ANÁLISIS DE UN ANUNCIO IMPRESO.

2) ANÁLISIS OBJETIVO:

Descripción de los elementos que componen el anuncio (escenario, personajes, objetos, etc.)

1.1) MARCA

1.2) PRODUCTO

1.3) MEDIO QUE LO DIFUNDE

1.4) ELEMENTOS DEL MENSAJE PUBLICITARIO

IMAGEN

1.4.1.- Tamaño y Formato

1.4.2.- Elementos que configuran la imagen

* Puntos, líneas y formas

* La textura

* La luz : Clases de luz, estilos de iluminación y direcciones de la luz.

* El color

* El encuadre : Tipo de plano, angulación, óptica.

* La composición: tipos de composición, ritmos, centros de interés, relación figura-fondo, pesos y direcciones visuales.

1.4.3.-Procedimientos, y técnicas y recursos expresivos. (retórica de la imagen)

TEXTOS Y GRAFISMOS

1.4.4.- Slogan

1.4.5.- Cuerpo de texto

1.4.6.- Tipografía: Fuente y tamaño de letra

2) ANÁLISIS SUBJETIVO: INTERPRETACIÓN.

1. INTENCIONES COMUNICATIVAS
2. INTENCIÓN DEL ESLOGAN
3. MOTIVACIONES (Bienestar, amistad, aventura, sexo, reconocimiento social...)
4. SIGNIFICACIÓN DE LA IMAGEN: (Explicación de las razones posibles que justifiquen el tipo de imagen, composición, el color, etc...)
5. RELACIÓN ENTRE LA IMAGEN Y EL TEXTO
6. GRADOS DE SIGNIFICACIÓN DE LA IMAGEN (Iconicidad, monosemia, polisemia, originalidad, simplicidad/complejidad...)
7. PERFIL DEL CONSUMIDOR (Edad, género, grupo social, poder adquisitivo, etc...).