **paratextos** podemos decidir rápidamente si nos interesa o no un libro o un texto en particular. Los **paratextos** pueden clasificarse de forma amplia en gráficos y verbales.

Los **paratextos gráficos** se componen de ilustraciones, fotografías, variaciones en las letras, y la diagramación o presentación de la información. Por ejemplo, las fotos, las imágenes, el tamaño de las letras, los colores, proporcionan información sin necesidad de leer todo.

Por otro lado, los **títulos, subtítulos e índices** son elementos **paratextuales verbales** que anticipan mucha información del texto englobando el tema central a desarrollar en el mismo.

### 1.1.3 Tópicos y subtópicos

El **tópico** designa un tema, hace referencia a una idea o a una forma de estereotipo que se suele aplicar en determinadas situaciones o momentos. Un **tópico** puede ser entendido como un **tema** del cual hablar o investigar.

En lingüística, el **tópico** es el tema sobre el cual se habla o el sujeto al cual se hace referencia, entendido sujeto no como persona si no como materia, asunto. Para esta rama de la comunicación, el **tópico** es el centro de un debate, de una conversación o discusión mientras que los comentarios son aquellas formas discursivas que se arman en torno del **tema** o **asunto propuesto**.

El término **subtópico** define aquellas entidades asociadas o relacionadas con un constituyente **tópico** activado en el discurso o inferibles de una unidad tópica conocida. Los **subtópicos** poseen una doble naturaleza informativa, como entidades novedosas, debido a que son introducidas como tales por primera vez en el discurso, y, al mismo tiempo, como entidades conocidas ya que son contextualmente dependientes y proceden o se pueden reconstruir, aunque sea de

forma indirecta de otras entidades evocadas en el discurso. El **subtópico** puede ser deducible tanto del contexto lingüístico como del contexto situacional o del conocimiento general que los interlocutores comparten.

Por ejemplo, como se muestra en la imagen que sigue a continuación, dentro del **tópico** "Proceso Empresarial" correspondiente al segundo capítulo del libro se desarrollan los **subtópicos** sobre los factores críticos para el comienzo de una nueva empresa, la evaluación de las oportunidades, la determinación de las necesidades de recursos y su adquisición, potencial de ganancia e ingredientes para el éxito de un nuevo negocio.

Por otro lado, se entiende que el **subtópico** sobre "atributos personales" refiere a aquellos atributos fundamentales para comenzar una nueva empresa y no para, por ejemplo, para obtener un nuevo empleo.

## Tópicos y subtópicos – Topic and subtopics

### 2 The Entrepreneurial Process 49

Critical Factors for Starting a New Enterprise	50
Personal Attributes	52
Environmental Factors	52
Other Sociological Factors	54
Evaluating Opportunities for New Businesses	56
The Opportunity	57
The Customer	58
The Timing	58
The Entrepreneur and the Management Team	59
Resources	60
Determining Resource Needs and Acquiring Resources	60
Startup Capital	62
Profit Potential	64
Ingredients for a Successful New Business	66
■ Conclusion	68
■ Your Opportunity Journal	68
■ Notes	68
☐ CASE: ALISON BARNARD	70

Los subtópicos definen aquellas entidades asociadas o relacionadas con un constituyente tópico activado en el discurso o inferibles de una unidad tópica conocida.

Fuente: [http://www.amazon.com/Entrepreneurship-William-D-Bygrave/dp/0470450371/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1335014471&sr=1-1](http://www.amazon.com/Entrepreneurship-William-D-Bygrave/dp/0470450371/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1335014471&sr=1-1)

### 1.1.4 Imágenes, cuadros, tablas y diagramas

Concebir la imagen como texto permite diseñar esquemas de análisis de las realidades visuales (fotografías, pinturas, dibujos, etc.) basados en el estudio de la gramática de las unidades textuales, intentando buscar tanto las propiedades del enunciado como las de la enunciación.

Todo texto posee unidad, propiedad semántica global según la cual adquiere coherencia (sentido). Para Vílchez (1983: 34) la coherencia textual en la imagen "es una propiedad semántico-perceptiva del texto y permite la interpretación de una expresión respecto a su contenido y de una secuenciación de imágenes en relación con su significado".

En nuestra práctica docente intentamos mediante la alfabetización icónica que los alumnos estudien las capas profundas de significación de los textos visuales intentando que lleguen a descubrir los significados metatextuales (subliminales) que contienen.

Si bien existe una diferencia de grado entre el **dibujo** (más codificado por ser artesanal) y la **fotografía** (supuesta reproducción mecánica de lo real), el estilo es ineludible en ambas. Usualmente se otorga a la **fotografía** el privilegio documental, testimonial: lo que está fotografiado es "verdadero".

Como la cámara tiene la extraña virtud de fijar la realidad cambiante, se confiere a la **fotografía** carácter probatorio. No obstante, la fijación de la realidad es también su fragmentación, lo que disminuye el valor documental de la **fotografía**. En segunda instancia, implica la elección de un ángulo, de un encuadre: es siempre un punto de vista y una construcción. De aquí la costumbre de acompañar las **imágenes** con epígrafes o leyendas que orienten su interpretación, anclando uno entre los muchos sentidos virtuales.

Según Umberto Eco "(...) los **signos icónicos** reproducen algunas condiciones de la percepción del objeto, pero después de haberlas seleccionado según códigos de reconocimiento y haberlos registrado según convenciones gráficas (...)" (Eco, 1972:30). Claro que en muchos casos se invierte la relación, y es la **imagen** la que ancla el texto, dando volumen o jerarquizando ciertos pasajes. Cuando la **imagen** se vincula de este modo con el texto, se transforma en **ilustración**.

## Dibujos y fotografías - Drawings and photographs



Tanto los dibujos como las fotografías expresan un punto de vista específico que el autor desea transmitir.

