Discurso publicitario

El objetivo de un texto publicitario es vender un producto, y el redactor habrá de utilizar todos los recursos posibles para alcanzar este objetivo.

Característica a cumplir:

* Atractivo: tiene que conseguir seducir al lector.
* Sorprendente: el lector sólo leerá lo que llame su atención, por lo que el discurso publicitario tiene que ofrecer siempre algo nuevo, algo único.
* Breve: Nadie está dispuesto a perder mucho tiempo leyendo un texto publicitario, por muy interesante que sea. El discurso ha de ser breve, directo, condensado, casi telegráfico. (Muñoz, 2008, pág. 88)