

## LOS MENSAJES OCULTOS DE LOS ANUNCIOS

Después de estudiar las características de los textos publicitarios, ya toda la clase debe saber que su función principal es llamar nuestra atención e influir en nuestra elección (función apelativa de la lengua) a la hora de decidirnos por comprar un producto u otro.

Pero además, muchas veces transmiten otros mensajes ocultos ...

Esos mensajes ocultos pueden no ser apropiados y pueden hacer extender ideas discriminatorias o modos de comportamiento sexistas, que van calando en la mentalidad de la gente, a veces casi sin darnos cuenta.

Aprenderemos a descifrarlos viendo en clase una serie de anuncios y, después, haciendo un análisis de cada uno. Para ello, usaremos primero una serie de tablas donde anotar los datos, que nos servirán para descifrar esos mensajes.

Esta ficha consta de dos ejercicios:

### 1) ANÁLISIS LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS VERBALES Y NO VERBALES EMPLEADOS EN LA REALIZACIÓN DEL ANUNCIO

<b>PRODUCTO Y MARCA</b>	<b>ESLOGAN</b>	<b>RECURSOS VERBALES</b> ( tiempos verbales, referencias y llamadas de atención al receptor, expresiones coloquiales, tecnicismos, recursos literarios, etc..)	<b>RECURSOS AUDIOVISUALES</b> ( tipo de grafías, colores, imágenes, música)
1			
2			
3			
4			

## 2) OTROS DATOS A TENER EN CUENTA

	NÚMERO DE PERSONAS Y GÉNERO DE ESTAS	¿QUÉ ROL SOCIAL REPRESENTA CADA PERSONA EN EL ANUNCIO?	BREVE DESCRIPCIÓN FÍSICA DE LAS PERSONAS QUE APRECIEN EL ANUNCIO	¿A QUÉ TIPO DE RECEPTOR CREES VA DIRIGIDO EL ANUNCIO?	¿CREES QUE MUESTRA UNA ESCENA REAL Y JUSTA PARA TODOS?
ANUNCIO 1					
ANUNCIO 2					
ANUNCIO 3					
ANUNCIO 4					