Fundación Progresa

CONVENIO 1120-07-017-2022 ALCALDÍA DE RIONEGRO
FUNDACIÓN PROGRESA

TALLERES DE FORMACION

	Rionegro	**NOMBRE PROFESIONAL**	Jorge Andrés Galindo Navarro
NOMBRE INSTITUCIÓN	IE. BALTAZAR. SALAZAR	**FECHA**	Día 09 Mes 11 Año 23
TEMA:	Tipos de texto	**POBLACIÓN** 6C.	Docentes ___ Directivos ___ Estudiantes X Padres ___

PARTICIPANTES/NOMBRE-INSTITUCIÓN EDUCATIVA	**PARTICIPANTES/NOMBRE-INSTITUCIÓN EDUCATIVA**
1 Sara Osorio Peret	28
2 Valentina Jimenez Atate	29
3 Wendy Valeria Gerudot.	30
4 Matias Patiño Pelaez	31
5 José Daniel Gonzalez Perez	32
6 santiago castro Betancur	33
7 Jeronimo Castro López	34
8	35
9	36
10	37
11	38

OBJETIVO	
El objetivo fundamental de un texto argumentativo es persuadir o convencer al interlocutor de la veracidad de una idea o de la interpretación de la realidad, apelando muchas veces a los sentimientos y a las emociones de las personas.	
LOGROS	**DIFICULTADES**
- Identifica el tema de acuerdo al mismo mensaje puede tener más de una intención. - Reconoce la estructura como las palabras empleadas en cada caso, son diferentes. - Analiza la intención comunicativa que perseguimos cuando hablamos, escribimos o emitimos algún mensaje.	No presentaron dificultades, al contrario, se obtuvo buena participaciòn.

DESARROLLO

Para iniciar, el profesional Jorge Andrés Galindo Navarro, realiza preguntas generadoras sobre el acercamiento de los estudiantes de grado sexto con los tipos de texto. A veces resulta complejo explicar con palabras algún concepto conocido y utilizado diariamente. Por ello, simplificaremos la explicación indicando que un texto es una composición de letras, codificado en un sistema de lectura o escritura, que tiene como propósito, entregar información.

Por eso, hoy vamos a hablar de los siguientes tipos de textos:

1. Texto descriptivo;
2. Texto expositivo;
3. Texto científico;
4. Texto argumentativo;
5. Texto narrativo;
6. Texto literario;
7. Texto publicitario;
8. Texto instructivo;
9. Texto histórico;
10. Texto jurídico;
11. Texto digital;
12. Texto periodístico.

Platicaremos sobre las funciones que cumple cada uno y sus características, para que te vuelvas un experto en el tema y domines el arte de escribir para web. Por eso, sin más pretextos hablaremos de los textos en este contexto.

¿Qué tipos de textos existen?

1. Descriptivo

"Des" significa descendiendo, o sea, de arriba hacia abajo en forma de lista. Cuando describimos enumeramos características.

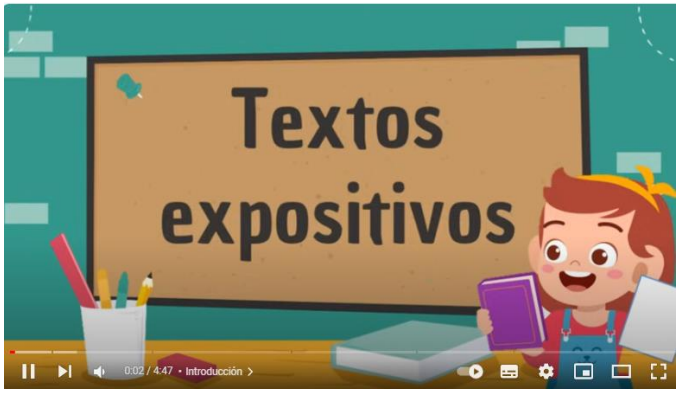
Dentro de los tipos de textos es, tal vez, el más directo y su función es describir un producto o servicio de una forma clara y concreta para que rápidamente le transmita al lead su utilidad. En sitios web o plataformas como Google Shopping son los textos que marcan la diferencia.