Fuente: <http://theboldcorsicanflame.files.wordpress.com/2010/08/chinese.jpg> y

[http://s3.amazonaws.com/files.posterous.com/temp-2010-07-25/pdsEolrbopzCpkuadeblnHfACwHfHDDvgElssgjuinhFrHvEmablCllksG/foxconn-terry-gou-china-workers-manufacturing-offshoring-wythtech\\_3.jpg.scaled500.jpg?AWSAccessKeyId=AKIAJFZAE65UYRT34AOQ&Expires=1335796519&Signature=rQ6dq0pBWR4GZZmrwuNoPzeYFA%3D](http://s3.amazonaws.com/files.posterous.com/temp-2010-07-25/pdsEolrbopzCpkuadeblnHfACwHfHDDvgElssgjuinhFrHvEmablCllksG/foxconn-terry-gou-china-workers-manufacturing-offshoring-wythtech_3.jpg.scaled500.jpg?AWSAccessKeyId=AKIAJFZAE65UYRT34AOQ&Expires=1335796519&Signature=rQ6dq0pBWR4GZZmrwuNoPzeYFA%3D)

Las publicaciones científicas y los libros de texto, por su parte, incluyen otros tipos de **ilustraciones** aparte de **fotografías** y **dibujos: esquemas** y **gráfica**. La **gráfica** exige un tratamiento lógico de la información. Usualmente el autor acompaña el texto con los **gráficos, diagramas** y **mapas** pertinentes como forma de reforzar, ejemplificar, resumir o facilitar la comprensión de la información escrita.

**Ilustración** y **diseño** están estrechamente vinculados desde los comienzos del libro y en la actualidad se han transformado en un factor dominante desde el punto de vista comercial. El **diseño gráfico**, específicamente, es la manipulación del **texto**, la **ilustración** y los **márgenes** con vistas a su impacto visual (Dalley, 1981:104).

Es justamente en el campo del **diseño**, en lo concerniente a la forma que el texto asume ante los ojos del lector, donde hoy se hace sentir más la influencia de los

medios audiovisuales. En el **libro de texto** el diseño se vuelve doblemente significativo, ya que permite jerarquizar la información según grados de importancia y facilitar la comprensión.

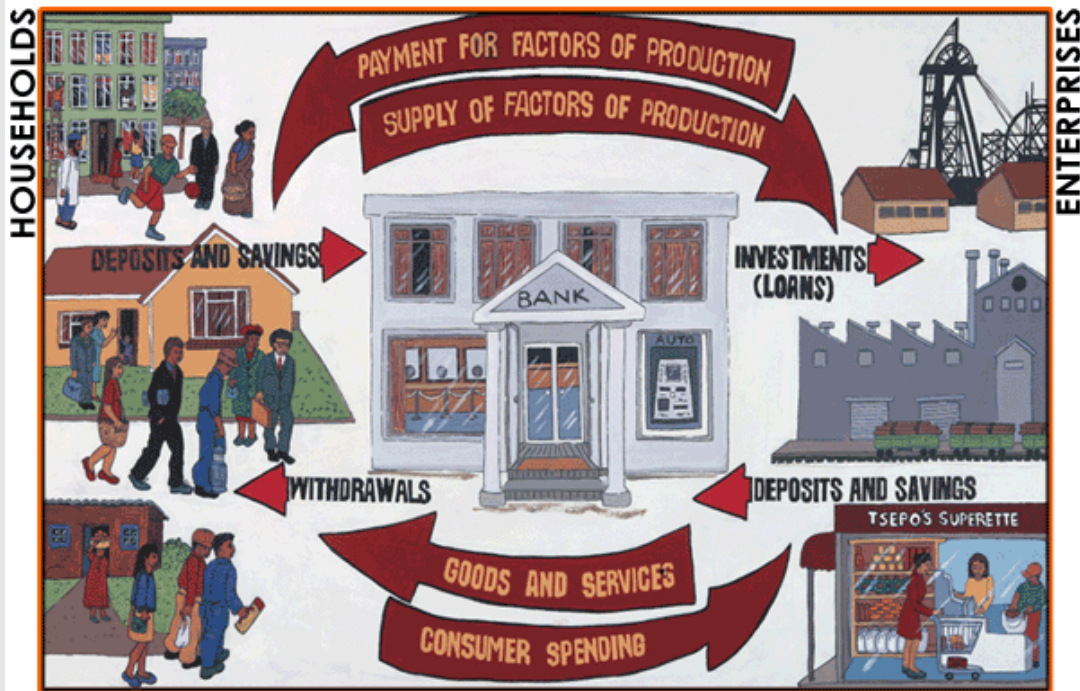
Los procedimientos más habituales son la diferenciación de bloques tipográficos (presentación, texto central, resumen, comentarios, ejercicios, epígrafes de las fotografías, etc.), el uso de recuadros para resaltar conceptos o informaciones importantes y los cambios de grosor (negrita, seminegrita) o de variante (romana, bastardilla) para destacar palabras clave (Richaudeau, 1981).

**Texto, imagen, signos, etc. – Text, image, signs, etc.**

Enterprises buy the factors of production from households and reward them with money in the form of wages and salaries, rent and profit and interest, called income. Money thus flows from businesses to households.

Households' savings are kept at financial institutions. There is thus a flow of money from households to financial institutions.

Households use their income to buy goods and services from enterprises and pay enterprises with money. Money thus flows from the households to the enterprises.



Households borrow money from financial institutions, for example, to buy cars, houses and furniture. There is thus a flow of money from financial institutions to households.

The savings of business enterprises are also kept at financial institutions. There is thus a flow of money from enterprises to financial institutions.

Enterprises also borrow money from financial institutions. They borrow money, for example, to increase the size of their businesses.

