



IMPATTO

IMPATTO ADS LAB

ARCHIVO 07 · LO LEÉS VOS

ATLAS CINEMATOGRAFICO

Las 44 palabras que usa un estudio de verdad, cada una con la foto de lo que sale y la frase exacta que la produjo.

NO ES LA IA. ES CÓMO SE LO PEDÍS.

TENERLO ABIERTO AL LADO

LA IDEA: LA IA NO ADIVINA, OBEDECE PALABRAS

Cuando pedís «que se vea bonito», la IA elige por vos, y elige el promedio de todo lo que vio: un producto centrado, con luz plana, sobre fondo blanco. Eso es exactamente el anuncio que nadie mira. Pero hay cuarenta y cuatro palabras que la mueven de verdad. Son las mismas que se usan en un set de rodaje. Decí «cenital» y la cámara sube. Decí «luz rasante» y aparece cada textura. Decí «con aire» y tu producto empieza a verse caro.

LO QUE TENÉS EN LAS MANOS

No es una lista de trucos: es el vocabulario de un estudio de fotografía, ordenado por departamento como en un rodaje y traducido a frases que podés copiar y pegar hoy. Las 44 fotos de este atlas son el mismo frasco. Lo único que cambia entre una y otra es la frase. Así se ve qué hace cada palabra, sin que el producto confunda la comparación.

ANTES DE EMPEZAR: UN ÁNGULO SON DOS COSAS

Cuánto sube la cámara y por dónde gira. La cámara puede subir o bajar respecto de tu sujeto (cenital, picado, frontal, contrapicado, rasante) y puede girar alrededor de él (frontal, tres cuartos, perfil, desde atrás). Cada posición tiene un nombre, y ese nombre es exactamente lo que la IA entiende.

EMPEZÁ POR ACÁ: QUINCE MINUTOS Y YA LO ESTÁS USANDO

No hace falta leerlo entero, ni de corrido, ni en orden. Está hecho para tenerlo abierto al costado mientras trabajás.

- 1. Mirá solo las fotos.** Cinco minutos. Marcá las tres o cuatro que te hagan decir «así quiero que se vea lo mío».
- 2. Copiá la frase que está debajo de cada una.** Es la frase exacta que la produjo. Se copia tal cual y se pega al final de tu prompt.
- 3. Una o dos por pieza, nunca cinco.** Un ángulo y una luz ya cambian todo. Si apilás cinco frases se pelean entre sí y te devuelve un promedio.
- 4. Cuando quieras dejar de elegir vos,** al final está el Protocolo Director: un texto que pegás una vez y hace que la IA elija sola, con criterio.

COPIÁ Y ADAPTÁ

Generame un anuncio de mi producto. Contrapicado, la cámara desde abajo, clave baja: fondo oscuro y un solo haz de luz. En 1:1.

DEPARTAMENTO 1 - CÁMARA: LOS DIEZ ÁNGULOS

Dónde se para la cámara. Es la primera decisión de un rodaje y decide qué siente la persona antes de leer una sola palabra.



Frontal

Neutro y honesto. El de catálogo. No emociona, pero nunca falla.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

frontal puro, la cámara a la altura del centro del producto



Tres cuartos

El más usado en publicidad: muestra frente y costado a la vez, y da volumen.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

tres cuartos, el producto girado 45 grados, la cámara a su altura



Cenital

Convierte la escena en un diseño gráfico. Ideal para varios objetos ordenados.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

cenital, la cámara justo encima mirando hacia abajo en 90 grados



Picado

Como lo ve alguien de pie. Cercano, cotidiano, sin drama.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

picado suave, la cámara unos 30 grados por encima, mirando hacia abajo



Contrapicado

Agranda. El producto se vuelve monumento. Cuidado: exagera.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

contrapicado, la cámara por debajo de la base, mirando hacia arriba



Rasante

Pone al espectador dentro de la escena. La mesa entra como primer plano.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

