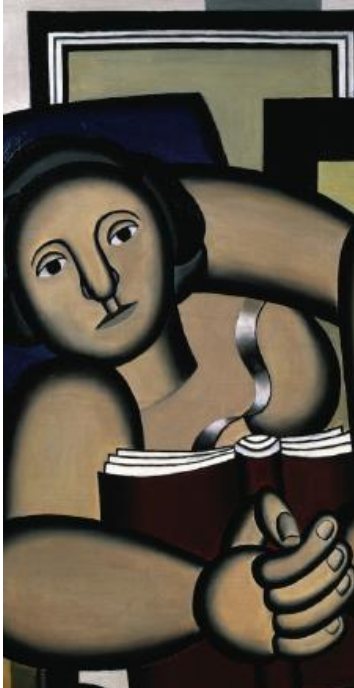


LOS TEXTOS ORALES Y LOS TEXTOS ESCRITOS

Lengua castellana y Literatura
1º Bachillerato

Oralidad y escritura

Según el modo de expresión empleado, los **textos** se clasifican en **orales** y **escritos**.



Expresión oral

- Carácter natural.
- Participación simultánea de los interlocutores.
- En general es espontánea.

Expresión escrita

- Requiere aprendizaje formal.
- Emisor y receptor no comparten ni tiempo ni espacio.
- Textos planificados.

Los textos orales

La función básica de la oralidad es el **mantenimiento** de las **relaciones sociales**.

Textos orales dialogados

Participan **varios interlocutores** que desempeñan alternativamente los roles de **emisor** y **receptor**.

Textos orales monologados

Presentan un **único emisor**, que mantiene el uso de la palabra desde el principio hasta el final del texto.

- Producimos y escuchamos continuamente textos orales.
- Presentan diferentes grados de formalidad (no nos expresamos igual cuando hablamos con un amigo o en la consulta del médico).
- Presentan diversidad de finalidades (mantenimiento del contacto afectivo, transmisión o recepción de información, petición de ayuda...).

Los textos orales dialogados

- ❑ El género más característico es la **conversación espontánea**.
- ❑ Una conversación es un **intercambio comunicativo espontáneo** que mantienen, por medio de **intervenciones cortas, dos o más interlocutores**.

Características

- ❑ **Indeterminación:** ni el tema, ni el número de participantes, ni la duración se especifican de antemano. Es un proceso cooperativo, una negociación constante entre los interlocutores.

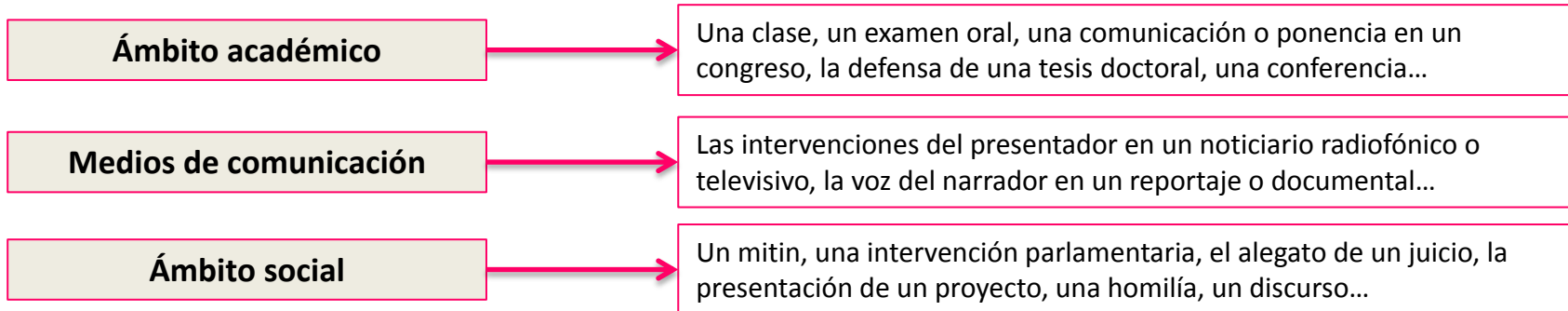
- ❑ Importancia de los **elementos paraverbales y no verbales:**
 - **Rasgos suprasegmentales:** entonación, ritmo, pausas y acento de intensidad.
 - **Cinesia:** los gestos pueden complementar o contradecir lo enunciado.
 - **Proxemia:** La postura de los interlocutores, la distancia que establecen entre sí...

