

ANÀLISIS D'ANUNCIS

Natàlia González i María Pérez

ANUNCI AUDIOVISUAL BO:

<https://www.youtube.com/watch?v=hRBxttZY2Zc> (Chicas Venus 2018)

Hem escollit aquest com l'anunci bo perquè, tot i que el missatge que transmet no ens agrada, creiem que aconsegueix el seu objectiu de promocionar aquest producte.

1 Les paraules

El primer text que apareix, és un missatge que rep la protagonista de les seves amigues avisant-la de que ja han arribat. Al final de l'anunci, apareix també un altre text, però aquest cop és un eslògan que diu "¡Lista en 5 minutos!", donant a entendre que aquestes maquinetes d'afaitar són més ràpides. En quan al text oral, diu el següent: "El verano está para disfrutar cada momento. Con Venus de gilette, presume de una piel suave sin dolor ni pringues. Pásate a la maquinilla y estarás lista en 5 minutos. ¿Para qué perder más tiempo? Participa en Chicasvenus.com y no te pierdas ningún plan." Bàsicament, promociona el producte dient les seves avantatges.

2 Les imatges

En total té 12 plans, si contem també la imatge final on s'ensenya el producte. Entre tots aquests plans ens expliquen una història sobre la Dulceida (la protagonista), la qual queda amb les seves amigues per anar a la platja però s'adona que no està depilada i els demana que s'esperin 5 minuts a que es pugui treure els pèls de les cames. Un cop s'ha depilat, surt a córrer per la platja amb les seves amigues.

3 Els sons

De fons, sona una versió de la cançó Venus de Shocking Blue, un grup de rock holandès. La lletra que apareix de fons és "She's got it, yeah baby she's got it. Well, I'm your venus, I'm your fire at your desire". Jo crec que amb aquesta cançó es vol donar a entendre

que si et depiles, seràs desitjada com la deessa Venus. Com a efectes sonors, només apareix el soroll d'una notificació del mòbil, que serveix per donar-li més expressió a l'acció.

4 El missatge

El model de maquineta d'afaitar que s'anuncia es diu "MAQUINILLA VENUS COMFORTGLIDE BREEZE". Es caracteritza per les barretes de gel incorporades que es flexionen per oferir una depilació més ràpida; Amb només mullar la navalla, s'obté una lleugera escuma; és ideal per portar de viatge; els recanvis són fàcils de canviar. El missatge que es vol transmetre és que aquestes maquinetes d'afaitar són més còmodes i ràpides d'utilitzar. Aquest anunci va dirigit a un públic juvenil, concretament a les noies. Per això mateix han agafat a una figura que es mou per l'ambient juvenil, la Dulceida, una bloguera i celebritat d'internet. En l'anunci apareix representat el consumidor de la marca, però amb unes noies que representen l'estereotip "ideal" de les dones: blanques, altes i primes, amb cabell llarg i depilades. El món que reflecteix l'anunci sí que s'assembla a la realitat. No obstant ho fa de manera idealitzada, ja que per exemple, quan surt la protagonista depilant-se, no té cap pèl a les cames. Els valors que s'atribueixen al producte són la bellesa i la joventut, com donant a entendre que la gent que compra aquestes maquinetes d'afaitar són guapes i joves.

ANUNCI AUDIOVISUALS DOLENT:

<https://www.youtube.com/watch?v=Di4BRkExJTU> (¿Dónde está Jacobo?)

1 Les paraules

Hi ha un diàleg entre el protagonista de l'anunci i el narrador. El protagonista, un pollastre, pregunta per Jacobo i el narrador li diu que ara és un pollastre fregit i comença a explicar totes les característiques, preus i on comprar-ho.

2 Les imatges

L'anunci consta d'onze plans. Durant els sis primers, el protagonista està cridant al Jacobo i buscant-lo. Al setè, manté la relació amb el narrador i els quatre restants són imatges del suposat "Jacobo", que ara és pollastre fregit.

3 Els sons

L'anunci comença sense música ni efectes sonors, només el protagonista cridant "Jacobo". En un moment de desesperació, crida i hi ha una música forta però curta.

La següent escena és en un pont i és de nit, i sonen grills. Quan li cau la llàgrima, hi ha un petit efecte sonor, i un cop el narrador comença a explicar que li ha passat a Jacobo, podem escoltar una música animada. Fins al final, quan ens mostren el logotip, sona aquesta melodia i una cop apareix hi ha un altre petit efecte sonor. El paper de la música i els efectes en l'anunci serveixen per donar més profunditat i sentiments al que està passant.

4 El missatge

El producte anunciat és una cadena de restaurants colombiana (Kokoriko), i la finalitat és mostrar el seu plat de pollastre. El que vol transmetre és que vagis a menjar als seus restaurants. L'anunci sembla estar dirigit per nens degut a que són animacions i té una història senzilla, però en cap moment es mostra el consumidor de la marca. La història que se'ns presenta transmet tristesa ja que el protagonista és un pollastre, i possiblement acabi com en Jacobo, qui sembla que era una persona molt important per ell.