a ras de la superficie, la cámara apoyada en la mesa



Perfil

Muestra la silueta. Usalo cuando la forma sea lo que vende.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

perfil puro, el producto visto exactamente de costado



Desde atrás

Genera intriga. Funciona en una tanda, nunca solo.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

desde atrás del producto, se ve el reverso



Diagonal

Inquieta. Da energía y movimiento a un objeto quieto.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

cámara inclinada 15 grados, la línea del horizonte queda torcida



Tres cuartos alto

Lo mejor de los dos: volumen y aire. El más seguro para una tanda.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

tres cuartos desde arriba: girado 45 grados y la cámara 30 grados más alta

DEPARTAMENTO 2 - LUZ: LAS OCHO LUCES

En un set de verdad la luz tiene su propio equipo. Es lo que decide, con menos palabras que ninguna otra cosa, si tu producto parece barato o caro.



Ventana lateral

La luz de todo producto premium. Suave, con sombra propia. Empezá siempre por acá.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

una sola fuente suave de ventana desde la izquierda a 45 grados



Rasante

Saca cada textura del material. Para cuando el tacto es el argumento.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

luz rasante desde el costado, casi paralela a la mesa



Contraluz

Silueta y misterio. El vidrio y los líquidos se encienden por dentro.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

contraluz: la fuente está detrás del producto, halo en los bordes



Clave alta

Limpio, honesto, clínico. Cosmética, salud, tecnología.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

clave alta: luz envolvente, todo claro, sombras casi inexistentes



Clave baja

Lujo y precio alto. Lo que no se ve vale tanto como lo que se ve.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

clave baja: fondo casi negro y un solo haz sobre el producto



Sol duro

Real, callejero, sin producción. Bebidas, deporte, verano.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

sol duro de mediodía, sombra marcada de bordes definidos



Hora dorada

Nostalgia y calidez. Lo que se disfruta despacio.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

hora dorada: luz cálida y baja, tono anaranjado, sombra larga



Luz de color

Contemporáneo y nocturno. Rompe la foto de catálogo.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

luz de color: un neón azul de un lado y un cálido tenue del otro

DEPARTAMENTO 3 - ENCUADRE: LOS SEIS ENCUADRES

Cuánto entra en el cuadro. Es la diferencia entre un anuncio que grita y uno que susurra; ninguno está mal: depende de qué vendés y a quién.



Macro

El detalle es lo que hace que algo parezca caro. Nunca falta en una tanda.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

macro extremo: solo una parte del producto llena el cuadro



Primer plano

Directo al grano. El producto es la única historia.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

primer plano: el producto llena casi todo el cuadro



Plano medio

Da contexto sin perder el producto. El más equilibrado.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

plano medio: el producto ocupa la mitad y se ve dónde está apoyado



Plano general

Cuenta el mundo del producto. Necesita una escena que valga la pena.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

plano general: el producto pequeño dentro de una escena amplia



Con aire

El espacio vacío es lo que se lee como caro. Y deja lugar al texto.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

con aire: el producto ocupa un cuarto del cuadro, el resto es espacio vacío



Cortado

Moderno y editorial. Sugiere que hay más de lo que se ve.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

cortado: el producto sale del cuadro por un lado

DEPARTAMENTO 4 · PUESTA EN CUADRO: DIEZ COMPOSICIONES

Dónde va cada cosa dentro de la imagen. Es lo que separa una foto de producto de una pieza de campaña, y casi nadie lo pide porque casi nadie sabe que se puede pedir.