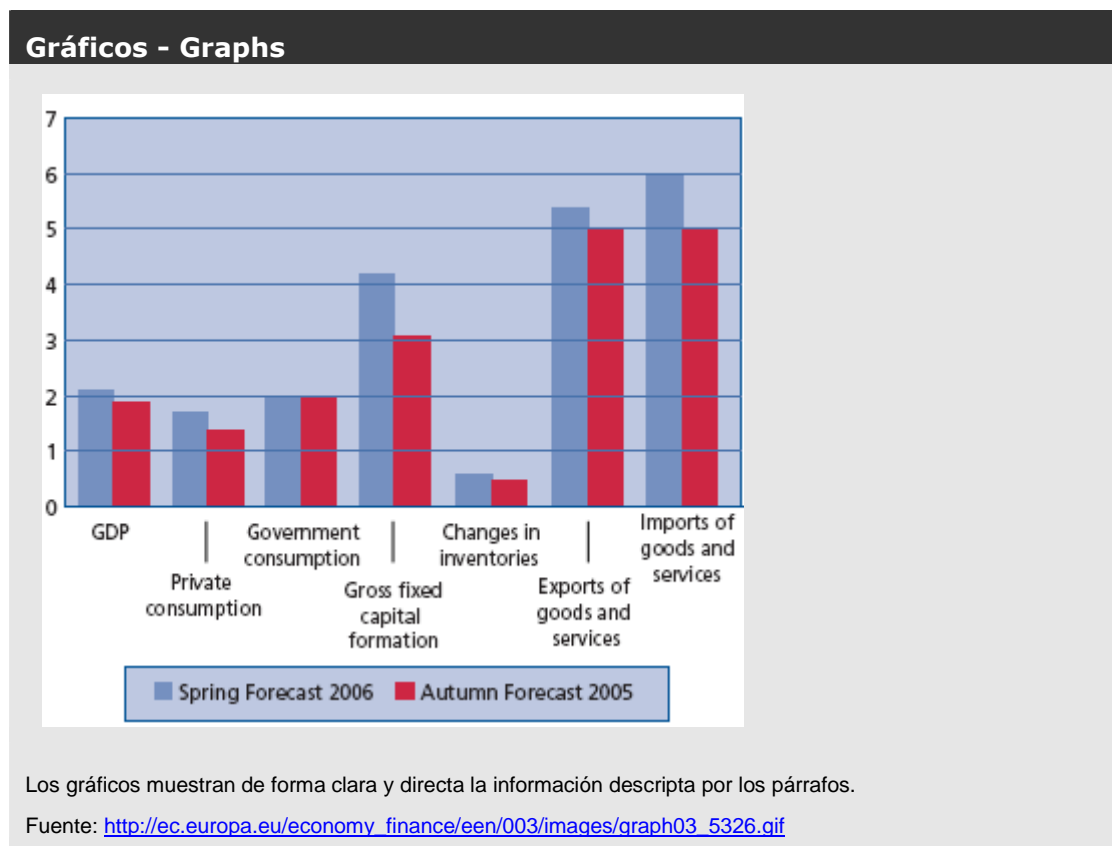
Las imágenes se combinan con el texto y los signos para ilustrar los procesos y aportar a su mejor comprensión.

Fuente: <http://www.mindset.co.za/finlitassets/imagesmod2/Economic-Cycle.gif>



En un grado inferior de iconicidad que los **diagramas, redes y mapas**, se encuentran los **cuadros** y otras formas de representar la información aprovechando las dos dimensiones del plano.

Un **cuadro sinóptico** es una forma de expresión de gráficos e ideas o textos ampliamente utilizados como recursos instruccionales y se definen como representaciones visuales que comunican la estructura lógica del material educativo. Son estrategias para organizar el contenido de conocimientos. Un **cuadro sinóptico** es aquel que muestra proyectos de manera sencilla.

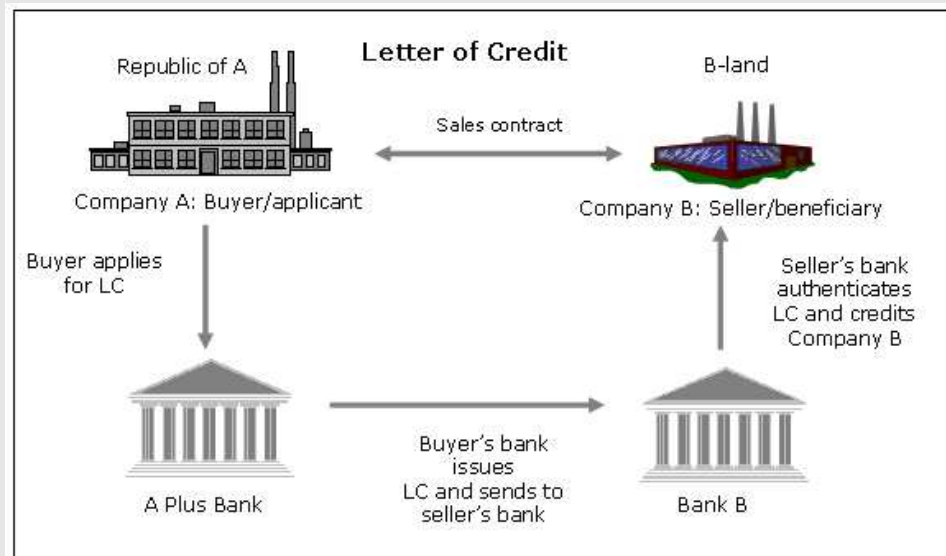
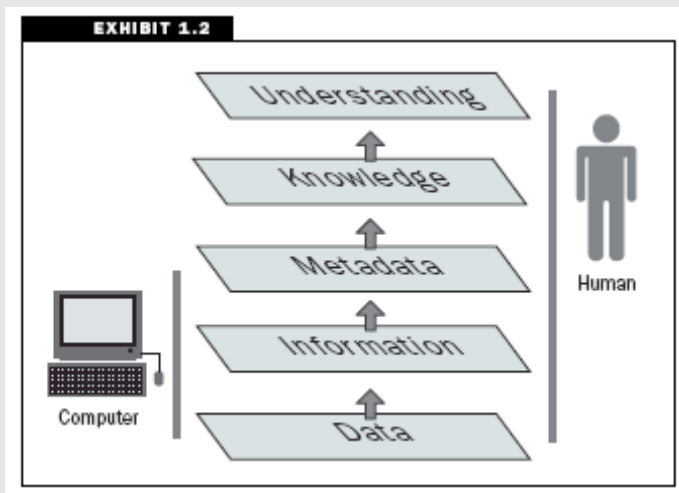


Un **cuadro sinóptico** sirve para estudiar un tema, una teoría o una variable que tratan diversos autores, porque su principal función es contrastar, o sea, encontrar semejanzas y diferencias, entre una o varias variables de un mismo tema.

El **cuadro sinóptico proporciona** una estructura global coherente de una temática y sus múltiples relaciones. Los **cuadros sinópticos** pueden presentarse por medio de llaves y tomar forma de diagramas o pueden estar compuestos por filas y columnas a manera de tablas.

El **diagrama** de bloques es la representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se hace mediante bloques y sus relaciones, y que, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas.

## Diagramas – Diagrams



Los diagramas expresan de forma clara y concisa la información provista por el texto. Aclaran e ilustran.

Fuente: Bergeron, B. (2003), "Essentials of Knowledge Management", Wiley, New Jersey y [http://www.frbatlanta.org/econ\\_rd/macroblog/120908a.jpg](http://www.frbatlanta.org/econ_rd/macroblog/120908a.jpg)



## 1.2 El capítulo

La forma en la que está organizado el material de un **libro** tiene un impacto significativo que representa si el autor ha logrado comunicar efectivamente lo que deseaba decir a los lectores o no. Los **textos académicos** deben, de esta forma, estar organizados de una forma coherente y cohesiva.