Rasgos lingüísticos de la conversación



- Frecuentes **repeticiones**.
- Baja densidad léxica, con empleo de **palabras-baúl**, de significado impreciso.
- Alteración** del **orden** de las **palabras**.
- Falsos comienzos** y cambios de estrategia sintáctica.
- Empleo de **muletillas** y frases incompletas.
- Uso de **marcadores conversacionales**.
- Uso de **modismos** o fórmulas fraseológicas propias del **registro coloquial**.
- Marcas de **subjetividad**, en particular de **enunciados exclamativos**.
- Presencia de la **variedad geográfica** o dialectal del hablante.

Los textos orales monologados



Rasgos lingüísticos de los textos orales monologados

- Proceso de **aprendizaje formal**.
- Situaciones de **carácter público**.
- Unilateralidad**: el emisor se dirige a un receptor pasivo.
- El texto ha sido **planificado** previamente.
- Finalidad: **transmisión de información o conocimientos**.
- Predominan la **modalidad expositiva y argumentativa**.

Los textos escritos

La función primordial de la escritura es **representar, preservar o difundir la información**, el **conocimiento** y la **creación literaria** a través del **tiempo** y del **espacio**.

Características

- Escritor y lector no coinciden** en el tiempo ni en el espacio. No se produce ninguna interacción personal.
- Textos planificados y revisados**: el proceso de enunciación o redacción de los textos escritos puede demorarse.
- Enorme **diversidad de textos escritos**: noticias, mensajes de texto, publicidad, instrucciones...

Rasgos lingüísticos de los textos escritos

- Organización **coherente** y **estructuras sintácticas complejas**.
- Los **rasgos dialectales se neutralizan**.
- Léxico amplio y preciso**.
- Variedad estándar y **registro formal**.
- Los **elementos no verbales desaparecen**.
- Cobran importancia los **mecanismos de cohesión textual**.

La publicidad

Los textos publicitarios pretenden **persuadir** al **receptor** de que **adquiera** un producto, **utilice** un servicio, **colabore** con una organización o **actúe** de una manera determinada.

Clasificación de los textos publicitarios

Según su finalidad

- Publicidad comercial.
- Publicidad de organizaciones no gubernamentales.
- Publicidad institucional.
- Propaganda política.

Según el medio de difusión

- Publicidad impresa.
- Publicidad radiofónica.
- Publicidad audiovisual.

Estructura de los anuncios impresos



Titular

Enunciado que pretende captar o atraer la atención del receptor. Aparece, por lo general, destacado tipográficamente.

Cuerpo

Con frecuencia, apela directamente al receptor y explica las características del producto o servicio.

Imagen

Se relaciona con el cuerpo y el titular.

Firma y texto complementario

Incluye el logotipo (signo gráfico asociado a la entidad que se anuncia), el eslogan asociado a la marca (un enunciado breve y fácil de recordar) y una forma de contacto.

Los textos periodísticos

Un periódico es un tipo de **publicación** generalmente **diaria** que ofrece **informaciones** y **opiniones** vinculadas a la **actualidad**.