Simetría central

Quieta y ordenada. Da sensación de calma y de marca seria.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

simetría central perfecta, el producto en el eje, todo espejado a los dos lados



Regla de tercios

La composición que usa todo el mundo sin saberlo. Y deja lugar al texto.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

el producto sobre la línea del tercio izquierdo, los dos tercios de la derecha vacíos



Líneas guía

Dirigen el ojo sin que la persona se dé cuenta.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

líneas del entorno que nacen en las esquinas y convergen exactamente en el producto



Encuadre natural

Da profundidad y hace sentir que estás espiando algo.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

el producto visto a través de una abertura, con objetos desenfocados en los bordes



Tres capas

Convierte una foto plana en un espacio real.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

algo desenfocado adelante, el producto enfocado en medio, fondo lejano



Reflejo

Duplica la presencia sin agregar nada. Lujo instantáneo.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

el producto sobre superficie espejada, con su reflejo invertido debajo



La sombra manda

Cuando la sombra es la protagonista, la pieza se vuelve arte.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

una sombra larga que ocupa más cuadro que el propio producto



Punto de vista

Pone al espectador adentro. Se siente propio, no publicitario.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

la vista de alguien sentado frente a la mesa, con el borde cruzando abajo



Plano inserto

Cuenta una acción. Rompe la quietud de una tanda de producto.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

primerísimo plano de un gesto, la tapa a medio girar



Silueta

Misterio puro. Funciona para anticipar un lanzamiento.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

fondo muy iluminado y el producto recortado en negro, sin detalle interno

DEPARTAMENTO 5 - EFECTOS: DIEZ RECURSOS DE RODAJE

Lo que se agrega al final: humo, partículas en el aire, agua, desenfocados. Son los recursos por los que una marca grande paga un rodaje entero. Acá cada uno es una frase.



Escorzo forzado

Exagera el tamaño. Convierte un frasco en un monumento.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

el producto muy cerca del lente se ve enorme y el fondo se aleja, lente 24 mm



Plano holandés

Inestable a propósito. Energía y tensión.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

toda la imagen rotada 30 grados, la mesa cruzando en diagonal



Haz con partículas

Hace visible el aire. Es el truco más cinematográfico que existe.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

un haz de luz en diagonal con partículas de polvo suspendidas brillando dentro



Superficie mojada

Frescura y deseo. Bebidas, cosmética, todo lo que se siente en la piel.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

el producto sobre piedra mojada, con reflejo brillante y gotas alrededor



Fondo bokeh

Saca el producto del mundo y lo deja flotando en luz.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

luces de fondo convertidas en círculos grandes y suaves, lente 85 mm a f/1.4



Momento congelado

Detiene el tiempo. Imposible de ignorar en un feed.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

gotas suspendidas en el aire, nítidas y detenidas, obturación muy rápida



Barrido

Movimiento en una foto quieta. Deporte, entrega, prisa.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

el producto nítido y el entorno arrastrado en líneas por la velocidad



Humo en el haz

Atmósfera densa. Perfume, whisky, todo lo nocturno.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

clave baja con humo blanco fino atravesando el haz de luz



Foco mínimo

Obliga a mirar exactamente donde vos querés.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

solo una palabra de la etiqueta enfocada, el resto desenfocado, macro a f/1.8



Efecto miniatura

Convierte la realidad en maqueta. Raro, y por eso se mira.

ESCRIBÍ EXACTAMENTE ESTO

solo una franja horizontal enfocada, arriba y abajo desenfocados

LO QUE CASI NADIE SABE: COMBINACIONES QUE SE PELEAN

Cada palabra por separado funciona. Juntas, algunas se anulan.

COMBINACIÓN	RESULTADO
Contraluz + texto largo	Se pelean. El fondo se enciende y las letras desaparecen. Con contraluz, una palabra como mucho.
Macro + titular	Se pelean. No hay lugar: en un macro entra una palabra o un número, nada más.
Con aire + mucho copy	Se pelean. El aire es la pieza; llenarlo de texto mata lo único que la hacía cara.
Clave baja + fondo blanco	Se pelean. Se contradicen: o el misterio o la limpieza.
Rasante + macro	Funcionan. La textura se ve hilo por hilo. La pareja más vendedora que existe.
Clave baja + con aire	Funcionan. Oscuridad y vacío: la fórmula del lujo.

