

LA PUBLICIDAD

AUDIO
AUDIOVISUALES
IMPRESOS

MEDIOS

QUIÉN
EMPRESA

QUÉ

INTENCIÓN

A

QUIÉN

NIVEL
CULTURAL
EDAD
SEXO

MENSAJE

CÓDIGOS

VERBALES (SINTÁCTICOS,
LÉXICOS Y RECURSOS)

ICÓNICOS

(CONTORNO, COLOR...)

VALORES DENOTATIVOS
Y CONNOTATIVOS DE LA
IMAGEN

FICHA DE ANÁLISIS

QUIÉN-EMISOR

EMPRESA

DIMENSIÓN: ARTESANA, MEDIANA, GRANDE

DISTRIBUCIÓN: LOCAL, NACIONAL, INTERNACIONAL

PRODUCTO: MARCA Y TIPO DE PRODUCTO: DE PRIMERA
NECESIDAD, LUJO SUPERFLUO, SERVICIO

QUÉ-MENSAJE

. COMERCIAL O INSTITUCIONAL

.PREDOMINIO DE LO RACIONAL, LO EMOTIVO O LO
SUBLIMINAL

. DE INTRODUCCIÓN, DE PRESTIGIO

. INFORMATIVO ,PERSUASIVO

.PROBLEMA-SOLUCIÓN, EFECTOS DEL PRODUCTO, CON
PRESENTADOR, CON TESTIMONIO, SITUACIONES DE LA VIDA
REAL, EFECTOS ESPECIALES

. TONO INFORMATIVO, EDUCATIVO, EMOTIVO, NOSTÁLGICO,
FANTÁSTICO, POLÉMICO, SENSUAL, ERÓTICO, HUMORÍSTICO..

A QUIÉN-CONSUMIDOR

EDAD, SEXO, NIVEL ECONÓMICO , ACTIVIDAD

A TRAVÉS DE- SOPORTES

IMPRESO, AUDIOVISUAL, TELEFÓNICO...

CÓMO- REALIZACIÓN

IMÁGENES, TEXTO, MÚSICAS, SILENCIO...

