

2.TIPOLOGÍAS DE TEXTOS

- Teoría: los textos argumentativos

Definición: textos con la finalidad de convencer de ideas.

Tesis: ideas defendidas.

Argumentos: razones que las sostienen.

1. Tipos: según intención emisor y destinatario

- **Tesis científicas: estudios especializados del mundo académico.**
- **Tratados filosóficos o ideológicos: aportan ideas sobre el pensamiento soc, ptco y econom.**
- **Ensayos: textos literarios de temas variados.**
- **Artículos de opinión: opinión de conocidos intelectuales sobre temas actuales.**
- **Publicidad: despiertan el deseo de poseer un producto o adoptar una conducta.**

2. Estructura:

- **Tesis:** ideas u opiniones mantenidas sobre un tema
 - **Cuerpo de argumentación:** conjunto de razones que se dan para defender la tesis.
- **Conclusión:** resumen de los argumentos y tesis.

3. Clases de argumentos:

- **Argumentos de causa y consecuencia.**
 - Ofrecen una relación causal entre los hechos.
- **Argumento de autoridad:**
 - Dan opiniones de personas de prestigio.
- **Argumentos de ejemplificación:**
 - Ofrecen experiencias concretas que demuestran las tesis.
- **Argumentos lógicos:**
 - Razonamientos verdaderos.
- **Contraargumentos:**
 - Argumentos contrarios a la tesis que se anulan después.

4. Características:

- **Verbos de opinión:** *creer, opinar, estimar, considerar, pensar,*
- **Conectores:**
 - **Causa:** *porque, ya que...*
 - **Adición:** *además, también...*
 - **Contraste:** *por un lado, por el otro; sin embargo, pero*
- **Organizadores textuales:**
 - *En primer lugar, para empezar...*
- **Marcadores discursivos de citas:**
 - *Según..., en opinión de...*
- **Verbos en primera persona (de quien expresa la tesis)**
- **Verbos en 2ª p. para apelar al receptor:** *sabéis...*
- **Verbos en primera p. plural:** *nos encontramos...*
- **Expresiones condicionales:** *si..., en el caso de...*

5. La publicidad

- Tipo de **texto argumentativo** muy **presente** en la vida actual.
- **Finalidad** de la publicidad:
 - dar a conocer los **productos** y
 - **crear deseo** de poseerlos o consumirlos.

- El texto publicitario está condicionado por:
 - **Receptor**
 - **Medio físico:**
 - **Escrito:** revistas, periódicos.
 - **Oral:** radio.
 - **Visual:** folletos y carteles publicitarios.
 - **Audiovisual:** como en la TV combinan:
 - Voz, texto escrito, imágenes, música.

6. El lenguaje periodístico

- **La marca: nombre de la empresa.**
 - » **Eslogan o lema: expresión original**
fácilmente **memorizables** según
campana
 - » *De El caserío me fío* (rima) ;
 - » *Amena: tu libertad* (metáfora)...
- **Logotipo: plasmación gráfica de la marca.** **Forma atractiva y visual.**
 - **Tipos:**
 - » **Combinación de letras e imagen;**
 - » **formado por letras;**
 - » **Formado sólo por imagen.**

6.1. Características de la publicidad

- **Uso de los siguientes elementos:**
 - **Usos de imperativos:** Hazte socio
 - **Adjetivos valorativos:** Fórmula joven
 - **Tecnicismos:** regenera la flora intestinal
 - **Términos nuevos:** Bio
 - **Palabras y expresiones de otras lenguas:** Maquillaje
 - **Segunda persona:** porque tú lo vales
 - **Interrogaciones:** ¿A qué esperas?

- **Recursos expresivos:**

- **Metáfora:** *La joya para la piel*
- **Comparación:** *100% natural, como tú*
- **Hipérbole:** *Un mundo fantasía*
- **Repetición:** *rico, rico*
- **Aliteración:** *Suscríbete y corre con reebok (Reebock)*
- **Paralelismo:** *¿A minutos del centro o a años luz del estrés?*
- **Antítesis:** *Cada día el precio más bajo y el mayor surtido*

6.2. Tipos de publicidad

- **Comercial:**
 - Objetivo: **promocionar un producto** para generar ganancias económicas.
- **Institucional:**
 - Objetivo: **promover conductas cívicas:**
 - » respeto al medio ambiente, prudencia en la carretera...
 - **No tienen afán de lucro** aunque a veces su fin es recaudar dinero (Cruz Roja, Unicef, Intermón...)