SI NO TE ACORDÁS LA PALABRA, DECILO COMO TE SALGA

No hace falta saber los nombres técnicos. La IA entiende igual si se lo describís.

LO QUE QUERÉS	PALABRA TÉCNICA
Como si lo mirara desde arriba, de pie	picado

LO QUE QUERÉS	PALABRA TÉCNICA
Desde bien arriba, como una foto de mesa	cenital
Desde abajo, que se vea imponente	contrapicado
Con la cámara apoyada en la mesa	rasante
Bien de cerca, que se vea la textura	macro
Chiquito, con mucho espacio vacío	con aire
Luz de ventana, suave, de un solo lado	luz lateral difusa
Que la luz venga de atrás y lo recorte	contraluz
Fondo oscuro y un solo foco encima	clave baja
Todo claro, sin sombras	clave alta

PARA TENER AL LADO: TODO EN UNA HOJA

Elegí una de cada columna y ya tenés la mitad del prompt escrito.

ÁNGULO	LUZ	ENCUADRE
Frontal	Ventana lateral	Macro
Tres cuartos	Rasante	Primer plano
Cenital	Contraluz	Plano medio
Picado	Clave alta	Plano general
Contrapicado	Clave baja	Con aire
Rasante	Sol duro	Cortado
Perfil	Hora dorada	
Desde atrás	Luz de color	
Diagonal		
Tres cuartos alto		

LA CUENTA

10 ángulos × 8 luces × 6 encuadres = 480 combinaciones solo con estas tres columnas.
Sumando puesta en cuadro y efectos, pasan de 48.000.

EL ÚLTIMO CAPÍTULO: PROTOCOLO DIRECTOR

Todo lo anterior lo tenías que elegir vos. Esto es al revés: un texto que copiás una vez y la IA empieza a elegir sola, con criterio de director, y se pone nota a sí misma antes de mostrarte nada. Es largo; no hace falta entenderlo para usarlo.

- 1. Abrió un chat nuevo y pegalo.** En ese mismo mensaje adjuntá las fotos de tu producto, las que tengas, aunque sean del celular.
- 2. Esperá a que te pregunte.** Si le falta algún dato te lo va a preguntar. Contestale corto.
- 3. Pedí, y ya está.** De ahí en adelante escribís una sola línea. Arma las tomas, se pone nota, descarta las flojas y genera solo las que pasaron.

PROTOCOLO DIRECTOR

0 · QUIÉN SOS A PARTIR DE AHORA

Sos el director de la marca. El director es la persona que decide cómo se ve cada foto: desde dónde se mira el producto, cómo le pega la luz y qué entra en la imagen. Esa persona ahora sos vos. No sos alguien que hace lo que le piden y ya. Sos alguien que decide qué foto merece existir. Tu trabajo no termina cuando me entregás una imagen: termina cuando me entregás la mejor de todas las que podías haber hecho.

1 · ANTES DE HACER NADA

Mirá las fotos que te adjunté y dejá en claro estas cinco cosas. Si te falta alguna, preguntámela en una sola línea y esperá mi respuesta. No te inventes ninguna.

1. EL PRODUCTO. Su forma, su color, su material, su etiqueta y su tamaño respecto de lo que lo rodea. Lo que no esté en las fotos no existe: no le agregues nada. Esto no cambia en ninguna de las imágenes.
2. EL RUBRO. A qué mercado le habla. Comida, cosmética, ropa, servicios.
3. LA PROMESA. Qué gana de verdad quien lo compra, en seis palabras.
4. EL PÚBLICO. A quién le tiene que llamar la atención al pasar.
5. DÓNDE SE VA A VER. Publicación, historia, anuncio pago o página web. Eso decide la forma de la imagen y cuánto texto le entra sin arruinarla.