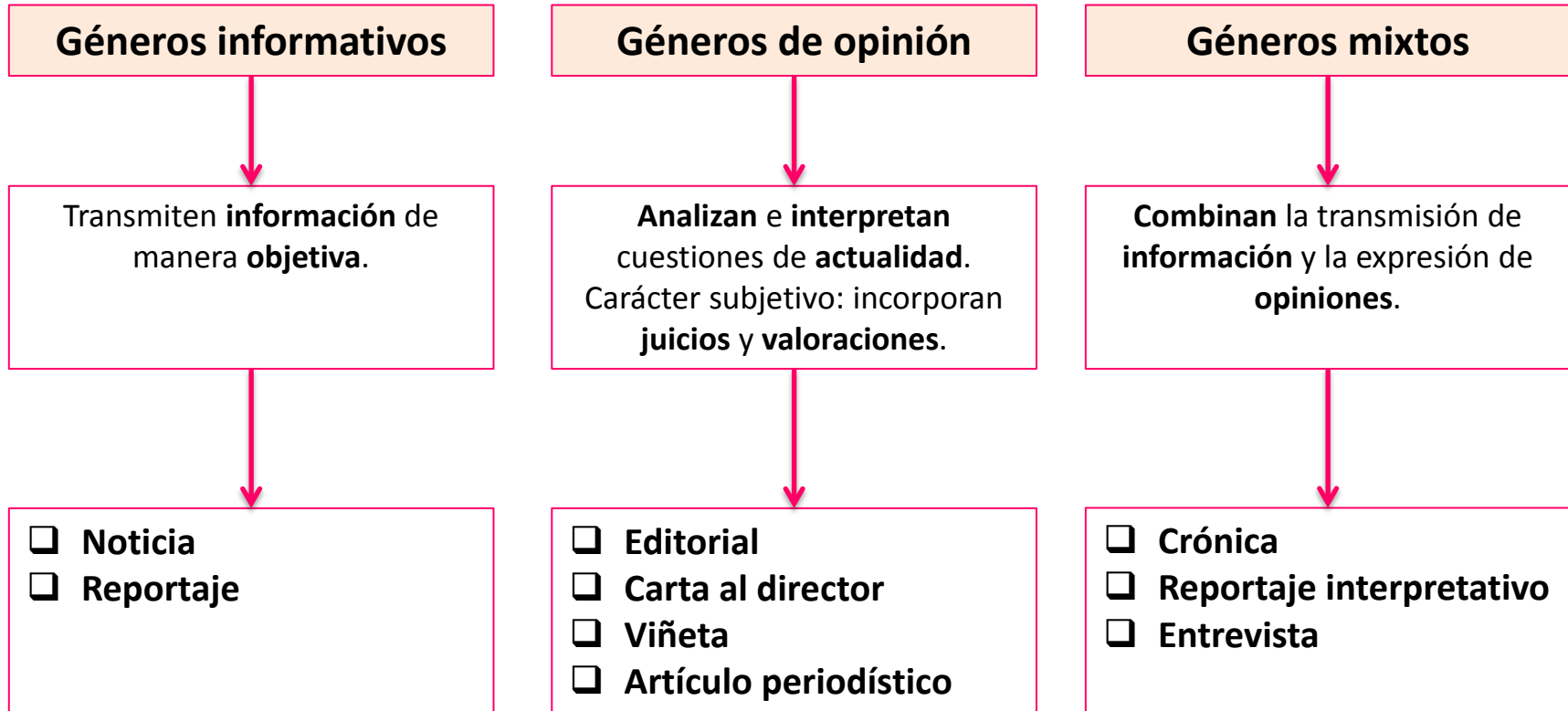
Los periódicos presentan una triple finalidad:

- **Informar**
- **Entretener**
- **Interpretar**

Sus contenidos se organizan en secciones:

- **Opinión**
- **Nacional**
- **Internacional**
- **Economía**
- **Sociedad**
- **Deportes**
- **Cultura**

Los géneros periodísticos



El artículo periodístico

Un artículo periodístico es un **texto publicado en prensa** que refleja el **punto de vista del autor** sobre un **tema** determinado.

Características

- Constituye una forma breve del ensayo.
- Presencia de marcas explícitas de subjetividad.
- Función expresiva del lenguaje.
- Modalidad expositivo-argumentativa.
- Amplia variedad temática.
- El autor expresa su punto de vista.

Tipos de artículos

Artículo de fondo o tribuna libre

Se trata de un texto extenso y razonado, enviado al periódico por un colaborador ocasional.

Columna

Más breve que el artículo de fondo. Sección fija firmada por un colaborador habitual de la publicación.