

TIPOS DE TEXTOS

Texto descriptivo

Texto expositivo

Texto científico

Texto argumentativo

Texto narrativo

Texto literario

Texto publicitario

Texto instructivo

Texto histórico

Texto jurídico

Texto digital

Texto periodístico

1. TEXTO 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 un servicio de una forma clara y concreta para que rápidamente le transmita al lead su utilidad.

En sitios de ecommerce o plataformas de 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 una 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.

Poesías, cuentos cortos, crónicas y fábulas son ejemplos de esta clase de textos.

7.TEXTO PUBLICITARIO

Estos son textos para escritores avanzados, aquí es donde se aplican recetas y conjuros para que el cliente reconozca su necesidad. Los textos publicitarios tienen como objetivo persuadir y convencer sobre un determinado producto.

Para eso utilizan muchos artificios en los textos, como disparadores o mensajes subliminales – este último está en el límite de lo ético por eso útilízalo con moderación.

8.INSTRUCTIVO

Son los textos que, mediante instrucciones, nos enseñan a realizar algo. El famoso tutorial paso a paso es el mejor ejemplo.

Pero no creas que es tan fácil, estos textos tienen que ser extremadamente pedagógicos y sencillos de entender para que funcionen, de lo contrario pueden resultar un tiro por la culata.

9.TEXTO HISTÓRICO

Estos son los textos que refieren a grandes hechos o acontecimientos de la historia y/o de grandes figuras. Biografías, fechas patrias, conmemoraciones culturales, entre otros eventos que modifican de alguna forma el día a día de las personas.

Tal vez el mejor ejemplo dentro del contexto del Marketing para entender la función de este tipo de textos es el Marketing Estacional.

10.JURÍDICO

Estos textos son los que se usan para describir procesos del área de Derecho, ya sea en contratos o en artículos de documentos legales.

El lenguaje de los textos jurídicos suele ser bastante técnico y complejo, por lo que su lectura resulta más objetiva.

11.TEXTO DIGITAL

Te podrás imaginar que este tópico tiene una gran diversidad pues reúne todas las posibilidades de la era digital, mails, newsletters, chats, mensajería instantánea, ebooks, blog posts.

Pero en el fondo todos tienen dos denominadores comunes que son esenciales para entenderlos:

1. rápida producción;
2. fácil distribución.

12.PERIODÍSTICO

Y para finalizar los textos que trabajan con informaciones periodísticas, que tienen una característica propia y es la capacidad de generar movimiento intenso y de corta duración.