

# ESTILOS PUBLICITARIOS

Es la manera de expresar el mensaje. Se refiere tanto a las características del mensaje (modos de abordar el problema de comunicación y exponer la información esencial) como al tono o forma de apelar al destinatario.

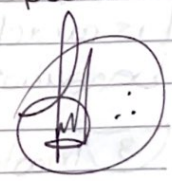
## Principales estilos publicitarios

1 Con texto escrito únicamente sin ilustraciones

Es la forma más simple de realizar un anuncio pero es difícil lograr con ella la atención, al no presentarse imágenes, que siempre tienen un mayor poder de atracción que los caracteres tipográficos.

2 Con ilustraciones

Las ilustraciones -objetos, animales o personas- tienen mayor capacidad de comunicación que las palabras solas.



3 Utilizando el erotismo

Se usa fundamentalmente en productos de belleza e higiene femenina.

[Empty rectangular box]

DÍA	MES	AÑO

**4** Con agresividad o imágenes violentas

El uso de la agresividad en los anuncios es creciente

**5** acompañamiento musical

Las canciones facilitan el recuerdo del mensaje, algunas canciones publicitarias se han hecho muy famosas

**6** presentando o contando historias

Consiste en narrar un hecho real o ficticio con el producto anunciado.

**7** exponiendo los usos del producto

Es un estilo muy habitual en el que se describen las características del producto, usos posibles, beneficios que reporta o ventajas que posee

**8** Mostrando momentos o escenas de la vida

En este tipo de anuncios se dramatiza una situación o un problema real que se soluciona con el uso del producto.

**9** Demostraciones

En este tipo de anuncios se pone de manifiesto de forma dramática alguna característica del producto

[Empty box for title or subject]

DÍA	MES	AÑO

### 10 Aportando testimonios

Implica la utilización de una persona acreditada un experto, un personaje famoso, un director de la empresa o un usuario del producto

### 11 estilos de vida

En estos anuncios se muestran situaciones protagonizadas por segmentos de mercado con determinados estilos de vida

### 12 analogías

Se busca también la asociación de ideas. Un bonito paisaje puede utilizarse para transmitir una sensación agradable que se identifique con el producto

### 13 fantasía

Es una forma de asociación. este estilo crea una fantasía acerca del producto o su uso

### 14 Recordatorio

Cuando el producto es sobradamente conocido y la única finalidad del anuncio es recordar la existencia y permanencia del producto