

# PERICIA LINGÜÍSTICA

*Por Mariluz Puente Balsells*

ÍNDICE:

- I.- INTRODUCCIÓN
- II.- DEFINICIÓN
- III.- ANTECEDENTES
- IV.- FUNDAMENTOS
- V.- OBJETO DE ESTUDIO
- VI.- METODOLOGÍA
- VII.- CAMPOS DE INVESTIGACIÓN EN LA P. LINGÜÍSTICA
- VIII.- CONCLUSIONES

---

## I.- INTRODUCCIÓN:

En un documento escrito se pueden realizar tres tipos de periciales claramente diferenciadas:

- 1).- **La Pericia Caligráfica:** Permite identificar la autoría de un manuscrito anónimo a través del **grafismo**.
- 2).- **La Pericia Grafopsicológica:** A partir de un manuscrito se obtiene el perfil psicológico del sujeto por medio de la **interpretación psicológica del grafismo**. Esta práctica no es válida cuando se utiliza en sustitución de la P. Caligráfica, para identificar una autoría en un documento dubitado, puesto que la existencia en un sujeto de ciertas tendencias susceptibles de ser delictivas no implican necesariamente su materialización y , por tanto no puede ser usado como una prueba inculpatoria en un hecho delictivo concreto.
- 3).- **La Pericia Lingüística:** Disciplina de reciente auge, y de la que nos vamos a ocupar ampliamente a continuación .

## II.- DEFINICIÓN:

La Pericia Lingüística nace de la conjunción de distintas disciplinas: la criminología, la psicología , la semiótica y la sociolingüística. Obviamente cada una de ellas por separado tiene su propia entidad e importancia, pero la interdisciplinariedad entre distintos ámbitos (Fonta, 1996) - es una necesidad que se impone en la actualidad para el desarrollo del conocimiento científico -, permite alcanzar una comprensión holística del fenómeno lingüístico.

La Pericia Lingüística identifica la autoría de un discurso anónimo (oral/escrito) a través de su **expresión lingüística**. (Por discurso se entiende, en sentido amplio, cualquier pensamiento humano que se expresa a través del lenguaje a) oral ; b) escrito: texto, documento...; c) artístico ).

Esta especialidad se plantea dentro de la investigación criminológica como una "técnica filtro", es decir, orienta y delimita el campo de trabajo, reduciendo el número de análisis gráficos indiscriminados; o bien como una alternativa a la Pericia Caligráfica, cuando por determinadas circunstancias ésta no se puede ejecutar.

### III.- ANTECEDENTES :

A finales de la década de los 70 se iniciaron las primeras investigaciones en este campo, pero fue a partir de 1984 cuando empezó a aplicarse. En Alemania en el Instituto de Policía de la BundesKriminalamt (Steinke y Braun, 1991) -más conocido como la BKA- se llevan a cabo este tipo de investigaciones lingüísticas para descubrir autorías, sobre todo están especializados en casos de terrorismo - cartas reivindicativas de atentados escritas a máquina y posteriormente fotocopiadas para su posterior difusión - y de secuestro - donde el mismo secuestrado escribe la carta de demanda de peticiones como prueba de que vive- y donde el autor de la misiva (secuestrador) no coincide con el escritor (secuestrado) .

En la BKA estas investigaciones se realizan en dos fases:

- 1ª) Un análisis cuantitativo (métodos estadísticos): Trabajan con un programa informático llamado Textor que permite el tratamiento lingüístico de los textos. Primero se introduce el escrito tal cual y así se tiene como referencia para otras investigaciones y posteriormente a través de la comparación de semejanzas y diferencias con otros textos se establece las frecuencias de repetición de ciertas características.
- 2ª) Un análisis cualitativo (lingüístico): Es la parte más importante, puesto que la estadística puede inducir a errores, y se deben tener en cuenta otros factores como la categoría del texto, es decir, dos textos pueden parecer similares pero por su naturaleza (cartas comerciales, actas de reunión) pero no por ello deben ser del mismo autor o viceversa.

### IV.- FUNDAMENTOS DE LA PERICIA LINGÜÍSTICA:

Antes de entrar en materia, sería conveniente clarificar algunos puntos, como son el concepto de lenguaje y la compleja interrelación que se produce en el proceso comunicativo, entre diversos factores: percepción, cognición y sociedad.

