

COMENTARIO DE TEXTO “AYUNO DIGITAL” CON SOLUCIÓN:

DICEN los gurús de lo macrobiótico y alternativo -otra de las patochadas de hoy en día, junto con la de los productos gurmés, la tiendas gurmés, los bares gurmés...- que no hay nada mejor para depurar el organismo después de los excesos que un ayuno prolongado, una dieta dura a base de agua y aire y un ligero paseo por el campo. Quienes lo han probado comentan que nunca se han sentido tan bien. Pero si de algo está saturada la sociedad occidental de unos años a esta parte, además de calorías baratas, es de inputs digitales. Y escribo inputs (y perdonen la pedantería: parezco un profesor de empresariales) porque me niego a bautizar como información mucho de lo que nos llega a través del iPhone, la tablet o el ordenador. Como en determinados segmentos sociales ya hemos superado el estado de la novelería y entusiasmo en ese campo, empieza a imponerse el contrario: el de hartazgo impostado; el de desapego intelectual. Algo de esto ya lo pronosticó hace años Nicholas Carr en su magnífico libro *Superficiales*, ¿qué está haciendo internet con nuestros cerebros?, y a ello se refirió hace poco Tacho Rufino en su artículo *Nómadas Televidentes*. Nos estamos convirtiendo en seres humanos tipo windows, permeables, dispersos, y, cómo no, banales. Navegamos en la superficie de todo sin enterarnos de nada, permanentemente conectados a (o colgados de) internet.

Por eso, empieza a ponerse de moda entre los burgueses bohemios, los que pusieron de actualidad los zapatos MBT, los cereales integrales, la slow food, los cafés solidarios, la ropa orgánica, el algodón, y, a la vez, los equipos de sonido Bang & Olufsen o los coches eléctricos, lo que se ha dado en llamar "ayuno digital", la ausencia total de conexión a dispositivo alguno que tenga que ver con internet. Así, mientras aquí en España todavía quedan aldeas remotas que claman en el cielo por tener la conexión a internet, en Estados Unidos algunos pueblos comienzan a huir de ella y a "vender" como reclamo el "no wi-fi", lo crean o no. Ya Daniel Sieberg nos relató hace unos años en su libro *The Digital Diet* cómo había conseguido transitar de la condición de adicto a internet a hacer un uso muy restrictivo y -según sus palabras- pragmático de la red. No debe ser fácil. El estrés digital, el cansancio de tener que estar permanentemente enganchado, al tanto de todo, contestando correos, whatsapps o actualizando perfiles, es cada vez más frecuente. Sieberg nos aconseja comenzar ese ayuno digital, esa fase de desintoxicación, con un fin de semana largo, de viernes a lunes, completamente en ayunas (digital). Para ello no hay que irse al Monasterio de Silos, aunque siempre es recomendable. Basta con quedarse en casa y darle una patada al router y apagar el móvil; irse a Siberia de la mano de Colin Thubron y encender un Montecristo. La experiencia merece la pena. Y el coste es mínimo.

1º párrafo	Nos encontramos ante un texto argumentativo, concretamente ante un artículo de opinión periodístico publicado en el <i>Diario Sevilla</i> (CLASIFICACIÓN) a través del cual la autora expresa la necesidad de una desconexión temporal de las tecnologías como si de un ayuno alimenticio se tratase (TEMA E INTENCIÓN)
-------------------	---