2. Expositivo

Exponer es colocar algo a la vista de los demás, por ejemplo un producto o en el caso literario una idea, teoría o tesis. Cuando exponemos no juzgamos ni analizamos, simplemente mostramos algo.

Por ejemplo, cuando citamos un autor o hacemos referencia a su pensamiento para ejemplificar algo. Exponer lo que pensamos sobre algo o exponer pensamientos de referencias del área, es un forma de construir autoridad.



3. Científico

Este es muy importante y, también, está vinculado a la autoridad. El modo científico utiliza datos comprobables y cita fuentes. Es una forma de demostrar lo fidedigno y veraz que es tu dominio. Encuestas, estadísticas, informes, entre otros tipos de textos.

Todos los datos científicos de un texto deben ser verificables y, obviamente, serios. Recuerda que uno de los principales motivos del navegante para optar es la confianza.



4. Argumentativo

Un argumento es un “instrumento para dejar algo en claro” y es un tipo de texto muy útil cuando lo que necesitamos es persuadir.

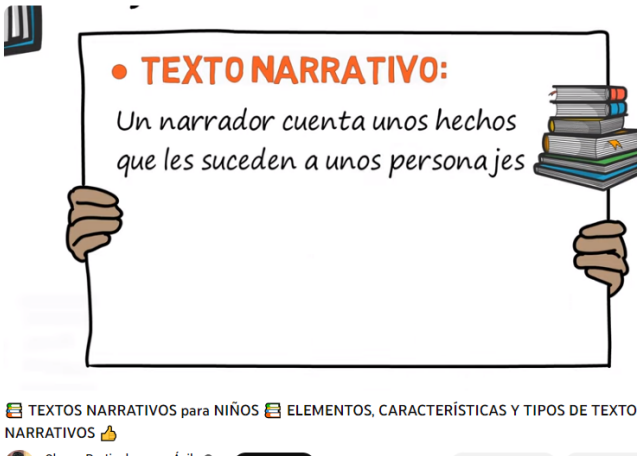
Cuando argumentamos nuestra narrativa tiene que estar orientada a demostrar algo. Aquí hablamos de los motivos que llevan a que una persona realice una acción y de los beneficios que obtendrá al concretarla.



5. Narrativo

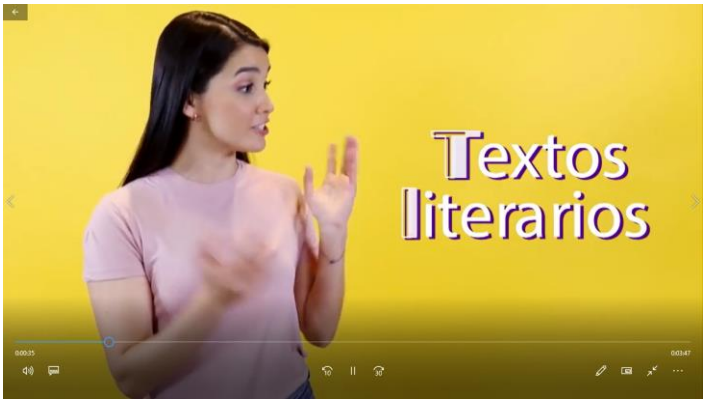
Una buena historia entra en regiones de nuestro cerebro que están dominadas por símbolos. **Por lo tanto si manejamos bien esos símbolos en un texto construiremos un puente con nuestra audiencia.**

Aquí el mejor ejemplo es el de storytelling, al crear una narrativa con inicio, medio y fin en la que un protagonista debe superar obstáculos estarás estableciendo puntos de identificación con tu audiencia que sentirá que estás contando su propia historia.



6. Literario

Si bien, todo es literatura, tenemos que colocar este tipo como “estrictamente literario”, para crear un espacio dedicado a los textos artísticos y creativos. Es que, la literatura – y el arte en general – están íntimamente ligados al entretenimiento.



FUENTE DE VERIFICACIÓN (control de asistencia)