



---

---

**Fichas para alumnado**

---

---

# ÍNDICE

---

---

## FICHAS PARA EL ALUMNADO

**FICHA 1:** publicidad y elementos

**FICHA 2:** mecanismos publicitarios

A. Diseño y apariencia

B. Ganchos publicitarios

**FICHA 3:** análisis publicitario

**FICHA 4:** “7 consejos para despertar el ojo crítico..y consumir responsablemente”

**FICHA 5:** cuestionario de evaluación

---

---

---

# Ficha 1: publicidad y elementos

La publicidad, independiente de cual sea el medio de difusión, cuenta con una serie de componentes:

**Anunciante:**

Entidad, empresa o persona que quiere promocionar su producto, servicio o idea.

**Producto-servicio-idea:** objeto de información o mensaje

**Slogan:** frase impactante, llamativa y fácil de recordar que expresa la idea o mensaje del producto.

**Logotipo:** imagen corporativa

**Público objetivo:** personas destinatarias (A quién va dirigido)

**Mensaje:** información y contenido del anuncio (Qué nos quieren decir)

Con esta información descubre cuáles son los elementos de cada anuncio, analizándolo y rellenando los huecos correspondientes en cada uno de ellos:

Producto

.....  
.....

Slogan

.....  
.....

Público objetivo

.....  
.....

Mensaje

.....  
.....



# Ficha 1: publicidad y elementos



Producto

.....  
.....

Slogan

.....  
.....

Público objetivo

.....  
.....

Mensaje

.....  
.....



Producto

.....  
.....

Slogan

.....  
.....

Público objetivo

.....  
.....

Mensaje

.....  
.....

# Ficha 1: publicidad y elementos

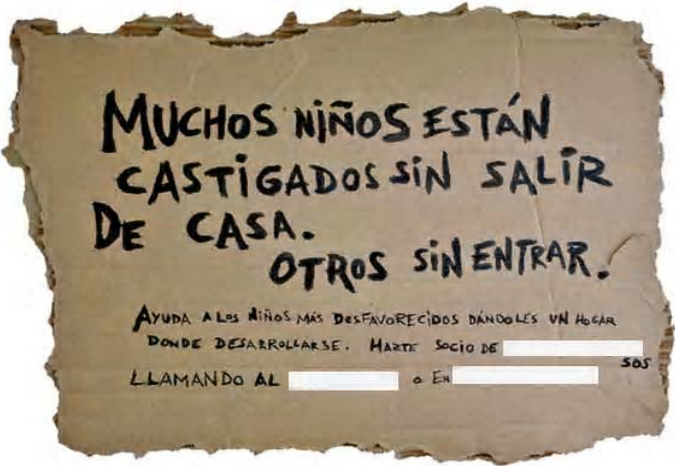


Producto  
.....  
.....

Slogan  
.....  
.....

Público objetivo  
.....  
.....

Mensaje  
.....  
.....



Producto  
.....  
.....

Slogan  
.....  
.....

Público objetivo  
.....  
.....

Mensaje  
.....  
.....

# Ficha 1: publicidad y elementos

Ahora, con toda la información que tenéis, elaborad en grupo una definición de publicidad. Para ello, recordad los elementos que hemos visto en esta actividad y las funciones de la publicidad.

La publicidad es:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



# Ficha 2: mecanismos publicitarios

Después de la explicación, sabemos que en la publicidad se utilizan distintos mecanismos para captar la atención. Por un lado, el diseño o apariencia del anuncio y, por otro, las estrategias y ganchos.

A continuación, encontraréis tres partes: una con la información del **diseño** y la **plantilla** para rellenar, otra con los **ganchos** y su **plantilla**, y la última con **8 anuncios** que debéis analizar.

## DISEÑO Y APARIENCIA

Para analizar el diseño nos tenemos que fijar en:

### tipo de imagen:

- artística: diseño gráfico, pinturas ...
- fotográfica: fotografías reales

### puesta en escena:

- escenario o decorado: lugar, espacio, fondo o contexto
- personajes: personas que aparezcan en la imagen
- elementos: objetos, productos o cosas que completen el escenario

luz: se refiere al contraste luz-sombra, foco de luz ...

color: transmite emociones y sensaciones como:

- *rojo*: dinamismo
- *naranja*: estimulación
- *amarillo*: alegría, vitalidad
- *verde*: calma, equilibrio
- *azul*: frescor, ligereza, tranquilidad
- *blanco*: sobriedad, claridad
- *negro*: tristeza, elegancia, oscuridad

# Ficha 2: mecanismos publicitarios

## A. DISEÑO Y APARIENCIA

ANUNCO 1	
TIPO DE IMAGEN	
PUESTA EN ESCENA	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
LUZ	
COLOR	

ANUNCO 2	
TIPO DE IMAGEN	
PUESTA EN ESCENA	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
LUZ	
COLOR	



# Ficha 2: mecanismos publicitarios

## A. DISEÑO Y APARIENCIA

ANUNCI 3	
TIPO DE IMAGEN	
PUESTA EN ESCENA	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
LUZ	
COLOR	

ANUNCI 4	
TIPO DE IMAGEN	
PUESTA EN ESCENA	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
LUZ	
COLOR	

# Ficha 2: mecanismos publicitarios

## A. DISEÑO Y APARIENCIA

ANUNCI 5	
TIPO DE IMAGEN	
PUESTA EN ESCENA	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
LUZ	
COLOR	

ANUNCI 6	
TIPO DE IMAGEN	
PUESTA EN ESCENA	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
LUZ	
COLOR	

# Ficha 2: mecanismos publicitarios

## A. DISEÑO Y APARIENCIA

ANUNCO 7	
TIPO DE IMAGEN	
PUESTA EN ESCENA	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
LUZ	
COLOR	

# Ficha 2: mecanismos publicitarios

## B. GANCHOS PUBLICITARIOS

1- Felicidad

2- Amor

3- Amistad

4- Familia

5- Erotismo

6- Masculinidad/ Feminidad

7- Independencia/ Libertad

8- Modernidad/ Progreso

9- Belleza/ Estética

10- Diversión/ aventura

11- Humor

12- Status social/ confort/ prestigio

13- Humanidad/ sensibilidad

14- otros...