2º párrafo: ADECUACIÓN (SUBJETIVIDAD- OBJETIVIDAD, REGISTRO, EMISOR-RECEPTOR, FUNCIONES DEL LENGUAJE)	Precisamente su carácter argumentativo justifica el predominio de la función apelativa del lenguaje mediante frases como “la experiencia merece la pena. Y el coste es mínimo” y la subjetividad presente en todo el texto. Esta última se manifiesta a través del empleo de verbos en primera persona del singular (me niego) y del plural (navegamos), de oraciones entre paréntesis y rayas (“otra de las pantochadas de hoy día”; “y perdonen la pedantería”), adjetivos valorativos (“dispersos”) y del léxico connotativo (“colgados”, “navegamos”, “saturada”). Por todo ello, podemos afirmar que la función expresiva también se encuentra presente en el texto. Por otra parte, dado que se trata de un artículo divulgativo, el registro empleado por el autor es estándar con el fin de extender su mensaje al mayor número posible de lectores. Esto justificaría la aparición de coloquialismos como “colgados de” internet” o “pantochadas” y modismos como “dar una patada al router”. El receptor, por tanto, es general, y aparece implicado en el tema, junto con el emisor, mediante el uso de la primera persona del plural (“nos estamos convirtiendo”).
3º párrafo: COHERENCIA (TEMA Y ESTRUCTURA: IDEA PRINCIPAL Y SECUNDARIAS). TIPOS DE ARGUMENTOS.	En cuanto a la coherencia textual, podemos afirmar que se trata de un artículo con estructura inductiva, ya que la tesis se encuentra al final. Esta se introduce mediante un argumento de autoridad (“Sieberg nos aconseja empezar este ayuno digital...”) y se concreta en la última línea. Para llegar a ella, el autor da comienzo a su artículo de opinión mediante un argumento de la comparación, a través del cual se equiparan las ventajas del ayuno alimenticio y las del ayuno digital. Posteriormente, en ese mismo párrafo, explica el problema que justificaría la necesidad de esa desconexión digital (“nos estamos convirtiendo en seres humanos tipo Windows”, “navegamos en la superficie de todo sin enterarnos de nada”). En el segundo párrafo explica las consecuencias derivadas del problema planteado anteriormente y vuelve a emplear el argumento de la comparación (En EEUU...) y el de autoridad (Daniel Spierberg nos relató...) para concluir con la tesis, esto es, la necesidad de una desconexión digital permanente para combatir problemas como el estrés y el cansancio, entre otros. Tanto los argumentos como la estructura planteadas se ponen al servicio de la progresión temática del texto.
3º o 4º párrafo. COHESIÓN: justifica la coherencia del texto, es decir, la coherencia se consigue mediante los mecanismos de cohesión.	Se trata, pues, de un texto coherente cuyas ideas y argumentos se sitúan en lugares estratégicos para justificar la tesis final y concienciar, así al lector. Para ello, el autor emplea algunos mecanismos de cohesión como los marcadores del discurso “pero” (para contrastar ideas) y “porque” (para justificar), pronombres anafóricos (“por eso”) para introducir el segundo párrafo, deícticos de lugar (“aquí en España”) y de persona (llamamos”) para

	contextualizar el tema tratado y palabras relacionadas con el campo semántico de la telefonía móvil , tema principal del texto (digital, internet, router, iphone...).
RASGOS MORFOSINTÁCTICOS Y LÉXICO-SEMÁNTICOS ORIENTADOS AL TEMA, TIPO DE TEXTO, FUNCIÓN LENGUAJE, FINALIDAD Y OBJETIVIDAD-SUBJETIVIDAD	En el plano morfosintáctico y léxico-semántico, ya hemos mencionado el predominio de verbos en 1ª persona del sg. Y del pl. para justificar la subjetividad del texto y el predominio de la función apelativa. <u>Además</u>, destacan el uso de la 3ª persona del singular para introducir los argumentos de autoridad (“se refirió”, “nos aconseja” “nos relató”) y los verbos copulativos en la misma persona gramatical (es de inputs digitales, es cada vez más frecuente, es recomendable, es mínimo). Por otra parte, encontramos un equilibrio entre los periodos oracionales largos, empleados para desarrollar argumentos e ideas en detalle, y las oraciones simples, utilizadas por el autor para representar ideas principales del texto. Estas últimas se encuentran en lugares estratégicos para llamar la atención del lector sobre el mensaje (“la experiencia merece la pena. Y el coste es mínimo”; “no debe ser fácil”). No obstante, la modalidad oracional predominante es la enunciativa, propia de los textos argumentativos. Por último, ya hemos comentado el empleo de los adjetivos valorativos y del léxico connotativo como muestras de la subjetividad. Por ello, destacamos ahora la abundancia de préstamos y anglicismos como “inputs”, “wifi”, Iphone”, “router”, “tablet”, comunes en el ámbito de la tecnología.
RASGOS ESTILÍSTICOS ORIENTADOS AL TIPO DE TEXTO, FUNCIÓN LENGUAJE, FINALIDAD, OBJETIVIDAD-SUBJETIVIDAD	Para finalizar, debemos señalar la presencia de la función poética del lenguaje. En este sentido, es evidente la intención, por parte del autor, de presentar su mensaje de manera original con el fin de atraer la atención del lector y de persuadirlo. Para ello, abundan las enumeraciones (“contestando correos, whats apps, actualizando perfiles”, “zapatos MBT, los cereales integrales, la slow food, los cafés solidarios, la ropa orgánica, el algodón”) y la propia comparación entre el ayuno alimenticio y el ayuno digital.

En conclusión, todas estas características nos permiten, de nuevo, afirmar, que se trata de (TIPO DE TEXTO) un texto argumentativo, dotado de gran originalidad, a través del cual el autor manifiesta (REPITO INTENCIÓN) su preocupación por las graves consecuencias derivadas del uso continuado del teléfono móvil y apela a la necesidad de llevar a cabo un “ayuno digital”, como su propio nombre indica.