

The background of the entire page is a complex collage. At the top left, there's a comic-style illustration of a woman's face with the word "Wow!" in a speech bubble and "SUPER 4X" below it. To the right, a "Special Offer SUPER SALE" banner features a "50% OFF" tag and a shopping cart icon. The central focus is a large, bold "BIG SALE" text. Below it, a "LIMITED TIME ONLY" banner is visible. In the foreground, a robot with a football helmet is shown. Behind the robot, a computer monitor displays the word "FREE" and "AND MORE". To the right of the monitor, a framed "INVITATION" card for a "10th Anniversary Celebration" is visible. The bottom of the page features a large orange banner with white text.

# BIG SALE

> LIMITED TIME ONLY

Servicio Nacional de Aprendizaje **SENA**

REDACCIÓN DE  
TEXTOS PUBLICITARIOS

## PRINCIPALES FIGURAS RETÓRICAS UTILIZADAS EN LA PUBLICIDAD

A continuación, se indican las figuras retóricas más utilizadas en la publicidad, relacionando algunos ejemplos escritos y visuales que se destacan. Lo cual, es basado en el sitio web Retoricas.com (2009) y la recopilación que hace la profesora de lenguaje y comunicación Mónica San Martín:

### » Alegoría

Se denomina alegoría a la correspondencia prolongada de símbolos o metáforas. Consiste en traducir un plano real, A, a un plano imaginario, B, a través de una serie ininterrumpida de metáforas.

#### Ejemplo:

“Nuestras vidas son los ríos  
Que van a dar en la mar...  
Allí van los señorios.  
Allí los ríos caudales.  
Allí los otros medianos...

Fuente: marca registrada Folha travel guides (s.f.)



### » Símil o comparación

Figura retórica que consiste en relacionar dos términos entre sí para expresar de una manera explícita la semejanza o analogía que presentan las realidades designadas por ellos. Esa relación se establece, generalmente, por medio de partículas o nexos comparativos: “como”, “así”, “así como”, “tal”, “igual que”, “tan”, “semejante a”, “lo mismo que”, etc.

#### Ejemplo:

“Murmullo que en el alma  
se eleva y va creciendo,  
como volcán que sordo  
anuncia que va a arder”.

Fuente: marca registrada Mitsubishi Motors (s.f.)



### » Personificación o prosopopeya

Consiste en atribuir características humanas a animales o seres inanimados, como ocurre en las fábulas, cuentos maravillosos y alegorías. En los autos sacramentales (pieza de teatro religioso del drama litúrgico) aparecen ejemplos de personificación alegórica: la culpa, la sabiduría, la gracia, etc. También se aplica el término al hecho de representar una cualidad, virtud o vicio a partir de determinados rasgos de una personalidad que se convierte en prototipo: así Don Juan es la personificación del seductor.

Tipos de prosopopeyas son la animación: atribuir a seres inanimados cualidades de los animados; la animalización: atribuir a seres humanos características de los seres irracionales; y la cosificación: atribuir a los seres vivos cualidades del mundo inanimado.

#### Ejemplo:

Los invisibles átomos del aire  
en derredor palpitan y se inflaman;  
solo se oirá la risa blanca de las  
estrellas persiguiendo a las sombras  
por todos los caminos.  
... el viento de la noche gira en el  
cielo y canta...  
... y el agua se desliza presurosa y  
alegre por las piedras...  
...el viento me habla de ti...

Fuente: marca registrada Bimbo (s.f.)



### » Hipérbole

Figura retórica consistente en ofrecer una visión desproporcionada de una realidad, amplificándola o disminuyéndola, es exageración. El poeta desea dar a sus palabras una mayor intensidad o emoción. La hipérbole se concreta en el uso de términos enfáticos y expresiones exageradas. Este procedimiento es utilizado con frecuencia en el lenguaje coloquial y en la propaganda. En esta última se produce una comunicación encomiástica (abalanza) desmesurada con el fin de provocar en el oyente la adhesión a su mensaje en el que todo se revela como “excepcional”, “extraordinario”, “colosal”, “fantástico”, etc.





**Ejemplos:**

“Tengo un sueño que me muero”.  
“Érase un hombre a una nariz pegado;  
érase una nariz superlativa;  
érase una nariz sayón y escriba;  
érase un pez de espada muy barbado.”  
“Tanto dolor se agrupa en mi costado / que, por doler me duele hasta el aliento.”  
Si no regresas pronto a mi lado, moriré desangrado.

Fuente: marca registrada Gerber (s.f.)



