

PEC 

# Club de Redacci3n: normas de admisi3n

**Asignatura:** 86.630 - Taller de redacci3n publicitaria - Aula 3  
**Alumno:** Enrique Ram3rez Aramburo  
**Fecha:** 12/03/2023

## El anuncio

---

**QUIKE. COPYWRITER.**

Te tomo la palabra y la hago persuasión.

---

## La conceptualización

A la hora de afrontar este reto aparecieron desde el principio dos conceptos que destacaban sobre el resto: **palabra** y **persuasión**. Estudiando a fondo el papel del *copywriter* llegué a la conclusión de que su labor principal es la de **transmitir con palabras** aquello que quien realiza el encargo quiere hacer **llegar a su público**, aunque no sepa exactamente lo que es.

*Te tomo la palabra*, con dos acepciones: por un lado, como **aceptación del encargo**, y por otro con la connotación de hacer mío **lo que quieres transmitir** (y si no sabes qué es lo que quieres decir, pero sí a dónde quieres llegar, ya me ocupo yo).

*Y la hago persuasión*: convierto lo que quieres transmitir en un **mensaje atractivo y persuasivo**, consigo que alcances tus objetivos.

## **LAS REFERENCIAS**

Biblio(web)grafía por palabras

---

**CABALLÉ, Jordi.** (2021).

*Redacción publicitaria 1. Pensar antes de escribir.* Barcelona: UOC.

---

★ **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/>

---

**TUS MEDIA.** (s.f.)

*¿Cómo crear el anuncio perfecto para tus clases particulares?* Tus clases particulares.

<https://www.tusclasesparticulares.com/blog/como-crear-anuncio-perfecto-tus-clases>

---

**DEVON.** Imagen de portada.

Deposit Photos. ID: 11080270.

<https://sp.depositphotos.com/11080270/stock-photo-classified-ad.html>

---