

CONJUNCIONES COORDINANTES EN LA PUBLICIDAD

Las **conjunciones coordinantes** son palabras que unen elementos de igual categoría gramatical dentro de una oración, como dos sustantivos, dos verbos o dos frases completas. En español, las conjunciones coordinantes principales son: copulativas ("y", "e", "ni"), que suman ideas; disyuntivas ("o", "u"), que plantean opciones; y adversativas ("pero", "sino"), que expresan contraste o oposición. Estas conjunciones ayudan a mantener la fluidez del discurso y permiten relacionar ideas de manera clara y coherente.

CONJUNCIONES COPULATIVAS Y, E, NI

Conectan elementos que se **añaden o complementan** entre sí. Por ejemplo, en publicidad, refuerzan características positivas al sumar atributos del elemento que se promociona.

"Fresco y delicioso" (Jugo de naranja)
"Ni caro ni complicado" (App de finanzas personales)

CONJUNCIONES DISYUNTIVAS O, U

Presentan **opciones o alternativas**, indicando que se puede elegir entre diferentes posibilidades. Por ejemplo, en publicidad, muestran la versatilidad de un producto y promueven la elección personalizada del consumidor.

"Café o té, tú decides" (Cafetera de cápsulas)
"Para jóvenes u adultos" (Reloj inteligente)

CONJUNCIONES ADVERSATIVAS PERO, SINO, MAS

Muestran **contraste entre ideas o características**. Por ejemplo, en publicidad, destacan fortalezas o ventajas de un producto a pesar de sus limitaciones, o cambian percepciones negativas por positivas.

"Pequeño, pero poderoso" (Altavoz portátil)
"No es agua, sino vida" (Agua mineral premium)