**» Metáfora**

Es una identificación de un objeto con otro en virtud de una relación de semejanza que hay entre ellos; es decir, una comparación. Desde la retórica grecolatina (Aristóteles, Quintiliano) se viene considerando la metáfora como una comparación implícita, fundada sobre el principio de la analogía entre dos realidades, diferentes en algunos aspectos y semejantes en otros. En toda comparación hay un término real, que sirve de punto de partida y un término evocado al que se designa generalmente como imagen. La retórica contemporánea, a la hora de explicar los mecanismos lingüísticos que están en la base de la construcción metafóricas, centra su interés, más que en el aspecto comparativo, en el hecho previo de la semejanza. En este sentido, la metáfora no es en sus orígenes una figura literaria, sino un fenómeno estrictamente lingüístico que afecta a la vía de conocimiento y designación de las cosas por relaciones de semejanza.

**Ejemplos:**

El cristal del agua.  
Nuestras vidas son los ríos  
que van a dar a la mar  
que es el morir...  
... la calle abierta como un ancho  
sueño...  
... los algodones blancos del cielo  
/ tapizan el azul.

Fuente: marca registrada Volkswagen (s.f.)



**» Antítesis o contraste**

Contrapone dos ideas o pensamientos; es una asociación de conceptos por contraste (amor-odio, blanco-negro, etc.). El contraste puede ser por oposición de palabras (antónimos), frases de significado contrario, etc.

**Ejemplos:**

A florecer las flores madrugaron.  
Y para envejecerse florecieron;  
Cuna y sepulcro en un botón  
hallaron.  
El día y la noche me traen tu fresco  
perfume de regreso a casa.  
El odio y el amor reinan  
miserablemente nuestras vidas.

Fuente: marca registrada Stena Line (s.f.)



**» Reiteración o anáfora**

Es una repetición de palabras al principio de un verso o al principio de frases semejantes para recalcar alguna idea.

**Ejemplos:**

¿Soledad, y está el pájaro en el árbol,  
soledad, y está el agua en las orillas,  
soledad, y está el viento en la nube,  
soledad, y está el mundo con nosotros,  
soledad, y estás tú conmigo solos?  
Blanca, blanca, blanca como la nieve...  
...vuela pájaro azul, vuela, vuela.

Fuente: marca registrada Librerías Gandhi (s.f.)



## » Ironía

Expresión de lo contrario a lo que se piensa de tal forma que por el contexto, el receptor puede reconocer la verdadera intención del emisor.

### Ejemplos:

¿Y quién duda de que tenemos libertad de imprenta?  
¿Qué quieres imprimir una esquila de muerto;  
más todavía, una tarjeta con todo tu nombre y  
tu apellido bien especificado? Nadie te lo estorba.

Fuente: marca registrada Scotch Super Glue (s.f.)



## » Aliteración

Es una repetición de dos o más sonidos iguales o parecidos en varias palabras consecutivas de un mismo verso, estrofa o frase.

### Ejemplo:

Una torrentera rojiza rasga la roca...

Fuente: marca registrada Lacoste (s.f.)



## » Énfasis

Término de origen griego (empha-sis, de emphaino: hacer ver) con el que se designa una figura retórica que se produce cuando el emisor enuncia, de forma alusiva y sugerente, un mensaje del que se sobreentiende más de lo que se dice y cuyo sentido pleno depende del contexto y de la intensidad y entonación con que suele resaltarse dicho mensaje.

### Ejemplo:

Antonio llegó, después de largos años de estudio, a la casa de sus padres. Esfuerzo y sufrimiento se ven coronados ahora con su título de ingeniero. Carrera, un naciente prestigio; dinero, sino de sobra, por lo menos suficiente para vivir con decoro. Lo que había soñado cuando se fue: ser un señor ingeniero.

Fuente: marca registrada iPod (s.f.)



## » Oxímoron

Figura literaria consistente en la unión de dos términos de significado opuesto que, lejos de excluirse, se complementan para resaltar el mensaje que transmiten.

### Ejemplo:

La noche de los muertos vivientes.

Fuente: marca registrada ACUNA (s.f.)



## » Repetición

Figura retórica consistente en la reiteración de palabras u otros recursos expresivos, es un procedimiento que genera una relevancia poética. En todo poema aparecen elementos reiterativos con esa función: ya sea el acento, las pausas, la aliteración, el isosilabismo, la rima o el estribillo, etc.

### Ejemplo:

La casa es preciosa y cómoda: hasta cierto punto cómoda, en orden a su desorden.

Fuente: marca registrada NOMADE (s.f.)





## » Sinestesia

Procedimiento que consiste en una transposición de sensaciones, es decir, es la descripción de una experiencia sensorial en términos de otra.

### Ejemplos:

“Que el alma que hablar puede con los ojos  
también puede besar con la mirada.”  
“Sobre la tierra amarga caminos  
tiene el sueño. . .” “¡Qué tristeza de olor de jazmín!”

Fuente: marca registrada Coca-Cola (s.f.)



## » Elipsis o elipse

Supresión de un elemento de la frase, sobreentendido por el contexto (sin perjuicio de la claridad), dotándola de brevedad, energía, rapidez y poder sugestivo. Aporta rapidez e intensidad.

