

Identificar los rasgos gramaticales y semánticos que expresen objetividad y subjetividad en un texto

Texto: "Tiempo para leer" (de *La magia de leer*, José Antonio Marina y María de Válgoma)

¿De dónde sacar tiempo para leer? «Desde el momento en que se plantea el problema del tiempo para leer, es que no se tienen ganas», nos dice Pennac, quizá con excesiva contundencia. E insiste: «*Nadie tiene jamás tiempo para leer*, la vida es un obstáculo permanente para la lectura. El tiempo para leer es siempre tiempo robado. El tiempo para leer, al igual que el tiempo para amar, dilata el tiempo para vivir. ¿Quién tiene tiempo de estar enamorado? Pero ¿se ha visto alguna vez que un enamorado no encuentre tiempo para amar? La lectura es como el amor, una manera de ser. El problema es si me regalo o no la dicha de ser lector». A esa tarea queríamos colaborar, querido padre, querida madre, a que usted se regale, para su próximo cumpleaños, o por navidades, o para el solsticio de verano, o para abril, aguas mil y día del libro, o pida que alguien le regale en lugar de una corbata, en lugar de un perfume, el placer de leer, ese que, seguro, un día lejano usted experimentó. Si quiere conseguir que su hijo lea, lo primero que tiene que hacer es leer usted.

Las rasgos gramaticales y semánticos que expresan subjetividad en este texto ensayístico son las siguientes:

- El carácter dialógico del discurso se manifiesta en la apelación al receptor a través de interrogaciones retóricas ("¿De dónde sacar tiempo para leer?"; "¿Quién tiene tiempo de estar enamorado?"), de oraciones exhortativas ("Si quiere conseguir que su hijo lea, lo primero que tiene que hacer es leer usted."), de vocativos ("querido padre, querida madre") y del empleo de la segunda persona de cortesía ("a que usted se regale, para su próximo cumpleaños,". Con estos procedimientos apelativos se implica al lector en lo enunciado y se llama la atención sobre el tema planteado de una forma muy directa.
- Personalización del discurso con el empleo de la primera persona de singular y plural asociativo, que implica también al receptor, en verbos y pronombres personales ("El problema es si me regalo o no..."; " nos dice Pennac"; "A esa tarea queríamos colaborar").
- Presencia de afirmaciones categóricas ("La lectura es como el amor, una manera de ser."), que muestran la opinión del autor en el texto aunque se exprese en tercera persona.
- Uso de léxico valorativo en adjetivos ("con excesiva contundencia"), perífrasis verbales modales de obligación ("lo primero que tiene que hacer"), expresiones de duda ("quizá con

excesiva contundencia”) , de evidencia (“el placer de leer, ese que, seguro, un día lejano...”) y de sustantivos como “contundencia”, “la dicha de ser lector, el placer de leer” , asociados a valores emotivos y subjetivos.

- e) Presencia de recursos retóricos que aportan expresividad y enfatizan el mensaje transmitido, como metáforas (“la vida es un obstáculo permanente para la lectura”, “la lectura es (...) una manera de ser”, “la dicha de ser lector”), comparaciones (“la lectura es como el amor”), paralelismos y enumeraciones paralelísticas (“El tiempo para leer al igual que el tiempo para amar”, “o por navidades, o por el solsticio de verano, o para abril...”), juegos de palabras (“o por abril, aguas mil”).

Aunque este sea un texto esencialmente subjetivo, muestra también, pero en menor medida, **rasgos de objetividad** cuya finalidad es asimismo convencer al receptor. Así destacamos el uso de la modalidad enunciativa y de la tercera persona (“Nadie tiene jamás tiempo para leer”); presencia casi total del modo indicativo y del presente atemporal así como empleo reiterado de verbos copulativos (“Desde el momento en que se plantea el tiempo para leer, es que no tiene ganas.”); finalmente, para dar más validez al contenido del mensaje, aparece una cita de autoridad (“nos dice Pennac”).

El emisor emplea un lenguaje especulativo, es decir, que reflexiona sobre un determinado tema (en este caso, sobre el valor de la lectura), en un nivel culto no excesivamente formalizado, ya que se dirige a un lector medio.