

PEC **2**

Club de Redacción: reglamento interno

Asignatura: 86.630 - Taller de redacción publicitaria - Aula 3
Alumno: Enrique Ramírez Aramburo
Fecha: 27/03/2023

decálogo. Conjunto de normas o consejos que, aunque no sean diez, son básicos para el desarrollo de cualquier actividad.

Diccionario de la Lengua Española. RAE.

El decálogo

idealistas Pon tu anuncio gratis

Espacio compartido en Club de Redacción

Ubicación: UOC – Campus virtual, 86.630 – Aula 3 - [Ver mapa](#)

- Muy luminoso, gracias a nuestra deslumbrante **creatividad**.
- Ubicado en una selecta **comunidad de copywriters**.
- Preciosas vistas al campo de la **originalidad**.
- Cálido **ambiente inspirador**, muy propicio para la creación.
- Cuenta con amplias zonas de **puesta en común**.
- Acabados en primeras calidades: **sorpresa, seducción y persuasión**.
- Libre de cargas: aquí **todo lo imaginable es posible**.
- Equipado con **escucha activa** y tecnología **out of the box**.
- Incluye servicio de **mensajería breve y concisa**.
- Para más información, **mejor visitar y disfrutar**.

Ahora es el momento

Comprar Alquiler **Compartir** Experiencias **Buscar**

La conceptualización

Para trabajar este decálogo, me he centrado en **la escritura como elemento de construcción de historias**, por lo que la relación con un inmueble o edificación es directa. De ahí nace la idea de asimilarlo a **un anuncio inmobiliario**, que se ve reforzada por el hecho de que si pensamos en un club de cualquier índole, una de las primeras ideas que nos viene a la mente es la de un **lugar de reunión**. Por tanto, ¿qué mejor que promocionar nuestro club destacando sus **bondades constructivas y de disfrute**?

Cada punto de este anuncio busca transmitir de forma clara y concisa las **características y necesidades** propias de un buen *copywriting*, e **incitar** a miembros actuales y futuros a que exploren su propia senda creativa.

Un anexo

Se presentan en este anexo otros dos decálogos que vieron la luz durante el proceso creativo de este reto, y que igualmente podrían haber sido aportados como respuesta al mismo. En ellos varía el hilo conductor, pero las ideas principales que se transmiten son similares a los que están presentes en el decálogo presentado bajo el formato de anuncio inmobiliario. En definitiva, variaciones de un mismo trabajo, en el que la creatividad y el *copywriting* acaparan el protagonismo a la hora de presentar de manera atractiva y persuasiva nuestro Club de Redacción.



Club de Redacción: instrucciones de uso

Para un correcto uso y aprovechamiento de este club, siga con entusiasmo, interés y dedicación las siguientes instrucciones.

1. Desembalar con mimo la creatividad, hasta dejarla libre.
2. Enchufar a corriente continua de seducción, persuasión y sorpresa.
3. Posicionar el selector de palabras en "lenguaje de nuestro público".
4. Activar módulos de escucha activa y *out of the box*.
5. Repasar las inmediaciones, en busca de inspiración.
6. Encender la interacción con el resto de miembros del club.
7. Realizar maniobras breves con mensajes claros y concisos.
8. Mantener siempre activos los polos positivos y de avance.
9. Conectar el componente emocional con la audiencia.
10. Disfrutar de la experiencia a toda potencia.



El decálogo del Club de Redacción

1. **Sorprende, seduce y persuade**, antes que vender.
2. Usa tus palabras para expresarlo en *su lenguaje*.
3. Haz de la brevedad y la concreción tus mayores aliadas.
4. Practica la escucha activa y provoca la explosión creativa.
5. Ser **original** y creativo será siempre tu mejor opción.
6. Haz que tu mayor COMPLICACIÓN sea alcanzar la sencillez.
7. Ofrécelo de manera que acabaras comprándolo.
8. Aquí SiΣmprΣ sumamos y nunca rΣstamos.
9. Las fronteras se crearon para traspasarlas.
10. La escritura creativa es divertida: **dis-frú-ta-la** creando historias.

Estos diez puntos del decálogo se **resumen** en dos:
amarás las **palabras** sobre todas las cosas
y a la **persuasión** como a ti mism@.

Las referencias

- **CABALLÉ, Jordi.** (2021). *Redacción publicitaria 2. Escribir después de pensar*. Barcelona: UOC.
- **CABALLÉ, Jordi.** (2020). *Los oficios de la publicidad: redactor/a publicitario/a. Conversación con Aina Cortina* [Archivo de vídeo]. UOC.
https://materials.campus.uoc.edu/cdocent/PID_00279023/
- **BILBAO, Javier.** (Agosto de 2018). *¿Cuál es el mejor himno regional de España?* Jot Down.
<https://www.jotdown.es/2018/08/cual-es-el-mejor-himno-regional-de-espana/>
- **CALVO, Leticia.** (18 de abril de 2022). *10+1 trucos de copywriting para escribir textos que te ayuden a vender*. GoDaddy.
<https://es.godaddy.com/blog/trucos-copywriting/>
- **CREATIBO.** (s.f.). *Carta a un “copywriter”*. Arrontes y Barrera.
<https://arrontesybarrera.com/creatibo/carta-a-un-copywriter/>
- **FIZ, Ivo.** (24 de abril de 2017). *Qué es un COPYWRITER: Tutorial 101* [Archivo de vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=BTdYGgRStvs>
- **TOMASENA, Maider.** (2015). *Los 10 mandamientos de copywriting que te ayudarán a vender más en 2015*. Maider Tomasena.
<https://maidertomasena.com/10-mandamientos-copywriting-vender-2015/>

Imagen de portada:

- **VECTONAUTA.** Freepik.
https://www.freepik.es/vector-gratis/coleccion-garabatos-hadrawn-sobre-ideas-pensamiento-conocimiento_24240586.htm

Imágenes del manual de instrucciones:

- **STORYSET.** Freepik.
https://www.freepik.es/vector-gratis/piense-fuera-ilustracion-concepto-caja_38321975.htm
- **VECTORJUICE.** Freepik.
https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-vector-concepto-abstracto-habilidades-interaccion-social-habilidades-comunicacion-construccion-redes-sociales-discapacidad-interaccion-diagnostico-autismo-actividades-adultos-metafora-abstracta_11664348.htm
- **STORYSET.** Freepik.
https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-escritura-creativa_22378293.htm
- **STORYSET.** Freepik.
https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-concepto-dia-mundial-emoji_14205310.htm