### Ejemplos:

A enemigo que huye, puente de plata.  
Por una mirada, un mundo;  
por una sonrisa, un cielo;  
por un beso. . . ¡yo no sé  
qué te diera por un beso!

Fuente: marca registrada McDonald's (s.f.)



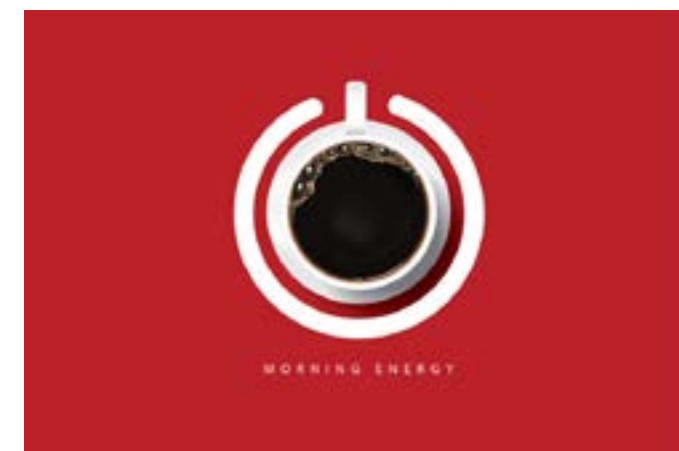
## » Epíteto

Es el adjetivo, que colocado delante del sustantivo expresa una cualidad innecesaria o inherente de alguna persona o cosa con fines estéticos.

### Ejemplos:

“el terrible Caín”,  
“la blanca nieve”  
Verde prado, blanca nieve, rosadas  
mejillas, ...

Fuente: marca registrada Pulpy (s.f.)



## » Onomatopeya

Consiste en imitar sonidos reales por medio del ritmo de las palabras. Variedad de la aliteración que imita sonidos de la naturaleza.

### Ejemplo:

■ El kikirikí del gallo me despertó.

Fuente: marca registrada Coca-Cola (s.f.)





### » Paradoja

Unión de dos ideas contrapuestas. Es una antítesis superada porque une ideas contradictorias por naturaleza, en un mismo pensamiento. Tras la aparente contraposición, hay un sentido profundo.

#### Ejemplos:

Vivo sin vivir en mí.  
Y tan alta vida espero  
Que muero porque no muero.

Fuente: marca registrada Baygon (s.f.)



### » Perífrasis (circunlocución o circunloquio)

Dice con un rodeo de palabras lo que podría decirse con menos o hasta con una sola.

#### Ejemplo:

Allí los ríos caudales,  
allí los otros, medianos  
y más chicos;  
allegados, son iguales.

Fuente: marca registrada S.R. Monza karate School (s.f.)



### » Eufemismo

Es la perífrasis que se emplea para evitar una expresión penosa u horrenda, grosera o malsonante. Forma de expresión amable para ocultar o disimular algo desagradable o tabú.

#### Ejemplos:

Le señalé la puerta (por echarlo de casa).  
Pasó a mejor vida (por morir).

Fuente: marca registrada Activia (s.f.)



### » Sarcasmo

Es la ironía misma cuando pasa al tono amargo o mordaz, cruel, insultante.

#### Ejemplo:

Gocemos, sí; la cristalina esfera  
gira bañada en luz: ¡bella es la vida!

Fuente: marca registrada Greenpeace (s.f.)



## » Metonimia

Es una figura retórica que consiste en designar una cosa o idea con el nombre de otra con la cual existe una relación de dependencia o causalidad (causa-efecto, contenedor-contenido, autor-obra, símbolo-significado, etc.).

### Ejemplo:

Le hizo daño el sol → el calor del sol.  
Carecer de pan → carecer de trabajo.

Fuente: artista Michael Miller Yu y el diseñador gráfico Eric Chan (2002)



## » Sinécdoque

Tipo de metonimia basada en una relación cuantitativa: el todo por la parte, la parte por el todo, la materia por el objeto.

### Ejemplos:

El mundo se reirá de ti.  
El hombre es un ser mortal.  
Un rebaño de cien cabezas.  
El hombre fue hecho de barro. El salón se inquietaba.  
Talaron la madera de la región.

Fuente: marca registrada Heineken (s.f.)



La redacción de textos publicitarios es una tarea que requiere mucha práctica y dominio de varios temas, un redactor publicitario debe conocer a fondo el producto o servicio para el cual está desarrollando los textos, tener claro el proceso y concepto de la estructura gramatical, así un amplio léxico y saber combinar las palabras con el fin de generar mensajes efectivos, atractivos y claros. La redacción publicitaria lo es todo, en las imágenes anteriores se puede observar que la presencia de titulares o cuerpos de texto es limitada y en ocasiones casi nula; sin embargo, para llegar a dichas imágenes de las que se puede concluir que hay mensajes muy claros y contundentes, nacieron de textos que reúnen todas las condiciones anteriormente descritas.