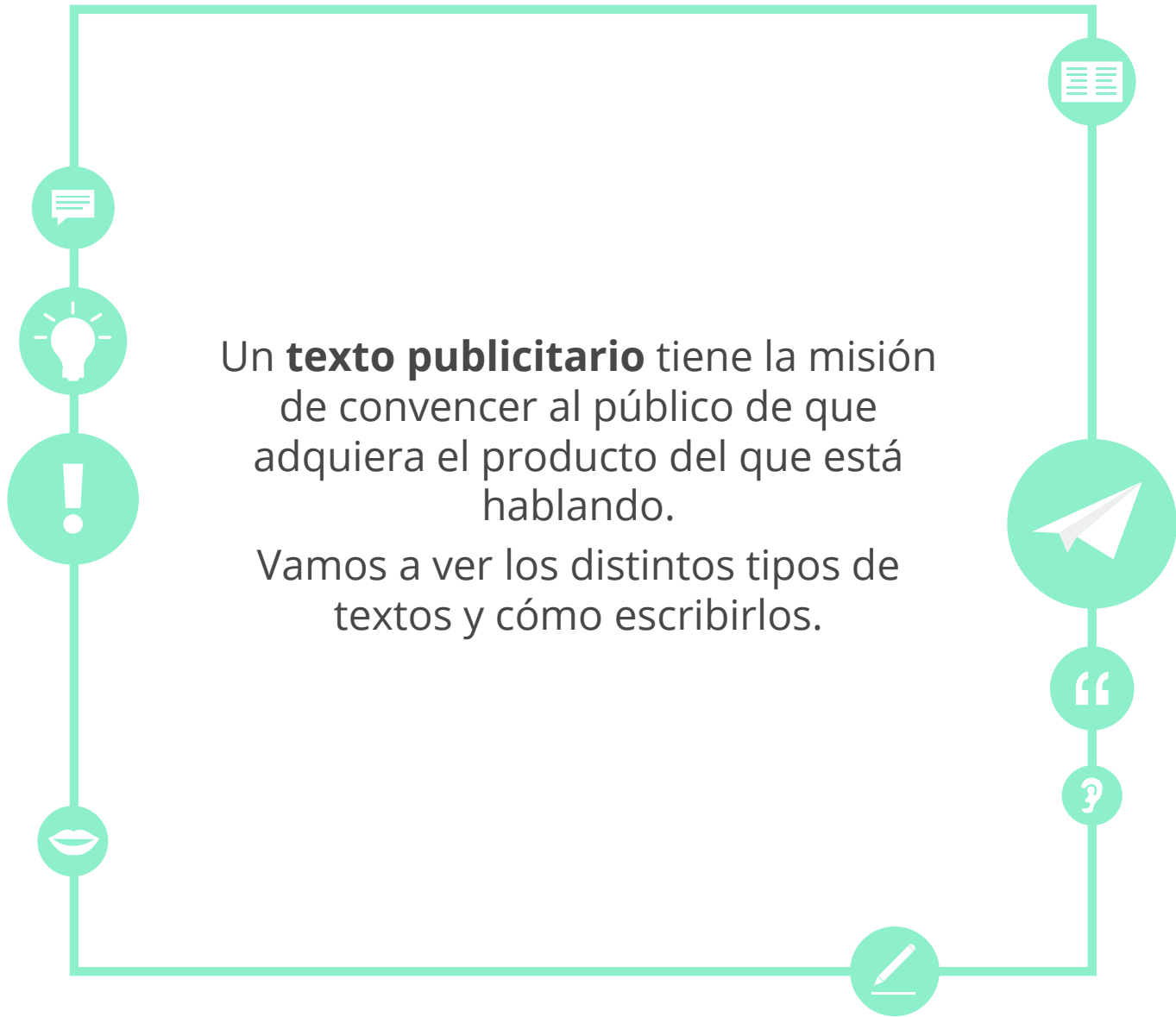




Objetivos

- Practicar la redacción de un texto publicitario
- Aprender características y tipologías y estructuras de textos publicitarios
- Realizar una lluvia de ideas para escribir un texto publicitario







A primera vista

- Las marcas son identificadas con su publicidad. Hay eslóganes, por ejemplo, que perduran durante años, como es el caso de la marca Coca-Cola.