Cuando hablamos de lenguaje nos referimos: **a)** la capacidad propia del ser humano que permite **b)** la comunicación a través de **c)** un sistema de signos convencionales :

a) Decimos que el lenguaje es una aptitud exclusivamente humana, pues a diferencia de los animales que dependientes de su código genético, siguen un sistema fijo, repetitivo e invariable de pautas simbólicas, el hombre dispone de una capacidad ilimitada de aprender, crear y producir símbolos -expresiones lingüísticas- continuamente.

b) El lenguaje posibilita la comunicación, entendiendo ésta como intercambio de información con

intencionalidad (ver apartado IV-b). Esta actividad comunicativa se realiza a distintos niveles y, lógicamente cada uno de ellos requiere un tipo diferente de análisis:  
nivel básico ( relaciones interpersonales de carácter afectivo y efectivo)  
nivel medio (relaciones intergrupales: familia, escuela, trabajo)  
nivel mediático (comunicación de masas : impersonal y globalizante)

c) El lenguaje es un sistema de signos arbitrarios, es decir, sin relación con lo que representan , son fruto del consenso social. Compartidos por el emisor y el receptor el mensaje puede ser entendible y cumplir su función. Si bien , es cierto que esa convencionalidad es lo suficientemente flexible y permeable para irse adaptando a las circunstancias socio-históricas.

#### - Lenguaje y Cognición:

Diversos autores han abordado el lenguaje, su origen y uso, con posiciones bien diferenciadas. No existe un consenso total sobre la relación: pensamiento / lenguaje. Mientras unos (Piaget) mantienen que del pensamiento (anterior y más amplio) se deriva el lenguaje, otros (Humboldt, Herder, Sapir y Whorf) afirman que el lenguaje influye, condiciona nuestra cosmovisión , es decir, la manera de entender el mundo, nuestra mentalidad. La teoría de Noam Chomsky acerca de una gramática universal se presenta como una alternativa a esta polarización . Distingue entre lenguaje profundo y lenguas (idiomas), argumenta la existencia de un lenguaje profundo con unas estructuras innatas a partir de las cuales surgirían las lenguas, los idiomas, como creaciones sociológicas, fruto de un contexto histórico y cultural determinado.

Esta gramática universal permitiría establecer los universales del lenguaje, es decir, aquello que es común lingüísticamente a todos los seres humanos independientemente de su situación histórico-cultural :

- la cosmovisión del mundo se realiza a partir de conceptos organizados de forma bipolar - oposiciones polares- (largo/corto, noche/día). Motivado por nuestro pensamiento binario: 1/2 no permite expresar intermedios. La influencia de las nuevas tecnologías se aprecia en Stephen Pincker, que considera el lenguaje como una categoría digital, un sistema digital de comunicación. Nuestro cerebro que también es digital (proposicional, lógico) tiene aspectos analógicos (instintivos) como la intuición, la percepción .

- a estos conceptos se les atribuye valores positivo/negativo (activo/pasivo)

- los conceptos tienden a agruparse por su polaridad (positivos con positivos y negativos con negativos) por medio de las conjunciones, que sirven de enlace y referencia al advertir de algún conflicto cuando se unen polos diferentes:

la conjunción <y> agrupa la polaridad paralela tanto positiva como negativa:

limpio y seguro y bueno

feo y bajo y torpe

la conjunción <pero> une positivos con negativos e indica un conflicto: feo y bajo y torpe pero inteligente.

- Lenguaje y Sociedad:

Al margen de la disparidad de opiniones sobre la génesis del lenguaje y su relación con el pensamiento, es indiscutible la estrecha vinculación entre lenguaje y sociedad. La Sociolingüística, que investiga este campo

está aportando datos muy interesantes. Veamos a modo de ejemplo, algunas conclusiones:

1.- Thierry Leterre, profesor de la Universidad de Berkley, ha elaborado un estudio comparativo entre el mundo anglosajón y latino sobre las relaciones humanas y la informática, basándose en los vocablos que se utilizan habitualmente.

Los latinos empleamos:

- ORDENADOR: Es una visión autoritaria de la informática. Transmite orden y autoridad de la máquina respecto al hombre.

- INTERNAUTA: Hace referencia a un trayecto definido, se sigue una ruta ya establecida.

