
Los textos. La oración compuesta

El lenguaje de los medios de comunicación

1. Los medios de comunicación social

Televisión:

- Transmisión en directo.
- Imágenes.

Radio:

- Rapidez de difusión.
- Bajo coste de producción.

Prensa escrita:

- Información perdurable en el tiempo.
- Versión digital.

2. Géneros periodísticos

De información:

- Noticia.
- Reportaje.
- Entrevista

De opinión:

- Editorial.



- Columna.

Mixtos:

- Crónica.
- Comentario.
- Crítica.

3. Lenguaje del periodismo

Tres "ces": claridad, concisión, corrección.

Rasgos:

- Alargamiento de oraciones y palabras.
- Abundante empleo de siglas.
- Profusión de anglicismos.
- Eliminación de los determinantes (en el titular)
- Uso abundante del condicional de posibilidad.
- Empleo abusivo de la voz pasiva.
- Mezcla de estilo directo e indirecto.
- Abundantes eufemismos.
- Diferencias entre los rasgos de los géneros objetivos, como la noticia, y los subjetivos, como la columna de opinión.

4. Textos publicitarios

Recursos:

- Seducción.
- Persuasión.
- Manipulación.



El lenguaje de la publicidad:

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