VALORES DE LAS IMÁGENES Y DE LOS COLORES

CONTORNOS: CUADRADO: RECTITUD, RACIONALIDAD,
ESMERO

TRIÁNGULO: CONFLICTO, TENSIÓN

CÍRCULO: CALIDAD, PROTECCIÓN

COLOR: AMARILLO: ESTIMULANTE, EXTROVERTIDO

NARANJA: ATREVIDO, AVENTURERO, JUVENIL,
IMAGINATIVO

ROJO: FUEGO, AGRESIÓN, EXCITACIÓN, VIOLENCIA

AZUL: PROFUNDIDAD, QUIETUD, CIELO, PUREZA,
CONFIANZA

PÚRPURA: SABIDURÍA, DOLOR, TRISTEZA

BLANCO: INOCENCIA, PUREZA

NEGRO: MUERTE, DOLOR, INCREDULIDAD

EL LENGUAJE VERBAL EN LA PUBLICIDAD

APELACIONES AL RECEPTOR

INNOVACIÓN LÉXICA

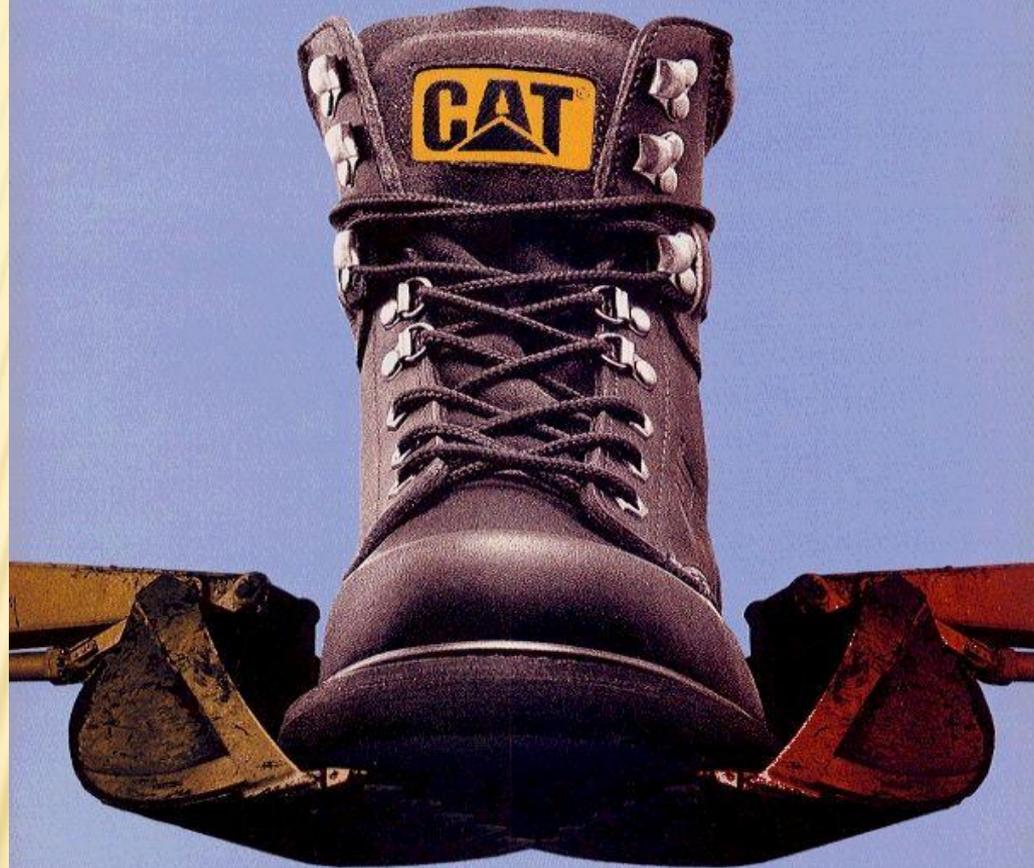
**PONDERACIÓN (VALOR MUY POSITIVO DE
LAS PALABRAS)**

BREVEDAD Y CONCISIÓN

**RECURSOS RETÓRICOS (EN EL LENGUAJE
VERBAL Y EN EL ICÓNICO)**

FIGURAS LITERARIAS EN PUBLICIDAD





CHAUSSURES / VETEMENTS ET ACCESSOIRES
Informations points de vente : (1) 43 57 67 27

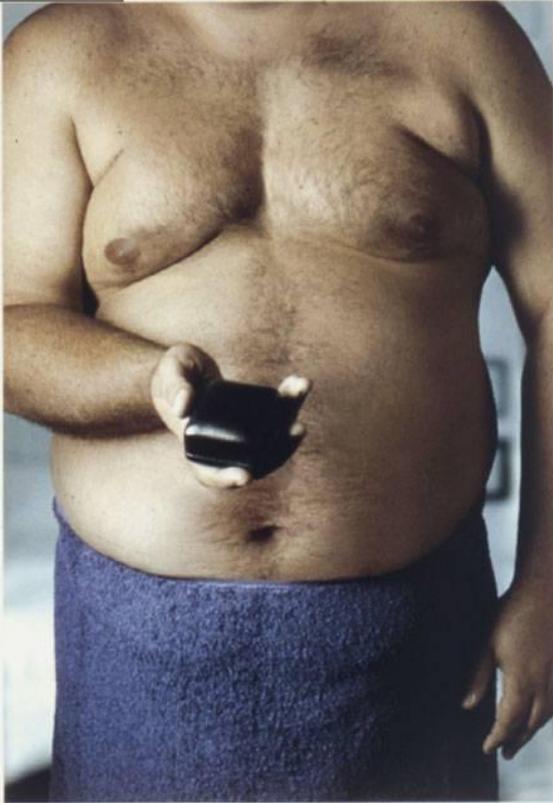


The copy says, "Harry's bread. Nice and Soft." Indeed.



eliminate bad breath.





By Suhl



Más pequeño
Más liviano
Más cómodo
Más práctico

Más iPod 

MUJER Y PUBLICIDAD



www.abanderado.com

CAMBIO MI
COMPLEJIDAD POR UNA
MENTE SIMPLE.