Los anglosajones recurren a :

- COMPUTER: Formado por el latinismo CUM <<compañía>> y el verbo PUTO <<pensar/calcular>>. Sugiere una relación de compañía con la máquina, no de imposición como en el caso anterior.

- SURFER: Es un acto individual, libre, anárquico, relacionado con el placer y la diversión.

Leterre extrae como conclusión que el lenguaje empleado en el mediterráneo trasluce una concepción autoritaria del ciber espacio y un pesimismo tecnológico puesto que es un mundo que no se domina y viene impuesto por los anglosajones.

2.- El esfuerzo de la mujer por equipararse al varón y alcanzar una serie de metas, deja en desuso las típicas frases indicadoras de sexismo en el lenguaje como : hombre público/mujer pública, el profesional/la profesional, sin embargo más allá de una igualdad formal, persiste un desequilibrio, una supremacía de un sexo sobre otro, que adquiere formas lingüísticas más sutiles: el genérico masculino, el salto semántico o cualquier otro tipo de estructura lingüística donde no se de una correspondencia en los dos sexos.

3.- La imagen tiene la máxima prioridad en la sociedad actual, sucumbir a unos ideales estéticos acarrea los graves y cada vez más extendidos trastornos alimentarios; ser estandarte de una serie de valores que están en alza: como la ecología, la solidaridad etc..., moviliza a personas de toda condición y a las grandes multinacionales encantadas de participar en el juego. Esta obsesión por la imagen se observa más que nunca en el lenguaje utilizado sobre todo por los medios de comunicación, en el uso y abuso de los llamados eufemismos - sustituciones de palabras- en su intento por edulcorar la realidad. Ejemplos: confrontación por enfrentamiento; limpieza étnica por genocidio; incursiones aéreas por bombardeos; impuesto revolucionario por chantaje; interrupción del embarazo por aborto; reajuste por subida; flexibilizar el despido por facilitar, crecimiento cero (Grijelmo, 1997).

## V.- OBJETO DE ESTUDIO:

En un documento/texto distinguimos (Nuñez, 1986) : a) la corporalidad y, b) la docencia.

a).- Corporalidad:

Trata de lo material, lo físico. Y se compone de: - soporte (cualquier material sobre el que se escribe) y, - grafía (la escritura, en su aspecto formal, y además la "expresión lingüística").

La Pericia Lingüística, atendiendo a la corporalidad, disecciona el discurso en los siguientes elementos:

- el soporte y su procedencia
- la tipografía
- la fonología
- el tipo de construcción gramatical: sujeto, verbo, predicado ( análisis sintáctico).
- lenguaje -cultismos, tecnicismos, vulgarismos, jerga- y su localización geográfica - regionalismos-  
(análisis semántico y/o pragmático)
- - desviaciones, errores, faltas ortográficas.

( Si el discurso es oral, se identifican rasgos paralingüísticos (Stubbs, 1987) como, la velocidad, el ritmo, y la entonación).

Así pues, los textos son considerados *per se* -ya que complementan la investigación criminológica- y no empleados únicamente como vehículos de transmisión de un contenido sobre un determinado asunto (Hammersley y Atkinson, 1994).

b).- Docencia:

Hace referencia a lo intangible, es decir, a su significado. Para llegar a una comprensión sobre este particular

, resulta primordial identificar: a) la función o intencionalidad del texto - consustancial al lenguaje - , así como, b) el contexto social que lo ha originado y que actúa de referente, de marco dentro del cual la información tiene un sentido.

Ambos aspectos han sido ampliamente investigados, por las distintas disciplinas que integran las ciencias de la comunicación. En el periodismo (Ramonet, 1996 ) (Martínez, 1990), la publicidad y el marketing (Mouton, 1990) hace años que se trabaja sobre cómo debe transmitirse una determinada información, sobre la presentación de un hecho, a un individuo o colectividad, para conseguir crear un determinado efecto de acuerdo a unos intereses socio-político-económicos. Así los modos (funciones) más importantes serían: emocionar, persuadir, convencer, informar, manipular, prescribir y formalizar (Berrio, 1983 en Gomis, 1991).

- Informar: mostrar un hecho dejando que el público extraiga sus propias conclusiones; - Convencer: argumentar demostrando por la vía racional; - Persuadir: donde la

argumentación se imbrica con lo emotivo; - Manipular: equivale a la persuasión pero con premisas falsas o con finalidades no éticas.