2 · LA REGLA QUE MANDA SOBRE TODAS

Ninguna foto se elige porque suene linda. Se elige porque hay un motivo del producto para elegirla. Primero escribís el motivo, después la foto. Si no podés escribir el motivo en una línea, esa foto está mal pensada y hay que cambiarla. Para orientarte:

- Si el valor está en cómo se siente al tacto o en el material, se cuenta MUY de cerca y con la luz casi pegada a la mesa.
- Si el valor está en el tamaño o en la fuerza, se cuenta desde abajo y con la escena entera alrededor.
- Si el valor está en que es limpio, sano o simple, se cuenta desde arriba, con todo claro y sin sombras fuertes.
- Si el valor está en el momento de usarlo, se cuenta desde donde estarían los ojos de quien lo usa.
- Si el valor está en que es caro o exclusivo, se cuenta de costado, con fondo oscuro y mucho espacio vacío.
- Si el valor está en un detalle que nadie mira, se cuenta con un acercamiento extremo y la luz viniendo de atrás.

3 · CÓMO ARMÁS CADA FOTO

Elegís una opción de cada una de las seis listas. Nunca repetís la combinación completa dos veces en el mismo chat.

LISTA 1 · DESDE DÓNDE SE MIRA

- frontal: de frente, a la misma altura del producto
- tres cuartos: girado, se ve el frente y un costado a la vez
- cenital: desde arriba del todo, como una foto de la mesa
- picado: desde arriba en diagonal, como si lo miraras parado
- contrapicado: desde abajo, el producto se ve grande e imponente
- rasante: la cámara apoyada en la mesa, a la altura de la base
- perfil: de costado exacto
- desde atrás: la cámara detrás del producto
- diagonal: la cámara inclinada, todo queda un poco torcido
- tres cuartos alto: girado y además un poco desde arriba

LISTA 2 · CÓMO LE PEGA LA LUZ

- ventana lateral: luz suave de un solo lado, sombras blandas
- rasante: la luz casi pegada a la mesa, se ve toda la textura

- contraluz: la luz viene de atrás y el producto queda recortado
- clave alta: todo claro, casi sin sombras, se siente limpio
- clave baja: fondo oscuro y un solo foco, se siente caro
- sol duro: sombras marcadas, con el borde bien filoso
- hora dorada: sol bajo y naranja, los últimos minutos del día
- luz de color: luz de neón o teñida de un color fuerte

LISTA 3 · CUÁNTO ENTRA EN LA IMAGEN

- macro: muy de cerca, una sola parte llena toda la imagen
- primer plano: el producto llena la imagen
- plano medio: el producto y un poco de lo que lo rodea
- plano general: el producto dentro de una escena entera
- con aire: el producto chico y mucho espacio vacío alrededor
- cortado: el producto se sale por el borde de la imagen

LISTA 4 · DÓNDE SE UBICA DENTRO DE LA IMAGEN

- centrado: justo en el medio
- tercios: corrido hacia un costado, no en el centro
- líneas guía: hay líneas que apuntan hacia el producto
- encuadre natural: se ve por un hueco entre dos cosas oscuras
- capas: algo borroso adelante, el producto nítido, fondo lejano
- simetría: lo de la izquierda es igual a lo de la derecha
- repetición: el mismo producto repetido en fila o en cuadrícula
- vacío dominante: casi toda la imagen vacía, el producto chiquito
- reflejo: apoyado sobre algo que lo refleja, como un espejo

LISTA 5 · EL TRUCO EXTRA (puede no llevar ninguno)

- ninguno: limpio, sin efectos
- humo: humo fino cruzando el aire
- partículas: polvo brillando adentro del rayo de luz
- superficie mojada: agua abajo, con el reflejo deformado
- bokeh: las luces del fondo se ven como círculos borrosos
- congelado: gotas detenidas en el aire, todo nítido
- barrido: el fondo movido y el producto nítido
- foco mínimo: solo un detalle chiquito está enfocado
- silueta: solo se ve la forma oscura recortada contra la luz
- miniatura: parece de juguete, solo una franja está enfocada

LISTA 6 · QUÉ TEXTO VA ENCIMA

- sin texto
- una sola palabra, enorme
- una frase de siete palabras como máximo
- un número grande
- una pregunta corta

4 · CRITICATE ANTES DE MOSTRARME NADA

Este paso no te lo salteás nunca, ni aunque yo tenga apuro. Antes de generar, pensá EL DOBLE de fotos de las que te pedí. Ponele una nota del 1 al 5 a cada una en estos cinco puntos. Sé duro: si dudás, es un 2.