Para ello, el **libro de texto** será organizado en varios niveles. Es decir, el libro entero necesita tener sentido como un todo, pero cada parte o sección también necesita tener sentido independientemente del resto. La escritura clara, entonces, debe llegar a estar organizada hasta el nivel oracional para que una oración fluya lógicamente en la otra.

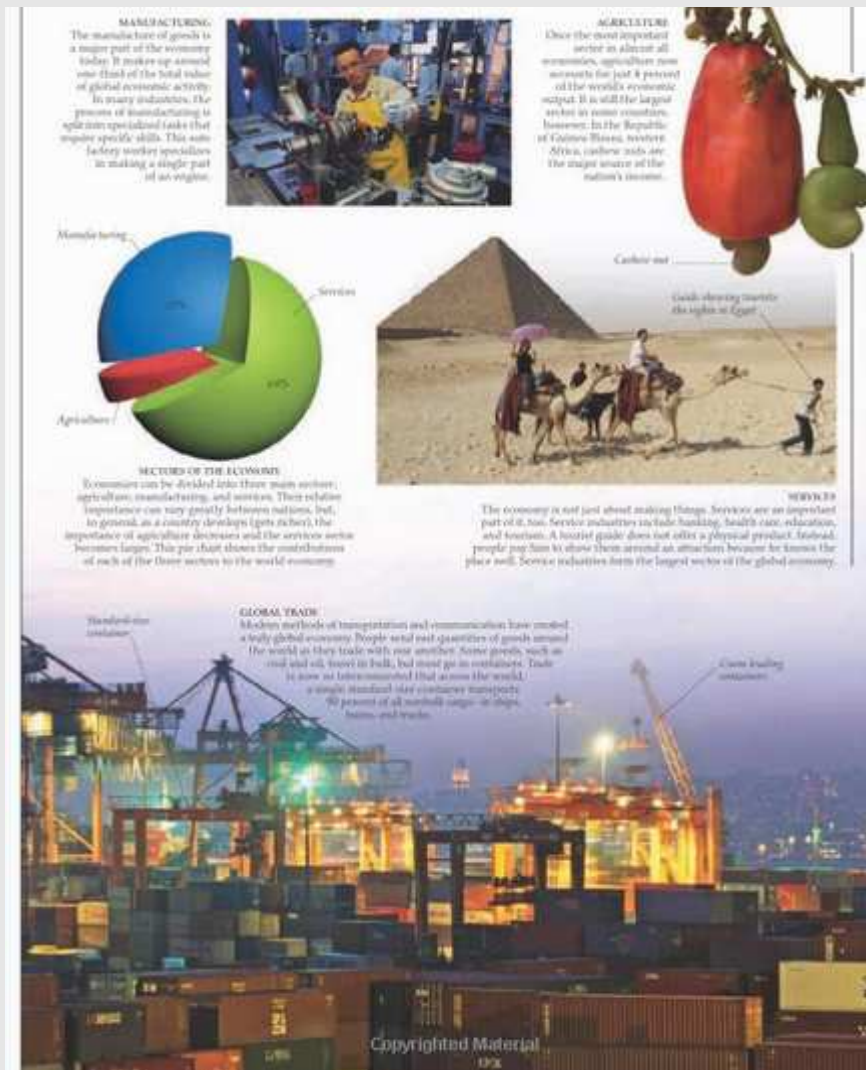
Al igual que el **texto académico** en general, el **capítulo** del texto académico también se encuentra organizado bajo estándares comunes al entorno al que pertenece. Es decir, si tomamos hojas sueltas de algún libro de texto universitario, seguramente podríamos reconocerlo como tal. O, si hallamos una hoja de diario o de una revista destinados al público en general, será fácil distinguir por su presentación visual, su organización textual y otros paratextos, a que tipo de publicación pertenecen.

### Para Reflexionar – Have you ever thought...?



Los capítulos de los textos académicos se caracterizan por tener todos y cada uno de ellos una estructura similar a lo largo de la publicación. Es decir, cada parte en la que se divide el texto se estructurará bajo el mismo formato: introducción, objetivos, desarrollo del tema y subtemas, conclusiones, resumen y preguntas de discusión.

Academic texts chapters are characterized by having the same structure throughout the publication. That is, each part in which the textbook is divided will be structured with the same text format: introduction, learning objectives, topic development, subtopic development, conclusions, summary and discussion questions.



Hoja de un capítulo de un texto académico del tipo enciclopedia sobre economía.

Fuente: [http://www.amazon.com/DK-Eyewitness-Books-Economy-Publishing/dp/0756658268/ref=sr\\_1\\_12?s=books&ie=UTF8&qid=1335900916&sr=1-12](http://www.amazon.com/DK-Eyewitness-Books-Economy-Publishing/dp/0756658268/ref=sr_1_12?s=books&ie=UTF8&qid=1335900916&sr=1-12)

### 1.2.1 Partes constitutivas

Los **capítulos** de los **textos académicos** se construyen a partir de algunas secuencias textuales básicas. La estructura que presenta todo **capítulo** de un texto académico se puede sintetizar en los siguientes componentes: a) La introducción, donde se expone de que se va a hablar o se hace una breve reseña general sobre el tema; b) El núcleo, que desarrolla el tema del que se habla en detalle y c) El cierre, que hace referencia a lo que se ha hablado en forma de resumen o conclusión.

Algunos **capítulos** de textos académicos incluyen, además, un listado de objetivos o conceptos que se deberían adquirir o dominar luego de haber abordado la lectura del **capítulo**, y, preguntas de discusión que sirven para autoevaluarse al final de la lectura.

<b>Organización de los capítulos – Chapters organization</b>	
<b>CONTENTS</b>	
Preface .....	x
Acknowledgements.....	xi
Real-world examples at a glance.....	xii
<b>CHAPTER 1 Introduction to tourism management</b>	<b>1</b>
Introduction .....	2
The phenomenon of tourism.....	2
Definition of tourism.....	2
<i>The importance of tourism</i>	3
Tourism as an academic field of study .....	3
<i>Obstacles to development</i>	4
<i>Indications of development</i>	7
<i>A sequence of tourism platforms</i>	10
<i>Universities and community colleges</i>	12
Characteristics, outline and structure .....	13
<i>Chapter outline</i>	14
<i>Chapter structure</i>	14
Chapter review .....	16
<i>Summary of key terms</i>	16
<i>Questions</i>	17
<i>Exercises</i>	18
<i>Further reading</i>	18
<b>CHAPTER 2 The tourism system</b>	<b>19</b>
Introduction .....	20
A systems approach to tourism .....	20
<i>The basic whole tourism system</i>	20

Los diferentes capítulos de los textos académicos conservan la misma estructura a lo largo de toda la publicación.