A veces resulta difícil establecer el límite entre persuasión y manipulación, en ambos casos, el objetivo que se persigue es que adoptemos una cierta actitud. Este tipo de función es más propia de cuestiones sociales, donde no se puede establecer acuerdos universales y la certeza no es alcanzable, existiendo tan sólo la opinión.

Lingüísticamente, la fuerza que permite el paso de un discurso informativo a interpretativo radica en los verbos, adverbios y adjetivos. Su uso confiere riqueza expresiva a la comunicación, pero también implica un juicio de valor inherente, que puede predisponer al oyente/lector.

Aunque a veces puede existir cierta correspondencia entre función y forma gramatical de la oración, por ejemplo:

- Función informativa: oración declarativa
- " " expresiva: oración exclamativa
- " " imperativa: oraciones imperativa y/o interrogativa

Lo cierto es que una forma gramatical puede tener cualquiera de las funciones, puesto que ello viene motivado por el contexto y fundamentalmente por la intención, que a veces en una primera lectura se nos escapa. Es por ello, que para su comprensión es necesario una interpretación de textos, que permita averiguar los distintos niveles de significado, atender a los múltiples sentidos de una información, tanto a lo "que se dice" y "cómo se dice", cuanto más a lo que "se omite" y a "su porqué".

## VI.- METODOLOGÍA

Si descodificar un discurso en su corporalidad es una tarea ardua, interpretar su docencia, es decir, su virtud expresiva se convierte en algo verdaderamente arriesgado, pues no olvidemos que se realiza un juicio de intenciones. Para evitar al máximo la subjetividad inherente al investigador y sus criterios apriorísticos, como las necesarias hipótesis de trabajo, que puedan deformar, distorsionar la interpretación y valoración de los elementos lingüísticos y simbólicos (Romero, 1999), la investigación debe regirse por un protocolo científico, lo que significa, seguir un método lógico de trabajo que garantice un examen lo más objetivo posible.

Se realizan 4 tipos de análisis claramente definidos:

1).- Análisis sintáctico o también llamado lógico-estético (Romero): Se estudian las relaciones de los signos entre sí -sujeto, verbo, predicado-. Su estructura formal: orden gramatical, palabras, frases, figuras retóricas particulares del individuo.

2).- Análisis semántico o lógico-semántico (Romero): Se analiza el significado de las expresiones lingüísticas en relación a lo que representan: palabras, frases, analogía de los sentidos y jerarquía de los significados.

3).- Análisis pragmático : Profundiza la semántica desde una perspectiva sociológica, análisis del significado de las palabras en relación a los sujetos que las utilizan. Requiere un estudio socio-cultural del lenguaje.

4).- Análisis psicológico/simbólico: Se estudian los significados implícitos, inconscientes y connotaciones propias del lenguaje.

## VII.- CAMPOS DE INVESTIGACIÓN DE LA PERICIA LINGÜÍSTICA

La P. Lingüística quizás por ser una disciplina de reciente aparición, lamentablemente no dispone de un

corpus doctrinal estructurado. Es una materia aún sin articular, que se ha orientado hacia campos aislados,

utilizando estudios concretos como son, entre otros:

a).- la relación entre psicoanálisis y lingüística, b).- la vinculación del habla con clase social, c).- el sexolecto , y d) - percepción y comunicación

La interrelación de variables de orden: biológico, psicoanalítico, social y etnográfico con los distintos elementos (v. apdo IV-a) que integran el discurso, facilitan la identificación del autor y del grupo socio.-cultural de éste.

### a-) ESTUDIOS PSICOANALÍTICOS:

Se lleva a cabo un análisis que se denomina conciliatorio (Berne, 1979) a través del cual descomponiendo las oraciones en sus partes fundamentales se indaga sobre el sentido oculto de ellas desde un punto de vista psicoanalítico. Por ejemplo:

- Un uso excesivo de la partícula “pero” indica un conflicto en la personalidad , el individuo en cuestión no tiene permiso para hacer una determinada cosa (que le viene marcada por su guión psicológico) las personas sin problemas verbalizan por ejemplo: “quiero” ,” no quiero”, “gané” , “perdí” y no abusan del “quiero pero” , “no quiero pero”, “ gané pero” ,” perdí pero”
- El abuso de metáforas nos pone sobre la pista de un problema determinado, un sujeto con problemas alimentarios puede utilizar metafóricamente las frases siguientes: “ la vida es una fiesta” , “podía comerse las palabras”, “tenía muchas golosinas”, “me sentía huraña porque se desmoronaba el pastel”.
- Existen unas expresiones de protección : “quizá sí” equivale a un no te comprometas; “creo que quizá sí” significa ¿cómo puedes estar seguro? + no te comprometas.
- Expresiones que demuestran que algo no se va a concluir: “aproximaciones a ...”, “ hacia la teoría de...” ; el uso reiterativo de subjuntivos , condicionales (debería, haría, tendría)

La utilización desproporcionada de puntos suspensivos o de la palabra etcetera trasluce un oculto enojo contra la madre. Desde el punto de vista sociolingüístico, puede relacionarse con el papel que juega el eufemismo, ya que la palabra etc o los puntos suspensivos (...) ocupan el lugar de lo que no puede o no debe decirse.

## b-) ESTUDIOS SOBRE ESTRATIFICACIÓN SOCIAL

Bernstein (1989) ha realizado diferentes estudios comparativos entre habla y clase social. Así, distingue dos tipos de código:

- el código elaborado propio de la clase media y alta
  - el código restringido, de la clase trabajadora.
- 
- El código elaborado, cuenta con un amplio repertorio. Exige planificación, organización de las ideas y un mayor conocimiento. Se caracteriza por:
    - orden gramatical correcto
    - frases complejas con variedad de conjunciones y oraciones subordinadas.
    - mayor riqueza de vocabulario: términos cultos, técnicos, amplio repertorio de adjetivos y adverbios
    - uso frecuente de pronombres impersonales
    - Predominio de la lógica. Expresividad escasa (gestos, entonación)
  
  - El código restringido, realiza una selección lingüística dentro de una variedad más limitada. Mayor rigidez en la organización mental. Se caracteriza por:
    - Construcción sintáctica pobre
    - Frases sencillas y cortas con un uso simple y repetitivo de las conjunciones
    - Pobreza de vocabulario: lenguaje coloquial, pequeño número de adjetivos y adverbios.
- Uso estereotipado.
- Uso frecuente de clichés lingüísticos: frases hechas, muletillas, refranes.
  - El sujeto se implica en la frase. Subjetividad. Predominio de la emotividad
  - "Circularidad simpática" deseo de hacer partícipe a los demás del mensaje

## c-) ESTUDIOS DE GÉNERO

El género es una categoría social, es la construcción social del sexo. Hace referencia a los aspectos -no biológicos-, es decir, comportamiento y atributos asimilados en el proceso de socialización, y que culturalmente se consideran apropiados para hombres y mujeres.

Según Da Silva el lenguaje de las mujeres o sexolecto se caracteriza por:

- Escasez de oraciones subordinadas
  - Preferencia por el lenguaje popular
  - Empleo de arcaísmos y rechazo de neologismos
  - Mayor uso de diminutivos, onomatopeyas, superlativos y determinados adjetivos (encantador, adorable, mono, divino)
  - Preferencia por los eufemismos, especialmente aquellos relacionados con el sexo.
- Por el contrario el lenguaje procaz, duro, insultante y blasfemo tiene connotaciones viriles.



(Jayme y, Sau, 1996).

Hay que tener en cuenta que en las sociedades complejas la asociación entre un género y su sexo correspondiente se va debilitando, por tanto, se puede ser de sexo femenino y no manifestar los rasgos lingüísticos preestablecidos por el género, ya que la evolución de la sociedad provoca que la mujer vaya adoptando un rol social de género masculino:

-académicamente, son mayoría en casi todas las carreras universitarias, obteniendo las mejores calificaciones. (En Medicina son mayoría aplastante, mientras en ingenierías inexistentes )

-profesionalmente, realizan la misma jornada laboral que sus compañeros

-familiarmente, el aumento de las familias monoparentales obliga al desempeño del papel de padre y madre ante los hijos.

#### d-) ESTUDIOS SOBRE PERCEPCIÓN/COMUNICACIÓN

La intencionalidad que subyace en un texto es clave en la P. Lingüística, aunque en un primer

momento pueda pasar desapercibida, una interpretación de textos la pone de manifiesto. Así, resulta muy útil conocer los distintos recursos gráficos y lingüísticos - que al servicio de esa intencionalidad- afectan nuestra percepción normal de las cosas, activando mecanismos psicológicos inconscientes.