Anuncio	Gancho que utiliza	Explica por qué ves que utiliza ese gancho (elementos, personas, lugares ...)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		

# Ficha 2: mecanismos publicitarios

## ANUNCIO 1



## ANUNCIO 2



## ANUNCIO 3



## Ficha 2: mecanismos publicitarios

### ANUNCIO 4



### ANUNCIO 5



# Ficha 2: mecanismos publicitarios

## ANUNCIO 6



## ANUNCIO 7



# Ficha 3: análisis publicitario

Ahora, tenéis que mostrar vuestra actitud crítica ante la publicidad. Debéis seleccionar entre todos los componentes del equipo un anuncio de la revista que os han entregado.

A continuación, encontraréis una plantilla para poder realizar el análisis del anuncio. Para recordar lo visto anteriormente, aquí tenéis un resumen de todo:

## ELEMENTOS

**Anunciante:** entidad, empresa o persona que quiere promocionar su producto, servicio o idea

**Producto-servicio-idea:** objeto de información o mensaje

**Slogan:** frase impactante, llamativa y fácil de recordar que expresa la idea o mensaje del producto

**Logotipo:** imagen corporativa

**Público objetivo:** personas destinatarias (A quién va dirigido)

**Mensaje:** información y contenido del anuncio (Qué nos quieren decir)

## DISEÑO

### Tipo de imagen

- Artística: diseño gráfico, pinturas ...
- Fotográfica: fotografías reales

### Puesta en escena

- Escenario o decorado: lugar, espacio, fondo o contexto
- Personajes: personas que aparezcan en la imagen
- Elementos: objetos, productos o cosas que completen el escenario

**Luz:** se refiere al contraste luz-sombra, foco de luz

**Color:** transmite emociones y sensaciones como:

- *Rojo:* dinamismo
- *Naranja:* estimulación
- *Amarillo:* alegría, vitalidad
- *Verde:* calma, equilibrio
- *Azul:* frescor, ligereza, tranquilidad
- *Blanco:* sobriedad, claridad
- *Negro:* tristeza, elegancia, oscuridad

## GANCHOS

Felicidad/ Amor / Amistad / Familia/ Erotismo/ Masculinidad/ Feminidad / Independencia/ Libertad  
Modernidad/ Progreso/ Belleza/ Estética/ Diversión/ Aventura/ Status/ Confort/ Prestigio/ Humanidad/  
Sensibilidad...

Al finalizar el trabajo, deberéis explicar a vuestros compañeros y compañeras el análisis de vuestro anuncio.



## Ficha 3: análisis publicitario

### ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DE VUESTRO ANUNCIO?

<b>ANUNCIANTE</b>	
<b>PRODUCTO</b>	
<b>SLOGAN</b>	
<b>LOGOTIPO</b>	
<b>PÚBLICO</b>	
<b>MENSAJE Y FUNCIONES (INFORMAR, VENDER, SENSIBILIZAR)</b>	

## Ficha 3: análisis publicitario

### ANÁLISIS DEL DISEÑO Y GANCHOS

<b>TIPO DE IMAGEN</b>	
<b>PUESTA EN ESCENA</b>	
Escenario	
Personajes	
Elementos	
<b>LUZ</b>	
<b>COLOR</b>	
<b>GANCHOS</b>	
¿Por qué veis esos ganchos en vuestro anuncio?	

## Ficha 4: despertar el ojo crítico

Ya habéis analizado la publicidad para captar verdaderamente qué nos quieren decir.

Ahora, debéis **escribir en grupo**, al menos, **5 consejos** prácticos para despertar el ojo crítico y que cada persona sea consciente y responsable de su propio consumo.

1).....  
.....

2).....  
.....

3).....  
.....

4).....  
.....

5).....  
.....

Otros).....  
.....

# Ficha 5: cuestionario de evaluación

Para finalizar, realizaremos un cuestionario de valoración de la unidad didáctica que hemos visto.

*Contestad a las siguientes preguntas marcando de 1 a 5, según esta escala:*

1- Nada 2- Poco 3- Suficiente 4- Bastante 5- Mucho

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1) ¿Has aprendido conocimientos nuevos sobre la publicidad?					
2) ¿Ha cambiado la idea que tenías sobre la publicidad?					
3) ¿Te ha servido para analizar la influencia de la publicidad sobre tu consumo?					
4) Todo lo aprendido (elementos, análisis de diseño y estrategias ..) ¿crees que te será útil para tener unos buenos hábitos de consumo?					
5) ¿Consideras que influye la publicidad en nuestro consumo?					
6) ¿Eres más consciente y crítico con la publicidad, después de analizarla?					