GUÍA PARA ANÁLISIS DE ANUNCIOS

1-OBSERVACIÓN Y DESCRIPCIÓN GENERAL

Se trata de enumerar los elementos que componen el anuncio con el fin de tener una visión general **antes del análisis detallado** de sus componentes.

2-ANÁLISIS DE LOS COMPONENTES

Al analizar los componentes que aparecen a continuación tanto en lo referido al texto como a la imagen, los resultados pueden ser muy diferentes en función de las características específicas de los mismos (ausencia de texto, ausencia de imagen, diferentes planos, solo imagen…) por lo que se deben seguir las pautas de análisis **pero incidir en las más relevantes para el anuncio elegido**

3- IMAGEN

En este apartado se trata de analizar todos los elementos relacionados con la imagen y que ya se han ido estudiando: color, planos, ángulos…

Hay que diferenciar claramente los diferentes componentes de la imagen, es decir, si aparece o no el logotipo del producto, si aparece solo el producto, si es una imagen (paisajes, personas, otros elementos y estos son la parte fundamental del anuncio…)

4 -LENGUAJE DEL TEXTO

- Marca
- Eslogan
- Texto

En este apartado aplicamos de nuevo lo aprendido en relación a los recursos de estilo, a la importancia del texto en función del producto que se anuncia, a la marca …

5- RELACIÓN ENTRE IMÁGENES Y TEXTO

Se trata de poner en relación lo analizado anteriormente y el predominio de unos elementos sobre otros para comprobar cómo influyen en los receptores del anuncio y razonar el porqué.

6- REFLEJO DE LOS VALORES EN BOGA

(lo natural, lo artesano, lo deportivo, la imagen de la mujer, el ejecutivo, los ancianos, los niños..)¿Qué valores pretende resaltar el anuncio

"Guía para análisis de anuncios" de Cedec se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 España.