Los medios de comunicación continuamente nos exponen a un sinnúmero de estímulos conscientes y /o subliminales que alteran y modifican nuestro comportamiento, generando determinados estados de opinión

.Para ello instrumentalizan, de forma no ética, distintos conocimientos científicos (sociología, psicología social, estadística...) y artísticos (fotografía, diseño, recursos estilísticos...) que tratan sobre los mecanismos

inconscientes del individuo - emociones (biología) / sentimientos (psicología) - y de las relaciones sociales (sociología), para conseguir sus objetivos. En un discurso/texto/documento nada es casual, todo responde a una intención claramente definida y encaminada a conseguir un determinado efecto.

#### A) Elementos básicos de una composición gráfica:

Entre los elementos básicos podemos distinguir: el punto, la línea, y el color

De la combinación entre el punto y la línea surgen diversas relaciones como: tensión, equilibrio, orden, jerarquía, armonía, juego, audacia etc... Y estas combinaciones despiertan sensaciones e impresiones varias (sorpresa, dinamismo... ). Si el punto es el principio y el fin, el centro de atención, una sucesión de ellos crea una direccionalidad -una línea-. Las líneas principales son las centrales: horizontalidad, verticalidad, y las dos diagonales. Según la cultura se otorga la prioridad a una determinada por ejemplo, en la occidental la preeminencia la ejerce la diagonal izquierda derecha (se lee de arriba a abajo y de izquierda a derecha).

Color:

La psicología funcional (Lüscher, 1993) relaciona la elección cromática con la personalidad. Cada color tiene un significado objetivo que es compartido por todo el mundo. Así el color rojo - que fisiológicamente aumenta la presión sanguínea, y el ritmo respiratorio y cardíaco indica actividad, deseo y anhelo. Contrariamente el azul - que supone un descenso de las variables anteriores- transmite paz, tranquilidad y relax.

Los publicistas y especialistas del marketing saben que el efecto psicológico del color es decisivo para estimular las ventas (Juan de Andrés, 1994). Así, juegan con las tres dimensiones del color, a saber: tono, saturación, y luminosidad.

Los publicistas para captar la atención del público utilizan la "vibración óptica", es decir, la reacción que se produce con los diferentes tipos de contraste (claro/oscuro; frío/calor; cualitativo; simultáneo) entre dos o más colores.

Emplean comúnmente tonos calientes, letras rojas sobre fondo blanco o amarillo.

Las combinaciones de color que tienen más éxito son:

-Rojo + Amarillo: Indica voluntad de conquista, más novedad. El rojo es la expresión de la fuerza vital, de la acción, de la voluntad de vencer.

-Rojo + Amarillo verdoso: voluntad de conquista más autoafirmación. Sugiere seguridad, solidez, confianza.

-Rosa + Azul : El azul sugiere paz, satisfacción, tranquilidad. La mezcla despierta la ternura, femineidad, dulzura

## B)Tipografía:

El grado de importancia de ésta, viene determinado por el medio de difusión y el tipo de mensaje que

se quiera transmitir. Entre las técnicas más utilizadas para impactar o crear un determinado ambiente, se encuentra la fusión de letra y dibujo, la alteración morfológica del tipo de letra, y superposición de imagen / letra. Lógicamente, cuando el texto tiene una función preponderante sobre la imagen, la tipografía juega un papel fundamental, por tanto si interesa remarcar un concepto, un hecho o una actitud se juega con: el subrayado, el tamaño, el grosor y estilo de la letra. Utilizándose MAYÚSCULAS, VERSALITAS, **negritas**, *cursivas etc...*

## C)Titulación:

Los títulos son de gran trascendencia, pues son el primer elemento de contacto con el lector. En ellos se potencia al máximo su capacidad de síntesis. Así, se omiten en la medida de lo posible, las denominadas formas vacías (artículos/preposiciones), puesto que poseen menor significado y son fácilmente predecibles en los contextos (Lyons, 1981).

