LA PUBLICIDAD Y LOS ESTERIOTIPOS

Muchas veces los anuncios publicitarios contribuyen a reforzar ciertos esteriotipos o al contario ayudan a romper ciertas ideas preconcebidas.

Observa las siguientes imágenes y di si refuerza o rompe algún esteriotipo y cuál. Justifícalo.

LIVEWORKSHEETS

RECURSOS RETÓRICOS EN LA PUBLICIDAD

En publicidad también se usan recursos retóricos como la metáfora, la personificación, la comparación, la hipérbole o la metonimia. Une imagen y recurso.

METONIMIA

PERSONIFICACIÓN

COMPARACIÓN

HIPÉRBOLE

METÁFORA

LIVEWORKSHEETS

METÁFORA EN ANUCIOS

Consiste en usar elementos visuales distintos al producto anunciado, pero con el que comparte una característica común. ¿Qué característica del producto destacan las siguientes imágenes de anuncios?

LIVEWORKSHEETS

COMPLETA LA SIGUIENTE FICHA PARA ANALIZAR EL ANUNCIO

" Hyundai gama eléctrica"

Resume brevemente el anuncio.

¿A qué personas va dirigido el anuncio?

Tiene eslogan:

¿Qué valores resalta el anuncio para conseguir que se compre el producto?

¿Piensas que esos valores son positivos? ¿Tienen algo que ver con el producto?

LIVEWORKSHEETS

COMPLETA LA SIGUIENTE FICHA PARA ANALIZAR EL ANUNCIO

" Coca - Cola"

Resume brevemente el anuncio.

¿A qué personas va dirigido el anuncio?

Tiene eslogan:

¿Qué valores resalta el anuncio para conseguir que se compre el producto?

¿Piensas que esos valores son positivos? ¿Tienen algo que ver con el producto?

LIVEWORKSHEETS

COMPLETA LA SIGUIENTE FICHA PARA ANALIZAR EL ANUNCIO

" Fex - express" (empresa de trasportes)

Describe brevemente el anuncio.

¿Qué valores resalta el anuncio para conseguir que se compre el producto?

¿Piensas que esos valores son positivos? ¿Tienen algo que ver con el producto?

LIVEWORKSHEETS