Fuente:  
[http://books.google.com.ar/books?id=mQwV\\_sD33BgC&printsec=frontcover&dq=tourism+ebooks&hl=es&a=X&ei=9GugT5PdDoaw8AS2yMypAQ&ved=0CDwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.ar/books?id=mQwV_sD33BgC&printsec=frontcover&dq=tourism+ebooks&hl=es&a=X&ei=9GugT5PdDoaw8AS2yMypAQ&ved=0CDwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)

## Para Ampliar – To broaden your knowledge



Mire el capítulo 1 del índice anterior e infiera que partes aparecerán en el capítulo 2 al igual que en el resto del libro.

Look at chapter 1 in the table of contents above and infer the parts which will be present in chapter 2 as well as in the rest of the book.

### 1.2.2 El párrafo

El **párrafo** es una unidad de discurso que en un texto escrito expresa una idea o argumento o bien reproduce las palabras de un orador en un discurso. Se encuentra compuesto por un conjunto de oraciones que ostentan cierta unidad temática. Dicha unidad se expresa a través de una palabra clave o una idea clave que controla la información en el resto del párrafo.

Todo **texto** en prosa se organiza en **párrafos**. Comienza con una mayúscula y termina con un punto y aparte y comprende varias oraciones, como se mencionó anteriormente, relacionadas por el mismo tema, en tanto una de ellas solamente expresará la idea principal.

La práctica más habitual que se utiliza para separar los **párrafos** de un texto es colocar una sangría al comienzo del mismo, ocupando la misma de tres a cinco espacios, complementándose la misma con la introducción de una línea en blanco o una mayor separación con respecto a la siguiente línea al finalizar el mismo.

La organización del **párrafo** refleja el ordenamiento de las ideas, es decir, por lo general se expone la idea principal y se la apoya, se la explica o se la complementa con ideas secundarias.

Existen varios tipos de **párrafos**: narrativo (formado por una secuencia de afirmaciones, típico de una noticia o crónica), descriptivo (potencia el uso de la palabra con una descripción sensorial), argumentativo (su objetivo es el de presentar opiniones o en su defecto rebatirlas para persuadir al receptor), expositivo (explica o desarrolla más ampliamente el tema que presenta), de compasión o contraste (compara objetos o ideas con la intención de marcar semejanzas y diferencias) y de enumeración (enumera situaciones que van de lo más a lo menos importante).

## Para Ampliar – To broaden your knowledge

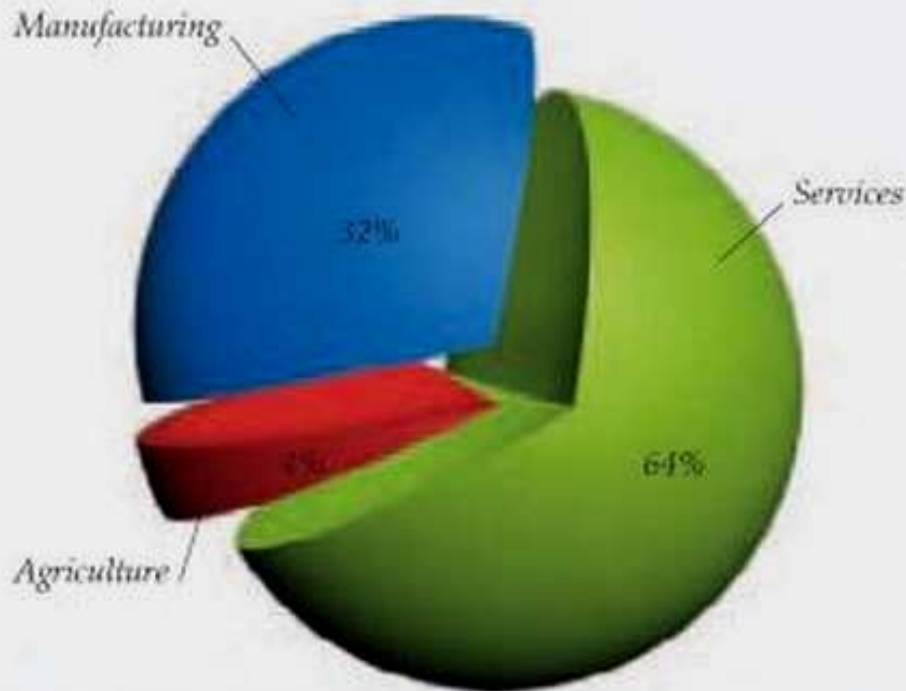


Mire el párrafo extraído de un texto académico sobre economía y trate de establecer cual es la oración que establece el tema mas general del que se habla.

Reflexione sobre la información que provee en dicha oración y su relación con la información que aportan las otras oraciones del párrafo.

Finalmente identifique el tema de la última oración de este párrafo y saque conclusiones respecto a lo leído en esta sección (el párrafo) para luego asociarlo que el tema que sigue (la oración tópico)

## Párrafos - Paragraphs



### SECTORS OF THE ECONOMY

Economies can be divided into three main sectors: agriculture, manufacturing, and services. Their relative importance can vary greatly between nations, but, in general, as a country develops (gets richer), the importance of agriculture decreases and the services sector becomes larger. This pie chart shows the contributions of each of the three sectors to the world economy.

Los párrafos son grupos de oraciones que dan cuenta de un tópico determinado. Posee al menos una oración tópico que es la más general.

Fuente: [http://www.amazon.com/DK-Eyewitness-Books-Economy-Publishing/dp/0756658268/ref=sr\\_1\\_12?s=books&ie=UTF8&qid=1335900916&sr=1-12](http://www.amazon.com/DK-Eyewitness-Books-Economy-Publishing/dp/0756658268/ref=sr_1_12?s=books&ie=UTF8&qid=1335900916&sr=1-12)

### 1.2.3 La oración tópico

Teniendo en cuenta que los **párrafos** pueden contener muchos diferentes tipos de información, ya sea varios ejemplos, una sola ilustración del tema en general, también podría describir un lugar, un personaje o un proceso, narrar una serie de eventos, comparar o contrastar dos o más cosas, clasificar elementos en categorías o describir causas y efectos. A pesar del tipo de información que contengan, todos los **párrafos** comparten ciertas características, una de las más importantes es la **oración tópico**.

