

Trabajo práctico 1

Trabajo individual

Analizar, comprender y visualizar los factores del proceso de comunicación en el análisis de piezas publicitarias en medios gráficos.

A) Seleccionar de revistas, diarios o catálogos dos (2) publicidades gráficas, en las cuales se analizarán los componentes denotativos, connotativos y el mensaje lingüístico. Destacar la figura retórica semántica o sintáctica que se puso en juego para la comunicación del mensaje. Realizar un informe donde se detalle lo observado.

B) Posteriormente reconocer los principales referentes utilizados para la composición de la imagen publicitaria y su connotación.

Intervenir una de las publicidades elegidas, reemplazando la figura retórica por otra que realce el mensaje. De este modo, se tomará partido por la elección de recursos gráficos que mejor representen el nuevo mensaje a comunicar.

Tiempo: 4 clases

Normas de entrega

Informe: formato A4.

Publicidad 1: descripción de lo denotado, lo connotado, mensaje lingüístico y figura retórica utilizada.

Publicidad 2: descripción de lo denotado, lo connotado, mensaje lingüístico y figura retórica utilizada.

Rediseño de publicidad: referentes utilizados para el rediseño y figura retórica elegida.

Láminas: formato A4.

Las dos publicidades elegidas y el rediseño de publicidad, deben estar sobre soporte rígido (cartón gris 3mm o similar).

Todas las láminas con rótulo al dorso (nombre apellido y número de trabajo práctico).

Bocetos ordenados y sujetos (no hace falta rotularlos).