

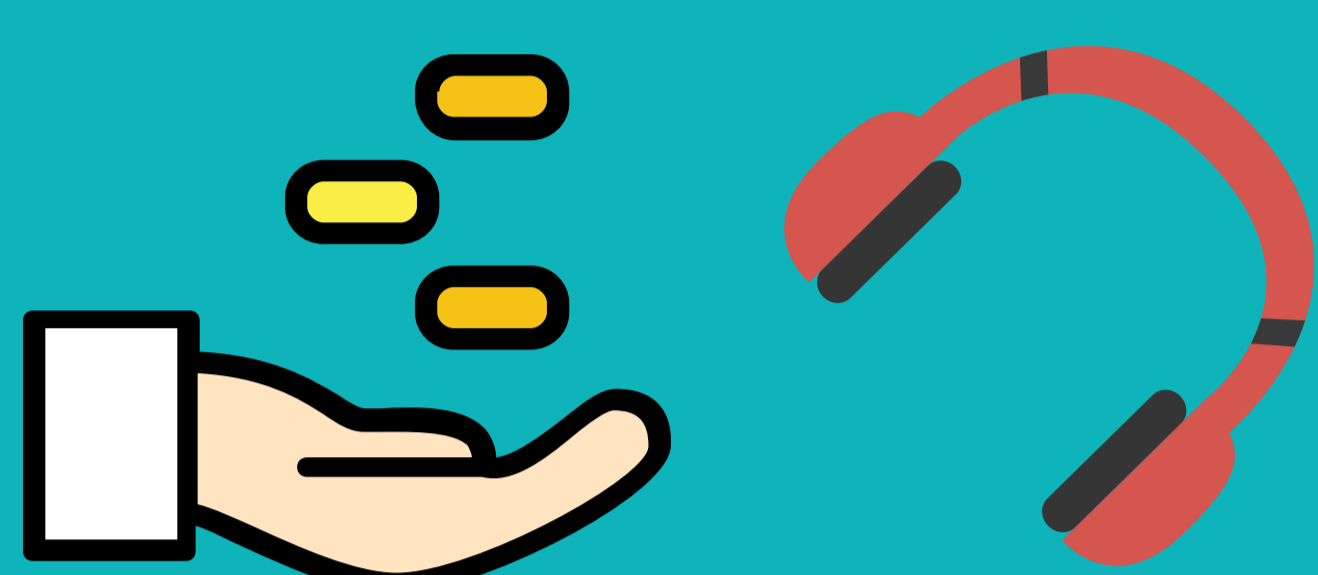
Las publicidades

PROPÓSITO

CONVENCER
PERSUADIR



OBTENER UN PRODUCTO
O SERVICIO



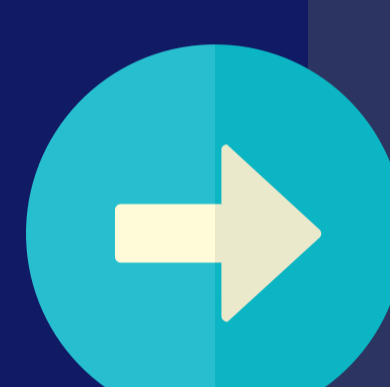
Ofrecen varios argumentos o razones, por lo que se trata de un **texto argumentativo**.

DESTINATARIO

DIRIGIDAS A UN
TARGET



POSIBLES
CONSUMIDORES



COMPARTEN
CARACTERÍSTICAS

Edad.
Gustos.
Estilo de vida.
Profesión.



PARA LLAMAR SU ATENCIÓN EMPLEAN EN
LOS VERBOS:

LA SEGUNDA PERSONA
DEL SINGULAR

VOS

USTED

EL MODO IMPERATIVO

Viví
la música.

Dejate caer en la
tentación.

RECURSOS

LA PUBLICIDAD COMBINA
RECURSOS DE DOS CÓDIGOS:

VERBAL

Palabras

¡Hola!

ICÓNICO

Imágenes
Colores
Tipos de letras
Formas

Juegos de sentido

Las palabras y las imágenes se combinan para generar nuevas interpretaciones.

Tipografía

Los diferentes tipos y tamaños de letras contribuyen a comunicar estados de ánimo, sensaciones y emociones.

Logotipo

Es la representación gráfica de la marca. Puede estar formado por palabras e imágenes.

Dejate caer en la tentación

¡Probá el nuevo *mocachino* con dulce de leche!



Imágenes

Ilustraciones o fotografías, que suelen ocupar el lugar central.

Colores

Se eligen y combinan para provocar diferentes efectos.

Eslogan

Frase breve y fácil de recordar. Resume la calidad destacada del producto o servicio, o de la marca que lo ofrece.

Tentación
55 años produciendo antojos