Un **párrafo** bien organizado avala o desarrolla una idea central única, que es expresada en una oración llamada **oración tópico**. Esta oración tiene varias funciones importantes, a saber: sustancia o avala la afirmación central del texto, unifica el contenido del **párrafo** y dirige el orden de las oraciones adelantando al lector el tema a ser tratado y como el párrafo lo tratará.

Los lectores generalmente observan las primera oraciones en un **párrafo** para determinar el tema y la perspectiva del **párrafo**. Por eso es aconsejable colocar la **oración tópico** al comienzo del mismo. En algunos casos, sin embargo, es más efectivo colocarla luego de una oración que una el párrafo anterior con el actual que provea antecedentes.

En conclusión, la **oración tópico** es aquella en la que se expone el tema central, la idea más importante de la que se trata un **párrafo**. También se la conoce con el nombre de **oración foco** la cual encapsula u organiza el resto del **párrafo**. Aunque puede aparecer en cualquier lugar del **párrafo**, en el texto académico a menudo aparecen al principio. Por ello, puede pensarse a la **oración tópico** como con dos funciones diferentes a la vez. Por un lado relaciona al **párrafo** con el tema central del capítulo o apartado y, por otro, define el alcance del **párrafo** mismo.

### Oración Tópico – Topic Sentence

When we think of tourism, we think primarily of people who are visiting a particular place for sightseeing, visiting friends and relatives, taking a vacation, and having a good time. They may spend their leisure time engaging in various sports, sunbathing, talking, singing, taking rides, touring, reading, or simply enjoying the environment. If we consider the subject further, we may include in our definition of tourism people who are participating in a convention, a business conference, or some other kind of business or professional activity, as well as those who are taking a study tour under an expert guide or doing some kind of scientific research or study.

These visitors use all forms of transportation, from hiking in a wilderness park to flying in a jet to an exciting city. Transportation can include taking a chairlift up a Colorado mountainside or standing at the rail of a cruise ship looking across the blue Caribbean. Whether people travel by one of these means or by car, motorcoach, camper, train, taxi, motorbike, or bicycle, they are taking a trip and thus are engaging in tourism. That is what this book is all about—why people travel (and why some don't) and the socio-economic effects that their presence and expenditures have on a society.

Las oraciones tópico exponen el tema del párrafo de forma más general.

Fuente: [http://www.amazon.com/International-commerce-Arthur-Latham-Perry/dp/1429715227/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1335914702&sr=1-1](http://www.amazon.com/International-commerce-Arthur-Latham-Perry/dp/1429715227/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1335914702&sr=1-1)



### 1.3 El texto académico on-line

Existen tres tipos de **textos académicos electrónicos** que el lector encuentra online, ellos son: los textos no lineales, los textos multimediales y los textos interactivos. Todos ellos presentan diferentes desafíos para el estudiante universitario.

Sin embargo, este tipo de **textos electrónicos** son de preferencia para los estudiantes con acceso a Internet ya que se caracterizan por su conveniencia y rapidez en cuanto a la búsqueda. Además, los vínculos asociados a los **textos académicos online** tales como gráficos animados, íconos, videos, tablas e ilustraciones en dos o tres dimensiones agilizan la comprensión y por ello son elegidos por los estudiantes.

Los **textos académicos electrónicos** destacan la autenticidad e integridad de contenido que debería coincidir con cualquier versión impresa incluyendo todos sus elementos: texto, gráficos e ilustraciones. Además, los **textos académicos electrónicos** incorporan cada vez más información que solo puede ser presentada como medios no impresos, por ejemplo animaciones, visualizaciones, contenido interactivo, etc.

#### Texto Académico en línea - Online Academic Text

The screenshot displays a web browser window with the URL [publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft367nb2h4&chunk.id=0&toc.id=&brand=ucpress;query=commerce](http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft367nb2h4&chunk.id=0&toc.id=&brand=ucpress;query=commerce). The page header identifies it as the 'UC Press E-Books Collection, 1982-2004' from the 'University of California Press'. The main content area is titled 'Political Economy and the Rise of Capitalism' and features a table of contents with 126 occurrences of the word 'commerce'. The table of contents includes sections like 'Acknowledgments', 'Introduction', and several chapters with their respective page numbers and titles. A book cover for 'Political Economy and the Rise of Capitalism: A Reinterpretation' by David McNally is shown, along with a 'BUY THIS BOOK' button. The page also includes a 'Dedication' section and a 'Preferred Citation' section with the following text: 'Preferred Citation: McNally, David. *Political Economy and the Rise of Capitalism: A Reinterpretation*. Berkeley: University of California Press, c1988. <http://ark.cdlib.org/ark:/13030/ft367nb2h4/>

Existen muchos textos académicos online.

Fuente:

<http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft367nb2h4&chunk.id=0&toc.id=&brand=ucpress;query=commerce>



### 1.3.1 Texto e hipertexto

Un **texto** común está diseñado principalmente para ser impreso y leído de forma lineal, esto es, comienza a leerse por la primera línea del primer párrafo y termina de leerse en la última línea del último párrafo.

En el **hipertexto**, por el contrario, generalmente no es necesario seguir el documento de forma lineal, sino que en diferentes puntos del mismo se da la posibilidad de saltar a otros documentos diferentes u otras partes del mismo documento, mediante enlaces especiales incluidos en él llamados **hipervínculos**.

