EJERCICIO N º 7. Analiza los procedimientos de cohesión textual que encuentres en los siguientes textos.

TEXTO N º 1

“A la gente la música en general le gusta o no le gusta –y entonces dice que “suena todo igual”- o le da lo mismo. El jazz es otra cosa. Con el jazz la gente se apasiona, se irrita, o bien dice que “está bien para oírlo de fondo”-y entonces irrita a los apasionados de esta música. Un buen aficionado se reconoce además porque no solo le gusta escuchar jazz. También le gusta el cine sobre (o con) jazz, los libros de jazz, la fotografía del jazz, además de los carteles, las camisetas, los viajes y cualquier otro objeto relacionados con este tipo de música – que se distingue por su sonido, la improvisación y el swing. El jazz es un género propenso al maridaje con otras artes, a las que suele dar, por cierto, mucho más de lo que recibe. Con la fotografía se ha llevado bastante bien, aunque la pintura, la literatura o sobre todo el cine han encontrado con frecuencia en el jazz, sus músicos y su ambiente motivo de inspiración sin que, la mayoría de las veces , sea el resultado (de esa inspiración) un honroso tributo.

TEXTO Nº2

En la época que nos ocupa reinaba en las ciudades un hedor apenas concebible para el hombre moderno. Las calles apestaban a estiércol, los patios interiores hedían a orina, los huecos de las escaleras atufaban a madera podrida y excrementos de rata; las cocinas, a col podrida y grasa de carnero; los aposentos in ventilación, a polvo enmohecidos; los dormitorios, a sábanas grasientas, a edredones húmedos y al penetrante olor dulzón de los orinales. [...] Hombres y mujeres apestaban a sudor y a ropa sucia; en sus bocas apestaban los dientes infectados, los alientos olían a cebolla y los cuerpos, cuando ya no eran jóvenes, a queso rancio, a leche agria y a tumores malignos. Apestaban los ríos, apestaban las plazas, apestaban las iglesias y el hedor se respiraba por igual bajo los puentes y en los palacios.

P. Süskind, *El perfume*.

TEXTO Nº 3

“Hace algún tiempo vi un delicioso anuncio en la televisión: un perro era abandonado en la carretera y sus ojos imploraban que no lo abandonaran. Era un pequeño poema tierno y triste, algo cruel, quizás. Me gustan mucho más los anuncios que muchas películas malas o banales que, lejos de divertir o educar, solamente nos vuelven estúpidos. Los anuncios son ideales por tres motivos. El primero: son cortos y concisos. El segundo: en ellos aparecen frecuentemente juegos de palabras. Y en tercer lugar, aunque no menos importante: nos llegan de una forma fulminante, como un pequeño rayo de inspiración. Así, descartando los mensajes subliminales y las bobadas del tipo "sea libre con este coche deportivo", un pequeño poema vale más que ciento veinte minutos de aburrimiento.”