



E TI, SABES LER... PUBLICIDADE?

PAUTAS PARA A ANÁLISE DUNHA MENSAXE PUBLICITARIA

1. PRECISA QUE PRODUTO SE PUBLICITA E A QUEN VAI DIRIXIDO.

2. DETERMINA O SLOGAN EMPREGADO E COMÉNTAO.

3. DETALLA QUE PERSONAXES APARECEN NA LÁMINA OU NO VÍDEO:

- Trazos físicos
- Sentimentos que se mostran
- Status social dos personaxes (clases acomodadas, clase media, clases medio-baixas)
- Argumento (que fan os personaxes, que historia se conta...)

4. INDICA EN QUE AMBIENTES SE SITÚA A ACCIÓN:

- Na casa
- Coa familia
- Na natureza
- Practicando deporte
- Na oficina, nunha reunión, nun hotel, na rúa...

5. IMOS LER AS IMAXES:

- Que planos predominan (panorámico, americano, medio, primeiro, de detalle...) e cal é a súa funcionalidade
- Análise das cores (frías, quentes...)
- Emprego da luz (natural, artificial, predominio da escuridade ou da claridade...)

6. SE HAI MÚSICA, PRECISA SE É CLÁSICA, MODERNA, SE APORTA DINAMISMO OU AXUDA Á RELAXACIÓN... SE TEN LETRA, TAMÉN PODE SER SIGNIFICATIVA.

7. SUBLIÑA OS TÓPICOS (TEMAS) AOS QUE FAI REFERENCIA O ANUNCIO:

- | | |
|---------------|--------------------------------------|
| - Bo gusto | - Crise económica |
| - Refinamento | - Familia |
| - Vida sa | - Xuventude |
| - Natureza | - Amizade |
| - Sexo | - Modernidade / progreso tecnolóxico |

8. FAI O MESMO NO CASO DE QUE APAREZAN ESTEREOTIPOS:

- Home: estable, valoroso, amante do risco, conquistador, relacionado coa cultura, executivo...
- Muller: ama de casa, nai, fermosa, inferior intelectualmente...
- Nenos: asociados aos roles masculinos
- Nenas: asociadas aos roles femininos

9. FAI UN PEQUENO COMENTARIO CRÍTICO ONDE, APROVEITANDO A ANÁLISE ANTERIOR, FAGAS UNHA VALORACIÓN DA EFECTIVIDADE DO ANUNCIO E DOS MEDIOS EMPREGADOS PARA DESEÑALO.