Quién fuera hombre.

ABANDERADO
maax
De algodón. Sin costuras.







¿Crees que
me sobra
algo?

La sensualidad
no sólo cabe
en talla chica

Si te sientes... ¡Eres!

Creemos que todas las mujeres son importantes, porque cada una de ellas es única, irreplicable, y hermosa si se lo propone. Para Vicky Form ^{MR} la belleza no tiene talla, color, ni edad, simplemente es una cuestión de actitud. ¿No crees?

ACTITUD

VICKY FORM ^{MR}

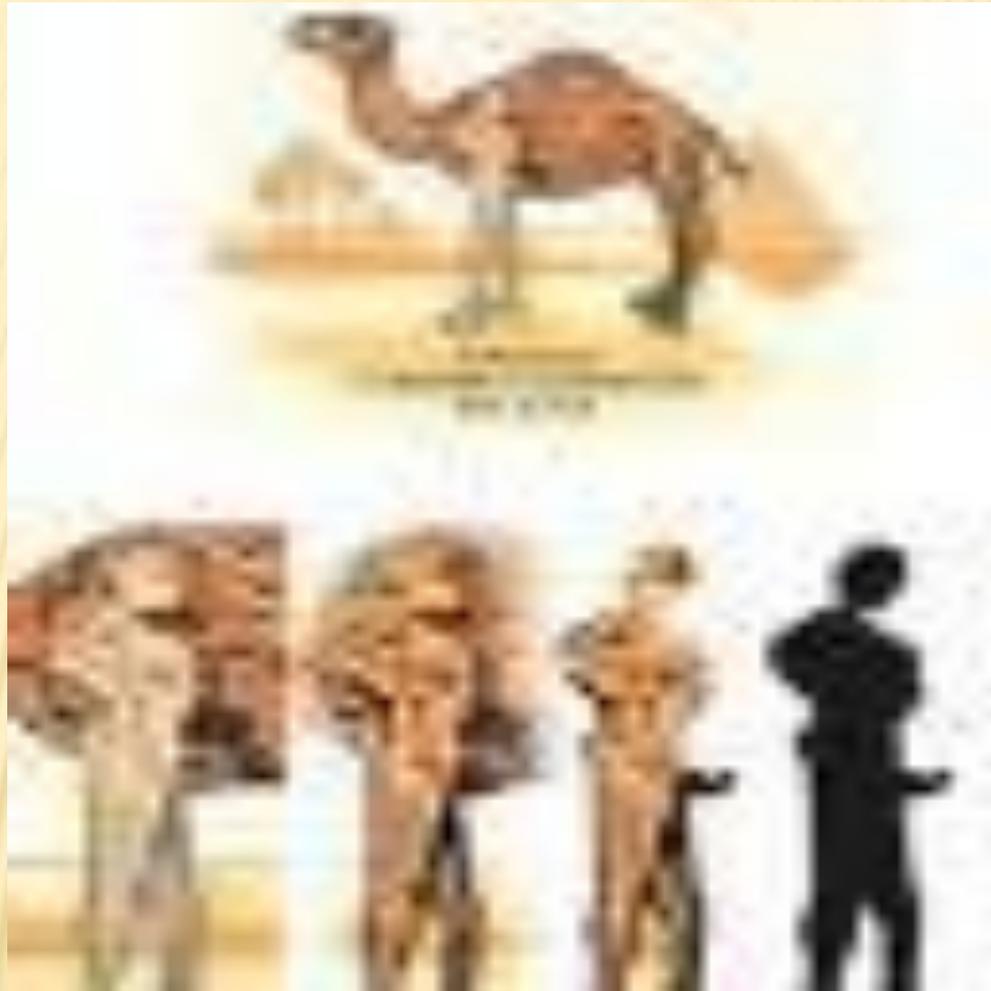
Solicite su catálogo al telemarketing 01 800 50 44 302





PUBLICIDAD ENCUBIERTA









FIJAROS MUY BIEN EN TODOS LOS DETALLES DE ESTA IMAGEN