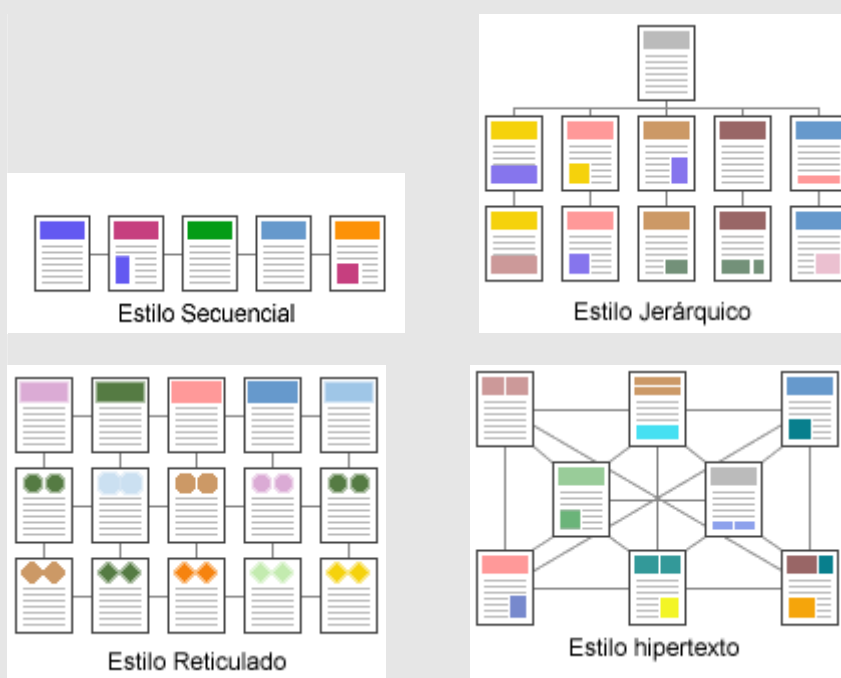
Es decir, que el **hipertexto** es un texto que se vincula a otra información mediante enlaces entre palabras, íconos u otros elementos llamados **hipervínculos**. Mediante dichos enlaces el usuario puede rápidamente acceder a otro contenido diferente a o relacionado con el texto que está leyendo.

Los sistemas **hipertextuales** están basados en un enfoque en cual el usuario tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de fuentes diversas, proveyendo la posibilidad de acceder a documentos de manera no secuencial. Esta flexibilidad de acceso genera las nociones de navegación, personalización de presentaciones y anotaciones.

Así, el **hipertexto** configura una tecnología que organiza una base de información en distintos bloques de contenidos, conectados a través de una serie de enlaces cuya activación o selección por el lector provoca la recuperación de información [Díaz et al, 1996].

En consecuencia, el **hipertexto** ha sido definido como un enfoque para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una red de nodos conectados por enlaces. Los nodos contienen textos como también gráficos, imágenes, audio, animaciones y video, así como código ejecutable u otra forma de datos a los que se les da el nombre de **hipermedios**.

## Estilos de acceso a la información – Information Access Styles



En la figura se representan los diferentes estilos de acceso a la información partiendo del secuencial característico del texto impreso, el estilo jerárquico, el estilo reticulado y el hipertexto característico del texto online.

Fuente: <http://ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.html>

Considerando cómo se representa el conocimiento humano, el hombre opera por asociación, saltando de un ítem al próximo, en forma casi instantánea. El paradigma **hipermedia** intenta modelar este proceso con enlaces entre bloques de información contenidos en nodos.

A diferencia de los **libros impresos**, en los cuales la lectura se realiza en forma secuencial desde el principio hasta el final, en un ambiente hipermedial la "lectura" puede realizarse en forma no lineal, y los usuarios no están obligados a seguir una secuencia establecida, sino que pueden moverse a través de la información y hojear intuitivamente los contenidos por asociación, siguiendo sus intereses en búsqueda de un término o concepto.

### 1.3.2 Lectura lineal e hipertextual

La **lectura hipertextual** produce una extensión del concepto de lectura y requiere de habilidades de selección para la integración correcta de textos generalmente dispersos y fragmentados. También exige profundizar la concentración ante las numerosas distracciones que pueden extraviar los objetivos de la lectura. Y, en general, en la **lectura hipertextual**, la automatización de la percepción visual de la escritura

electrónica se complejiza y la reconfiguración del conocimiento del lector se enriquece.

La **navegación Web** dentro de la cual se realiza la **lectura hipertextual** trae consigo la oportunidad del acceso a recursos pedagógicos no lineales – hipertextos- fuentes de información de enorme actualidad, pero, que presentan desafíos al sistema educativo universitario, debido a la enorme carga cognoscitiva que desorienta al estudiante.

Para ello deben tenerse en cuenta los conceptos y métodos de observación del fenómeno Web caracterizando un modelo general de interactividad humana-computador como así también los factores humanos en su cibernética y, fundamentalmente, la comprensión lectora de textos en escenarios digitales complejos.

Entre los mecanismos cognoscitivos surgidos de la relación humanos y computadoras involucrados en la lectura hipertextual se encuentran varios modelos de navegación web los cuales influyen a tal punto la propuesta lectora en la que cada vez más se apoya la educación superior, que de ellos dependerá en mucho el éxito de esta educación.

Es así como, todo profesor que recurre a la **navegación Web** con algún propósito educativo, debe basarse en un modelo cognoscitivo que prediga y explique las actuaciones humanas en las tareas de educación en interacción con el ciberespacio.

Tenemos entonces que el formato **hipertextual** y su sistema de enlaces electrónicos permite que el paso de una opción a otra sea rápido y práctico, pudiendo el estudiante, volver atrás y elegir otra de las opciones propuestas sin necesidad de pasar páginas, perder el punto, marcar las páginas con enclavijadas para volver a ellas más tarde, etc. El estudiante podrá, una vez finalizada su lectura, empezar de nuevo, o si lo prefiere, volver, siempre por medio de **enlaces electrónicos**, a la última enclavijada. De esta manera el estudiante no siente que se está perdiendo una de las muchas alternativas que ofrece la lectura puesto que sabe que siempre tendrá acceso a todos los caminos existentes.

El propósito educativo de la **lectura online** se sustenta, de esta forma, básicamente en la capacidad multimedia del **hipertexto** que permite el uso de ayudas para la comprensión textual y la adquisición de vocabulario que combinan diversos modos de presentación de la información -audio, vídeo, texto, imagen, etc.- y que facilitan la tarea del estudiante en su práctica de la lectura. Numerosos autores coinciden en que comprender a partir de un texto o de una imagen conlleva un proceso cognitivo diferente ya que, la construcción del modelo mental que deriva en la comprensión textual, difiere en cada uno de los casos.

En conclusión, la **lectura hipertextual** supone un nuevo cambio histórico y tecnológico que tiene repercusiones culturales puesto que afecta los modos tradicionales de **lectura secuencial del texto**. La **lectura hipertextual** por parte de un usuario/lector se basa en la navegación o exploración de los contenidos. Esta lectura por exploración o navegación difiere de la **lectura tradicional** de un documento.

Además, al margen la secuencialidad del libro impreso y la multisequencialidad del libro en pantalla, la lectura sobre una pantalla electrónica es mucho más activa, el lector hace barridos visuales y búsquedas de fragmentos de interés. Se trata de una lectura extensiva, más superficial y horizontal, mientras que la lectura de un libro impreso es mucho más pausada, inmersiva, intensiva, en profundidad, vertical de abajo arriba y prolongada en el tiempo.