En los años setenta, la agencia publicitaria de la marca creó el eslogan “Coke Adds Life”, que se tradujo en España como “La chispa de la vida”. Este eslogan lo mantuvieron hasta el año 1982.



El texto publicitario

- Como hemos comentado anteriormente, un texto publicitario tiene como objetivo convencer al público de que compre un producto o asuma una idea.
- ¿Qué características y qué estructura tienen los textos publicitarios?

■ Características:

La característica principal de un texto publicitario es ser eficaz, y para serlo, debe comunicar bien lo que se quiere transmitir y siempre tendrá en cuenta al tipo de público que va dirigido.

- Eficaz y claro, fácil de entender.
- Incluir comunicación visual: imágenes y colores para llamar la atención.
- El texto debe generar interés.
- Debe incluir elementos persuasivos.



Estructura del texto publicitario

- Todo texto publicitario debe tener una estructura que incluya los siguientes elementos:

- Un titular
- Una imagen principal
- El texto
- Un eslogan
- Una marca
- Otros elementos (contacto o fechas si es necesario)

- El titular no es lo mismo que el eslogan, aunque en casos ha llegado a serlo.
- El eslogan es una frase corta y con fuerza que resume el beneficio del producto.
- Los textos deben escribirse en el lenguaje del consumidor, enfocarse en los beneficios, conectar con las emociones y demostrar credibilidad.



¿Qué tipo de lenguaje es útil en el texto publicitario?

- Cuando escribimos un texto publicitario, queremos llamar la atención. ¿Qué tipo de lenguaje cumple mejor esta función?

- Generalmente se usan los pronombres en segunda persona y frases imperativas.
- Las frases hechas y las repeticiones.
- Las metáforas.
- Las personificaciones.
- Las preguntas retóricas.
- Las rimas.





Tipos de anuncios publicitarios

- Hay tres grandes tipos de anuncios publicitarios:

- Los de presentación: explican las características de un producto.
- Los de calificación: explican los beneficios que ofrece el producto.
- Los comparativos: comparan el producto con el de la competencia.

Sea cual sea el tipo de anuncio, el mensaje siempre se tiene que transmitir claramente para que sea fácil de entender.



Vocabulario

productividad

escepticismo

contexto

sofisticación



remedio

ritmo

tendencia

estética



Vocabulario en rimas



¿A más competitividad , más **productividad**?

Explícame el **contexto** y escribiré mejor el texto.



Para el remedio no uses todo el limón, solo **medio**.

Su apariencia sigue al milímetro la **tendencia**.





Vocabulario en rimas



Estudia en una escuela de **estética** y dietética.

Su corazón late a **ritmo** de algoritmo.



Su salón está decorado con la más absoluta **sofisticación**.

El misticismo provocó mi **escepticismo**.





Listas

Escoge tres palabras de las que hemos visto en el vocabulario y escribe tres palabras nuevas que rimen con cada una.



La rima
puede ser
por
repetición...



... o por
semejanza
acústica.



Palabra 1

Palabra 2

Palabra 3



Metáforas

Hemos visto que en los textos publicitarios se usan metáforas.
Piensa y escribe al menos tres metáforas.
Yo empiezo...

A sheet of white lined paper with a spiral binding on the left side, intended for writing metaphors.

¡Cómete el mundo!





Productos favoritos

Piensa en tus productos favoritos, aquellos sin los que no podrías vivir.

¿Se te ocurre algún eslogan para ellos?





Vocabulario

juego de rol

acuerdo

videoconsola

trato



acústico

colaboración

sinergia

ciudad
inteligente



Vocabulario en contexto



Mi hermano es un aficionado a los **juegos de rol**.

¿Sabías que la primera **videoconsola** se lanzó en 1972?



En los conciertos **acústicos** no usan elementos electrónicos.

