

TIPO DE TEXTO Y CARACTERIZACIÓN DEL MISMO

El presente texto constituye un texto **publicitario** de tipo **comercial**. Lo emite una empresa y tiene por objeto vender un producto: La mermelada de frutas Light de Hero. Si en un sentido más general, la publicidad ha provocado en los consumidores la necesidad de consumir productos light, ahora las mermeladas hero tratan de convencernos de que son las más naturales.

Una de las características más importantes de este tipo de textos es que tienen siempre **una función dominante la apelativa**, pretende sobre todo llamar la atención del receptor sobre un determinado producto y conseguir que lo compre. Al servicio de este objetivo principal pone la publicidad todos sus mecanismos, gráficos, lingüísticos y fónicos. La imagen del anuncio que nos ocupa pretende llamar la atención sobre el producto por eso lo coloca centrado en la imagen y destacar de él que es natural por eso cuelga el tarro de un árbol como si fuese un fruto. Pero no es la de llamar la atención la única intención, el publicista pretende también:

- a) Establecer un contacto con el receptor **función fática** en el texto el contacto se establece por el que da la sensación de que te habla directamente.
- b) Preocupación estética, interés por ser original y estéticamente bello, **Función poética**
- c) Interés por aportar una información objetiva, generalmente útil para que el potencial comprador acceda al producto, en este anuncio se nos informa de la marca y de la variedad de gustos. **Función representativa**

Por otro la publicidad también se caracteriza por presentar **unas particularidades en el proceso comunicativo**. El emisor es múltiple la empresa que vende el producto y la que hace el anuncio. El receptor es un público específico, no siempre el mismo al que se le llama público objetivo en este caso un sector de la sociedad preocupado por la imagen y por la salud. También en publicidad se integran múltiples códigos lo puramente lingüístico que analizaremos más adelante, se mezcla con las imágenes que sirven para reforzar el efecto del mensaje. Por eso contiene gran cantidad de información redundante. En este anuncio la presencia del árbol refuerza la cualidad de natural, la imagen del bote la identificamos con la del fruto, lo que refuerza el mensaje de :toma mucha fruta.

También es característico de la publicidad el que convine los aspectos informativos con una fuerte carga argumentativa, por lo que suele ser frecuente que su **modo de discurso sea expositivo**, para informar, **argumentativo** para convencer. El texto de frutissima utiliza como esquema argumental la demostración Se le demuestran al comprador de forma clara y explícita las ventajas racionales de la mermelada frutissima, sus características y aplicaciones prácticas. es natural, no engorda y esta buena. Utiliza también como argumento un símbolo visual, presentando visualmente la idea hace que se recuerde mejor. La mermelada es natural, este argumento le sirve para refutar las posibles razones en contra que pueda presentar el comprador.

En cuanto a **las características lingüísticas** del texto vamos a analizarlas atendiendo a su finalidad en el anuncio. Todo recurso lingüístico lo utiliza el publicista con un fin concreto que puede ser para motivar, para grabar o para persuadir al posible comprador

Como **mecanismos de motivación** destacaremos en este anuncio:

- Los diversos tipos de grafías, podemos contabilizar seis diferentes grafías
- La tendencia a utilizar grafías extranjeras como haciendo el producto más prestigioso :fruttissima ; **light**
- Las paradojas. En este caso la paradoja se produce entre la realidad una mermelada ligera y lo que dice natural, sana.
- Juegos de palabras utilizando frases hechas una manera de comer fruta que no te pesará

Como mecanismos de grabación, es decir mecanismos lingüísticos que contribuyen a que se recuerde el anuncio, destacaremos:

- Aliteraciones una forma de comer fruta que no te pesara
- Repeticiones del lexema de las palabras fruta, fruto, fruttissima .Por otro lado el concepto de natural se repite en la imagen , en la rubrica del texto “naturalmente y en la propia palabra que aparece en el texto reforzada por el adverbio “completamente.”

Como mecanismos de persuasión destacaremos:

- Uso de intensificadores como el superlativo **fruttissima** o el determinante **mucha** fruta.
- Léxico positivo tanto adjetivos como sustantivos nuevo, gusto,
- Utilización de palabras extranjera como Light o incluso fruttissima por sus grafías puede parecer extranjera
- Palabras relacionadas con el sistema de valores de la sociedad natural, descubre, no te pesará ligero, natural...
- Oraciones imperativas
- Oraciones interrogativas
- Oraciones atributivas
- Oraciones subordinadas sustantivas

RECUERDA

Se trata de que elabores un texto expositivo que por tanto tiene que ser:

ORDENADO este ejemplo sigue un esquema.

- 1.-determinar y explicar qué tipo de texto es
- 2.-Explicar las características de este tipo de textos
 - 2.1.-funciones dominantes
 - apelativa
 - fática
 - estética
 - representativa
 - 2.2 particularidades del proceso comunicativo
 - emisor_____receptor
 - código
 - 2.3 modo de discurso expositivo argumentativo
 - 2.4 características lingüísticas
 - mecanismos de motivación
 - mecanismos de grabación
 - mecanismos de persuasión.

CLARO He utilizado recursos como
subrayados,
negrita,
sangrados
enumeraciones

PRECISO hay interés por
léxico preciso
poner ejemplos de cada cosa