La **navegación web** ha sustituido a la **lectura lineal**. La información es un espacio a recorrer, un camino a explorar y los enlaces del **hipertexto** son los que nos permiten, mediante los anclajes de partida y de llegada, saltar de un nodo a otro y de una información a otra. En la lectura y navegación de un **hipertexto** nos movemos de una pantalla a otra adentrándonos en una inmensidad de información en la que podemos sentirnos abrumados y desorientados si es que no contamos con las herramientas y los conocimientos adecuados para dar coherencia y significatividad a nuestra lectura.

### Ejercitación Interactiva – Interactive Exercises

**Exploring Supply and Demand**  
First decide if the change affects demand, supply, or both, then decide how the price and quantity will be affected.

1. If Jackie's income rises, what happens to her demand for airplane trips? If the income of most consumers of air travel rises (and air travel is a normal good), what will happen to the market equilibrium price  $P$  and quantity  $Q$  of this good?

P Rises    P Falls    P Indeterminant  
 Q Rises    Q Falls    Q Indeterminant

When you have selected **BOTH** price and quantity, press

2. If the taste for sneakers severely declines, what happens to their price and the quantity sold?

P Rises    P Falls    P Indeterminant  
 Q Rises    Q Falls    Q Indeterminant

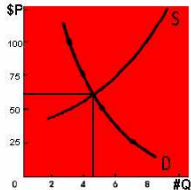
When you have selected **BOTH** price and quantity, press

3. If the price of materials used to make sneakers rises sharply, what happens to the price and the quantity sold of sneakers?

P Rises    P Falls    P Indeterminant  
 Q Rises    Q Falls    Q Indeterminant

When you have selected **BOTH** price and quantity, press

**Responses to Economics Questions**  
The correct responses to the economics demand and supply exercises will be shown in this frame is the initial diagram to guide your thinking.



The graph shows a supply and demand model. The vertical axis is labeled '\$P' and has values 0, 25, 50, 75, and 100. The horizontal axis is labeled '#Q' and has values 0, 2, 4, 6, 8. A downward-sloping demand curve 'D' and an upward-sloping supply curve 'S' intersect at an equilibrium point. Dashed lines from this intersection point lead to the 50 mark on the price axis and the 4 mark on the quantity axis.

Muchas publicaciones académicas on line presentan ejercitación interactiva para que los estudiantes practiquen y reciban la corrección automática.

Fuente: [http://ecedweb.unomaha.edu/dem\\_sup/econqui2.htm](http://ecedweb.unomaha.edu/dem_sup/econqui2.htm)

## Conclusión - Conclusion

En esta unidad se han explicado las características de los **textos académicos** impresos y online escritos en inglés. Es de fundamental importancia que los estudiantes universitarios adquieran las destrezas lectoras necesarias para abordar los **textos académicos** de su especialidad.

Para ello, vale recordar que los textos producidos en el **contexto académico** constituyen un género específico para responder a una situación comunicativa que les es propia. Por ello, comparten características formales y de contenido consensuadas socialmente y responden a convenciones asociadas a dicho género como son el estilo y las secuencias textuales básicas.

Tanto los **textos académicos** impresos como los que se encuentran online presentan una portada, un índice, un prólogo e introducción, capítulos, conclusiones, sumarios, glosarios, anexos con tablas e información asociada, bibliografía y otros apartados que, en mayor o menor medida, conforman este **género** tan particular.

A diferencia del texto impreso, el **texto académico** online presenta enlaces a vínculos con animaciones, explicaciones graficadas, ilustraciones, tutoriales, ejercitación interactiva, etc. que hacen de la **lectura hipertextual** una herramienta de aprendizaje de avanzada.

## References

- Bergeron, B. (2003), "Essentials of Knowledge Management", Wiley, New Jersey
- Hipertexto: Tesis Doctoral. <<http://www.hipertexto.info>>. Fecha de Actualización: 19/11/2011 Consulta: 30 abril 2012 Descripción: Título: Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Autora: María Jesús Lamarca Lapuente. Universidad Complutense de Madrid.
- Centro Virtual Cervantes <<http://cvc.cervantes.es>> Consulta 20 de abril 2012 Descripción: **Centro Virtual Cervantes** © Instituto Cervantes, 1997-2012. Reservados todos los derechos. [cvc@cervantes.es](mailto:cvc@cervantes.es) La BIBLIOTECA DEL PROFESOR DE ESPAÑOL es una colección de recursos relacionados con la Didáctica del español como lengua extranjera, dirigida a profesores de español, examinadores, autores de manuales y materiales didácticos, formadores de profesorado y administradores educativos.
- Cide@d Centro para la innovación y el desarrollo de la educación a distancia <<http://recursostic.educacion.es>> Consulta: 25 de abril del 2012 Descripción: El Centro para la Innovación y Desarrollo de la Educación a

Distancia (CIDEAD), integrado en la Subdirección General de aprendizaje a lo largo de la vida, tiene la función de coordinar y organizar los elementos y procesos de la Educación a Distancia, así como facilitar el acceso a la educación de las personas adultas y, también, de los alumnos en edad escolar que, por circunstancias personales, sociales, geográficas u otras de carácter excepcional, se ven imposibilitados para seguir enseñanzas a través del régimen presencial ordinario (R.D. 1.180/1992 de 2 de octubre).

- Cátedra D Naranja <<http://www.catedranaranja.com.ar/>> Consulta: 28 de abril del 2012 Descripción: Carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata Argentina Es objetivo de la Cátedra es contribuir, a través de los talleres y sus distintos niveles, en la formación de diseñadores idóneos.
- Profesiones <[www.profesiones.org](http://www.profesiones.org)> Consulta 15 de abril del 2012 Descripción: Profesiones quiere ser una plataforma de debate, una tormenta de ideas con la que no siempre se esté de acuerdo, pero que deje espacio para la réplica. Desde la serenidad y la firmeza. La revista Profesiones está editada por Unión Profesional, asociación estatal que representa a las profesiones liberales españolas. Unión Profesional está integrada por 40 Colegios Profesionales y Consejos Generales y Superiores de Colegios Profesionales que, juntos, aglutinan a más de 1.000 colegios profesionales y cerca de millón y medio de profesionales liberales en todo el territorio estatal.