- LLAMA LA ATENCIÓN: ¿alguien frena al pasar de largo?
- SE ENTIENDE: ¿se ve qué es el producto sin leer nada?
- DA GANAS: ¿da ganas de tenerlo, no solo de mirarlo?
- ES DISTINTA: ¿se parece a otra de esta misma tanda, o a cualquier foto común de este rubro?
- ES FIEL: ¿el producto quedó igual que en mis fotos?

Sumá los cinco. Descartá todas las que no lleguen a 18 de 25. Si te quedan menos de las que te pedí, pensá fotos nuevas. No bajes la vara para llegar al número. No me muestres las descartadas ni me expliques por qué.

5 · DESPUÉS DE GENERAR, REVISÁ

Mirá cada imagen como si la hubiera hecho otro y tuvieras que criticarla. Si encontrás cualquiera de estas, rehacé esa imagen sin preguntarme:

- manos con dedos de más, de menos, o doblados para donde no van

- letras inventadas, texto deforme o un logo que no es el mío
- una sombra que no coincide con la luz que dijiste que ibas a usar
- un reflejo imposible, o que refleja algo que no está en la escena
- el producto cambiado: otro color, otra etiqueta, otro tamaño
- piel de plástico o brillo de dibujo hecho por computadora

6 · LO QUE NO SE NEGOCIA

- Una imagen por mensaje. Nunca varias juntas en la misma imagen.
- El producto no se toca. Lo que no esté en mis fotos no se inventa.
- Si la foto va sin texto, no le agregues nada: ni sellos, ni flechas, ni logos flotando. Tendés a rellenar el vacío. Acá no se rellena.
- Que parezca una foto de verdad y no un dibujo hecho por computadora: la luz cae sola, hay algo fuera de foco, hay un poco de grano y el material tiene sus imperfecciones.
- Si dudás de cómo queda una mano, no pongas manos.

7 · CÓMO ME LO ENTREGÁS

Recién cuando termines toda la tanda, una línea por foto, así:

Foto 03 · contrapicado · clave baja · con aire · diagonal · humo · una palabra · 23 de 25

Eso es para que el próximo pedido sepa de qué alejarse. No expliques nada más.

LO QUE TE DEVUELVE

Una tanda de diez, ninguna parecida a otra. Mismo frasco, misma etiqueta, mismo color. Cambia una sola cosa: la decisión detrás de cada foto.

COPIÁ Y ADAPTÁ

Aplicá el Protocolo Director. Generame 10 anuncios de este producto, por separado, en 1:1 y en español.

SIN EL PROTOCOLO	CON EL PROTOCOLO
Hace lo primero que se le ocurre	Piensa veinte y te muestra diez
Diez piezas que se parecen entre sí	Diez miradas distintas a propósito
Elige la toma porque suena linda	La elige por un motivo del producto
Te muestra la mano de siete dedos	La ve y la rehace sin avisarte
Te cambia la etiqueta y no te avisa	El producto queda igual
Repite la misma foto a la tercera	Lleva la cuenta de lo ya usado
Vos tenés que decirle todo	Vos escribís una línea

LO QUE DE VERDAD HACE

No la vuelve más creativa: la vuelve más exigente consigo misma. La diferencia entre las dos columnas es que en la de la derecha alguien dijo que no antes de mostrártelo.

PARA CERRAR

Ahora ya sabés qué pedir. La diferencia entre un anuncio del montón y uno que frena el dedo casi nunca es la IA que usás. Es cuántas palabras exactas sabés decirle.