

GUÍA PARA EL ANÁLISIS DE UN ANUNCIO PUBLICITARIO

Análisis objetivo (Nivel denotativo). ¿Qué vemos?

Presentación

Tipo de anuncio	
Destinatarios del producto (Sexo/ Nivel sociocultural/ Edad/ Ideología...)	
Formato. (Nombre del medio/ Publicación, fecha, horario/ Duración)	

Producto

Nombre del producto	
Marca	
Logotipo	

Imagen

Descripción (Escenario/Objetos/Personajes/ Encuadre/ Escenografía...)
Punto de atracción
Líneas

Texto

Eslogan				
Texto escrito				
Nivel gráfico	Nivel fónico	Nivel morfosintáctico	Nivel léxico	Nivel semántico

Análisis subjetivo (Nivel connotativo). ¿Qué nos sugiere?

Presentación del producto

Cualidades que se destacan y aspectos que se omiten.
Grado de veracidad.
¿Qué ventajas ofrece frente a otros productos?

Imagen

Elementos no lingüísticos (Luz/Color/ Encuadres/ Imágenes...)
Interpretación de la escena (Tipología de los personajes/ Escenarios...)
Recursos utilizados (¿Qué función realizan?)

Texto

Función que realiza el texto escrito (Expresión básica del mensaje/ Refuerzo...)
Recursos utilizados (¿Qué función realizan?)
Sentimientos y necesidades básicas a las que apela el anuncio. ¿Qué valores promueve?

Valoración crítica

Impacto del anuncio. ¿Recuerdas el eslogan?
¿Te gusta? ¿Qué es lo que más te gusta?
¿Resulta creativo? Aspectos más impactantes