



Modalidades textuales. La oración compuesta (I): Leemos y analizamos textos periodísticos y publicitarios



Los medios de comunicación social

- **Televisión.**
 - Transmisión en directo.
 - Imágenes.
- **Radio.**
 - Rapidez en la difusión de la noticia.
 - Bajo coste de producción.
- **Prensa escrita.**
 - Información perdurable en el tiempo.
 - Versión digital.



Géneros periodísticos

- **De información:**
 - Noticia.
 - Reportaje.
 - Entrevista.
- **De opinión:**
 - Editorial.
 - Columna.
- **Mixtos:**
 - Crónica.
 - Comentario.
 - Crítica.



Lenguaje del periodismo

Las tres “ces”: claridad, concisión, corrección.

- Alargamiento de las oraciones y las palabras.
- Abundante empleo de siglas.
- Profusión de anglicismos.
- Eliminación de los determinantes (en el titular).
- Uso indebido del condicional de posibilidad.
- Empleo abusivo de la voz pasiva.
- Mezcla del estilo directo e indirecto.
- Abundantes eufemismos.



Textos publicitarios. Recursos

- Seducción.
- Persuasión.
- Manipulación



El lenguaje de la publicidad

- Mezcla de elementos connotativos y denotativos.
- Juegos con la tipografía.
- Originalidad.
- Brevedad.
- Empleo de neologismos.
- Interrogaciones retóricas.
- Abundante adjetivación.
- Empleo de recursos estilísticos.
- Oraciones simples.