ANUNCI GRÀFIC BO:



1 Elements de la imatge que es destaquen

- **Enquadrament:** Rectangular
- **Tipus de plans:** Fotomuntatge d'una cuca de llum a unes plantes.
- **Situació dels elements:** En primer pla trobem unes plantes desenfocades. En segon pla hi ha una cuca de llum, i en tercer pla varies cuques de llum desenfocades. El que destaca més és la cuca de llum del segon pla.
- **Colors que hi destaquen:** Blau i verd, que ens apropen a la naturalesa pròpia de la fotografia.

2 Text

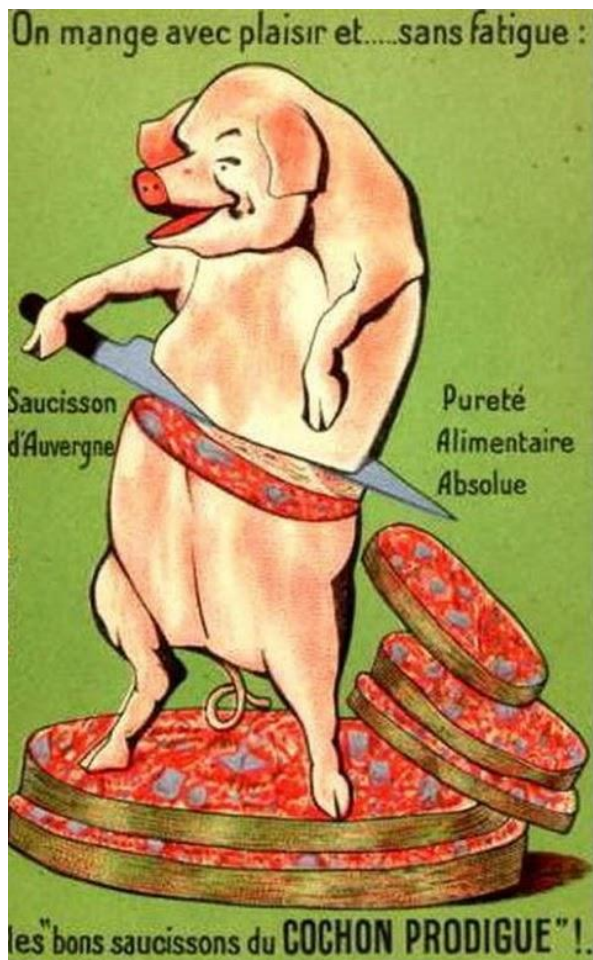
- **Eslògan:** "Per un any ple de llum i energia."
- **Situació del text:** El text està centrat i col·locat de manera que no tapi els elements destacats de la imatge.
- **Logotip:** estabanell energia

3 Interpretació

- **Significat que es deriva dels elements que s'observen:** Aquesta publicitat és d'una companyia d'energia i a partir d'aquests insectes, donen a entendre que proporcionen llum.

- **Relació entre imatge i text:** L'element principal d'aquesta imatge és la cuca de llum, el qual és un insecte nocturn que és capaç d'emetre llum, i en el text ens desitgen un any ple de llum i d'energia, que és el que aquesta companyia ens pot proporcionar.
- **A quin públic s'adreça l'anunci?** A un públic més adult perquè és a qui els hi preocupa tenir una bona companyia en la que confiar per tenir bona energia en els seus hogars.
- **Quins valors ens transmet?** Metafòricament ens està desitjant un any amb molta felicitat però literalment també es refereix a tenir llum i energia a casa.

ANUNCI GRÀFIC DOLENT:



1 Elements de la imatge que es destaquen

- **Enquadrament:** Rectangular
- **Tipus de plans:** Hi apareix un porc tallant-se a si mateix en rodanxes de salsitxó.
- **Situació dels elements:** En primer pla apareix un porc tallant-se a si mateix en rodanxes de salsitxó sobre unes rodanxes encara més grans.
- **Colors que hi destaquen:** Verd, rosa i vermell.

2 Text

- **Eslògan:** “On mange avec plaisir... et sans fatigue: les bons saucissons du Cochon Prodigue!”
- **Situació del text:** Hi ha part del text a dalt i part a baix i el logotip es troba a l'esquerra del porc.
- **Logotip:** Saucisson d'Auvergne

3 Interpretació

- **Significat que es deriva dels elements que s'observen:** Aquesta publicitat és d'una empresa que ven salsitxó.
- **Relació entre imatge i text:** L'element principal d'aquesta imatge és el porc, qui s'està tallant amb un ganivet el cos produint així l'embotit. La tipografia té coherència amb la imatge, que és una il·lustració.
- **A quin públic s'adreça l'anunci?** A un públic més adult, perquè són els que normalment fan la compra.
- **Quins valors ens transmet?** Ens ensenya com a partir de l'animal nosaltres ens alimentem, però d'una manera bastant sàdica ja que s'està tallant tot el cos a ell mateix.