Las **sinergias** de las ONG en pro del medio ambiente consiguieron que la petrolera desistiera de perforar allí.





Vocabulario en contexto



Las **ciudades inteligentes** son más eficientes energéticamente.

Tu **colaboración** es indispensable para el éxito del proyecto.



Si aceptas mi propuesta, **trato** hecho, solo nos faltará firmar.

Han llegado a un **acuerdo** después de varias reuniones con toda la plantilla.





Carta

Equipo de trabajo

...

Escribe una carta a tu equipo de trabajo explicándoles qué características debe incluir el anuncio de bicicletas que estáis creando.



Ejemplo anuncio I

¿Te gusta navegar?

¿Te gusta navegar?

Siente la libertad de navegar en unos de los mejores barcos del mundo. Elegancia, confort y potencia para llegar al fin del mundo.

¡Siéntete libre!

Analiza el vocabulario empleado en este ejemplo para realizar las actividades posteriores.



Ejemplo anuncio II

Corre más y mejor

Que la comodidad no sea tu freno

Nuestras nuevas zapatillas *Viento 3* son las más ligeras del mercado. Con una suela técnica que se adapta al movimiento de tu pie en cada zancada y con un sistema de ventilación que prolonga la sensación de confort.
¡Corre más y mejor!

Reserva con antelación desde ya tus zapatillas con un 20% de descuento.

Oferta válida hasta el 31 de octubre.

¿Qué opinas del eslogan de este anuncio? ¿Es convincente?



Ejemplo email

-□×

Para: Agencia de publicidad

Asunto: Campaña de Navidad

Estimados creativos,

Os detallamos un breve resumen de lo que nos gustaría hacer en el anuncio de Navidad de este año.

Ya sabéis que los valores de nuestra marca son la fiabilidad, la calidad y la exclusividad, así que el anuncio de estas Navidades queremos que transmita todos estos valores.

Queremos también crear un eslogan que el público pueda hacerse suyo, usarlo en conversaciones en las redes sociales.

Para ello, además del anuncio para la televisión, hay que crear un post para todas nuestras redes sociales siguiendo la misma estética del anuncio de televisión.

Id dándole unas vueltas y las vemos en la reunión del próximo lunes.

Saludos,

Lucía

¿Te identificas con los valores de esta marca?



¡Es tu turno!

Escribe cómo mejorarías tú el peor anuncio que recuerdas haber visto.

A large rectangular box with a black border, containing several horizontal lines for writing. The lines are spaced out, with a longer line at the top right and a shorter one at the bottom left, suggesting a writing area.

¿Por qué consideras que era un anuncio poco efectivo?



Escribir un esbozo

Piensa en tu marca de comida favorita. Escribe un esbozo de anuncio para la campaña de verano. Recuerda todas las partes que debe de incluir un texto publicitario.

A large rectangular box with a thin black border, containing several horizontal lines for writing a draft advertisement. The lines are arranged in a way that suggests a structured layout for an advertisement, with a longer line at the top right, followed by a shorter line on the left, and then several lines of varying lengths in the center, and finally a short line on the left at the bottom.



Email

Escribe un email a tu cliente (tu marca de comida favorita), explicándole la idea que tenéis para su campaña publicitaria de verano y las razones por las cuales piensas que es la mejor idea.

Para:

Asunto:



Reflexiona sobre los objetivos

Vuelve a la segunda página y comprueba si has alcanzado los objetivos de esta lección.

sí

no

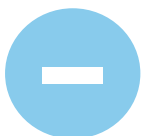




Reflexiona sobre la lección

Piensa en todo lo que has aprendido en esta lección.
¿Qué ha sido lo más difícil (actividades, vocabulario...)? ¿y lo más fácil?






Si tienes tiempo, repasa las páginas más difíciles de nuevo.



Soluciones

Actividades de respuesta libre.





Email

Escribe un email a la agencia de publicidad de tu marca favorita de bebida sugiriéndole una idea para un nuevo anuncio.

-□×

Para:

Asunto:

(...)



Soluciones a los deberes

Actividades de respuesta libre.