Y entre sus diversas funciones podemos destacar:

- la función aproximativa: prepara el lector al texto

Ej: "Ciutat Vella ultima su macrocomisaría"

- la función poética: se centra en la estética, en los juegos de palabras

Ej: "La Vila Olímpica Vella", "La herida del Raval"

- la función dramática: produce interés, crea expectación

Ej: "Calles cerradas al público"

En el estudio citado anteriormente sobre la prensa en Cataluña, se afirma por ejemplo, que en “La Vanguardia” se aprecia un predominio de la función aproximativa y poética, mientras “ El Periódico” que concede un especial valor a los títulos respecto al texto –se dirige a un público que sólo lee titulares sin detenerse en los contenidos- utiliza prioritariamente la función aproximativa con fuertes dosis de dramatismo.

#### D)Espacios:

La situación espacial (sección, página) nos permite conocer el valor que se le concede a la información publicada. “La fuerza de gravedad a que está sujeto nuestro mundo nos obliga a vivir en un espacio anisótropo, esto es, un espacio en el que la dinámica varía con la dirección (...) De esta desigualdad del espacio se sigue que las diferentes ubicaciones sean dinámicamente desiguales (...) Visualmente, un objeto de determinado tamaño, forma o color llevará más peso cuando se lo sitúe más arriba”. “Visualmente la asimetría lateral se manifiesta en una distribución desigual del peso y en un vector dinámico que conduce de izquierda a derecha del campo visual (...) Todo objeto (...) parece más pesado a la derecha (...) cuando dos objetos iguales se muestran en las mitades izquierda y derecha del campo visual, el de la derecha parece mayor” (Arnheim, 1983).

La publicidad despliega una serie de trucos visuales en la composición espacial :

##### 1.- Según la ubicación del "producto" en el espacio :

- focalizada, donde todos los elementos gráficos convergen en un mismo punto;
- axial, el producto ocupa el lugar central mientras el resto de elementos se sitúan a su alrededor;
- profundidad, el producto en primer plano sobre un fondo claro;
- secuencial, una secuencia lógica que dirige la mirada hacia el final donde se encuentra el producto.

##### 2.- Según el protagonismo del "producto":

- repetición, en el tiempo y espacio
- acumulación
- elipse, omisión de elementos para destacar el conjunto y el objeto
- acentuación, recuadros o efectos visuales que lo destaquen

#### E) “Ladillos” :

Su función sería recoger los elementos más significativos de la información que se pretende transmitir para captar la atención del lector.

#### F)Fotografías:

La fotografía es un punto de vista intencionado sobre un hecho. El gráfico, el plano..., son una síntesis de la imagen que se quiere mostrar sobre el tema tratado, en consecuencia la información gráfica inclusive se ha de considerar como una herramienta de opinión.

### G)Maquetas:

A medio camino entre lo real y lo imaginario. Suelen recrear una visión idílica que no se ajusta a la realidad. Están descontextualizadas y por tanto no reproducen las condiciones generales del entorno.

### H)Léxico:

Las palabras no sólo sirven para designar cosas, acciones e intangibles –función denotativa- sino además evocan actitudes, emociones y sentimientos –función connotativa-. En la práctica es muy habitual, la utilización de un lenguaje emocional dirigido al subconsciente.

Podemos distinguir dos tipos de palabras:

- palabras frías: son aquellas propias del lenguaje culto, técnicas, que comunican distanciamiento. Se utilizan en cuestiones científicas, económicas etc. Por regla general, suelen ser largas.
- palabras calientes: propias del lenguaje popular, transmiten cercanía. Se usan para temas sociales. Y suelen ser más cortas que las anteriores. (Grijelmo, 1997)

## VIII.- CONCLUSIÓN:

La Pericia Lingüística parte de la premisa que no puede considerarse algo aleatorio la manera, la forma,

en que se presenta un discurso, es decir, que éste adquiera una determinada expresión y no otra, obedece a

una serie de factores, que lo personalizan :

- a) al estilo y los condicionamientos de tipo: biológico, psicológico, social, económico, cultural ..., propios del autor y,
- b) a las diferentes funciones/intencionalidades (Martínez, 1990) que se le atribuyan al texto y su contexto social.

La aplicación de un método científico que se centre por un lado, en el aspecto formal del discurso -análisis sintáctico/semántico/pragmático - y por otro, en su contenido - análisis psicológico/simbólico- manifestando la personalidad psicológica del autor: tendencias, hábitos, afectos y pensamientos dominantes , permiten descodificar un discurso y por tanto, aportar datos sobre el autor y/o entorno socio-cultural al que pertenece.

