

## Esquema para el análisis de un Anuncio Publicitario

<b>Lectura objetiva. Denotación</b> (Descripción de lo que se ve)	<b>Lectura subjetiva. Connotación</b> (Referencia subjetiva de lo representado)
<p><b>"Paradigma de Laswell":</b> quién, qué, cómo, dónde y para qué.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetos, paisajes, escenarios o personajes que aparecen en la imagen</li> <li>- Grado de identidad de lo representado con la realidad (iconicidad o abstracción)</li> <li>- Grado de simplicidad o complejidad.</li> <li>- Grado de originalidad. Carácter tópico.</li> <li>- Grado de denotación.</li> </ul> <p><b>Descripción de los personajes, situaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Dónde están?</li> <li>- ¿Quiénes son los personajes?</li> <li>- ¿Cómo están vestidos?</li> <li>- ¿Qué objetos hay y cómo están distribuidos?</li> <li>- ¿Dónde está el producto que se anuncia?</li> <li>- ¿Por qué ahí su ubicación?</li> </ul> <p><b>Tipo fotografía:</b> B/N, Color (analógica, digital)</p> <p><b>Técnica de manipulación:</b> si existe</p> <p><b>Formato:</b> rectangular, vertical (indicar tamaño).</p>	<p>Expresa cualquier aspecto puramente subjetivo que te sugiere la imagen; participa activamente en la construcción del significado y relaciona cualquier tipo de mensaje.</p> <p><b>Aspectos connotados del mensaje.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mensaje latente de la imagen.</li> <li>- Mensaje del texto (si existe)</li> </ul> <p><b>¿A quién va dirigido el mensaje?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Género. Ámbitos. Grupos</li> <li>- Aspectos (sociales, políticos, culturales)</li> <li>- Estereotipos</li> <li>- Sugerencias, emociones, valores.</li> <li>- Grado de impacto.</li> </ul> <p><b>Grados de polisemia</b> (significados diversos) de la imagen</p>
<p><b>Grados de relación texto-imagen</b></p> <p>La <b>marca</b>. El logotipo. El "<b>slogan</b>" publicitario. Mensaje. Otros textos.</p> <p><b>Relación de apoyo o anclaje:</b> El texto fija y concreta el significado de la imagen.</p> <p><b>Relación de relevo o simbiosis:</b> Texto e imagen se complementan.</p> <p><b>Relación de parasitismo:</b> El texto aporta significado distinto al expresado por la propia imagen</p>	
<p><b>Grados de significación de la imagen</b></p> <p style="margin-left: 40px;"> <b>icónica - abstracta</b>  <b>simple - compleja</b>  <b>monosémica - polisémica</b>  <b>original - redundante</b>  <b>denotativa - connotativa</b> </p>	
<p><b>Características básicas de la imagen</b></p> <p>Otros factores que pueden incluirse dentro del análisis como:</p> <p><b>Elementos de estructura:</b> punto, línea, luz, color, encuadre...</p> <p><b>Composición:</b> Organización de los elementos. Recorrido visual. Equilibrio.</p> <p><b>Planos:</b> General, medio, primer plano.....</p> <p><b>Ángulos de la toma:</b> picado, contrapicado, aberrante...</p>	