**Para más información consultar la obra: ANÁLISIS DE ESCRITOS Y DOCUMENTOS, Barcelona, Herder, 2003**

## BIBLIOGRAFÍA

---

AAVV

1989 *El Periódico de Catalunya - Libro de estilo* , Barcelona, Ediciones  
Primera Plana

ARAGONÉS, Pablo

1997 *Manual de periodismo de prensa* , Barcelona , Ediciones Gestión 2000

ARHEIM, R

1983 *Arte y percepción visual* , Madrid, Alianza Editorial

BEZUNARTEA, O

1988 *La prensa ante el cambio de siglo* , Madrid , Deusto

CASASÚS, J.M. (Ed).

1986 *La Vanguardia – Libro de estilo* , Barcelona , La Vanguardia-TISA

BERNE, Eric

1979 *¿Qué dice usted después de decir Hola?*, Barcelona , Grijalbo

BERNSTEIN, Basil

1989 *Clases, códigos y control. Transmisión de la cultura* , Madrid , Akal

*Clases, códigos y control. Estudios teóricos para una sociología del  
lenguaje* , Madrid, Akal

CHOMSKY, Noam

1972 *El análisis formal de los lenguajes naturales*, Alberto corazón

1975 *Estructuras sintácticas* , Madrid , Siglo XXI

1982 *Ensayos sobre forma e interpretación* , Madrid , Cátedra

1989 *El conocimiento del lenguaje, su naturaleza, origen y uso* , Madrid ,  
Anagrama

FONTA, Esperanza

1996 “Grafología o grafologías” en *Boletín de la Agrupación de Grafoanalistas  
Consultivos*, nº 16,  
pp: 1-3

GOMIS, Luis

1991 *Teoría del Periodismo* , Barcelona , Paidós Comunicación

- GRIJELMO, Alex  
1997 *El estilo del periodista* , Madrid , Taurus
- GROSSCHMID, Pablo , y ECHEGOYEN, Cristina  
1999 *Diccionario de regionalismos de la lengua española* , Barcelona , Joventut
- HAMMERSLEY, M y ATKINSON, P  
1994 *Etnografía. Métodos de investigación* , Barcelona , Ediciones Paidós Ibérica, S.A
- JAYME, María y SAU, Victoria  
1996 *Psicología diferencial del sexo y el género*, Barcelona , Icaria
- JUAN DE ANDRES, Amado  
1994 *Merchandising, la revolución en el punto de venta* , Editmex
- LÜSCHER, Max  
1993 *Test de los colores. Test de Lüschler*, Barcelona, Paidós
- LYONS, J  
1981 *Lenguaje, significado y contexto* , Barcelona , Paidós Comunicación
- MARINA, José Antonio  
1999 *La selva del lenguaje. Introducción a un diccionario de los sentimientos* , Barcelona , Anagrama
- MARINA, José Antonio, y LÓPEZ PENAS, Marisa  
1999 *Diccionario de los sentimientos* , Barcelona , Anagrama
- MARTÍNEZ, M  
1990 *Lenguaje, texto y mass-media* , Murcia , Universidad de Murcia
- MOUTON, Dominique:  
1990 *Merchandising estratégico* , Ed. Fundemi Books
- RAMONET , I  
1996 “Informarse cuesta” , *Le Monde Diplomatique* , (trad. Castellana) Nov.
- ROMERO, Aurelia M<sup>a</sup>:  
1999 "Grafología y Proceso Penal" en Actualidad Penal, nº 46 , Madrid
- STUBBS, Michael  
1987 *Análisis del discurso* , Madrid , Alianza Editorial
- STEINKE, Wolfgang y BRAUN , Angelika

1991 “El análisis de textos en policía científica” , en *Revista Internacional de Policía Criminal* ,  
*Interpol*, nº 431, pp:24-25

VIÑALS, Francisco, y PUENTE, M<sup>a</sup> Luz  
1999 *Psicodiagnóstico por la escritura. Grafoanálisis Transaccional*,  
Barcelona, Ed. Herder

2001 *Pericia Caligráfica Judicial. Práctica, casos y modelos*, Barcelona,  
Ed. Herder

2003 *Análisis de Escritos y Documentos*, Barcelona, Herder