

**ETAPA 2: ANÁLISIS DE LOS CANALES O SOPORTES**

Fuentes para la realización del mismo: ejemplos de cada canal a trabajar en clase. Deberá analizarse c/u por separado.

**ANÁLISIS DE CADA CANAL**

En base al análisis de varios ejemplos de cada canal, responder lo siguiente:

**1) LUGAR DE IMPLEMENTACIÓN Y TIEMPO DE LECTURA:**

- a) El lugar de exposición o implementación de ese canal cómo es? A saber: ¿se pega sobre una pared, se coloca en un estante rodeado de otros productos, es móvil o está fijo, hay mucha saturación visual en su entorno, etc.?
- b) ¿Cuál es la distancia de lectura? Describirla aproximadamente y realizar un esquema que lo demuestre. Recomendación: usar el metro con los ejemplos reales, no los impresos.
- c) ¿Qué tiempo de lectura y decodificación tiene el canal (es rápido, lento, etc)? ¿Por qué? ¿Cómo se traduce esto en la gráfica (describir como en el manejo herramental se verifica este ítem). Buscar un ejemplo para mostrar esto.

**2) RELACIÓN CON EL RECEPTOR:**

- a) ¿Cómo se lo percibe: en un solo momentos o en varios?
- b) ¿Invita a la interactividad del receptor (ej: debe darlo vuelta, debe abrirlo, debe verlo por diferentes lugares, etc.)? Recomendación: usar los ejemplos reales, no los impresos.
- c) ¿Cómo es la relación de proporciones y tamaños con el receptor? Describir y hacer un esquema que lo demuestre. Recomendación: usar los ejemplos reales, no los impresos.
- d) ¿Cómo se traduce TODO (preguntas a y b) esto en la gráfica? Elegir ejemplos y describirlos desde el herramental.

**3) ANÁLISIS SEMÁNTICO (EL QUÉ), SINTÁCTICO (EL CÓMO) Y PRAGMÁTICO (EL PARA QUÉ O PARA QUIÉN)**

Seleccionar 1 ejemplo (el que se considere más interesante y mejor diseñado) de cada uno de los canales (afiche, DVD y remera) y desarrollar:

- a) Qué propósito/s de comunicación gobierna/n la pieza: identificación (de emisor, hacerlo reconocible), persuasión (seducir, convencer para el desarrollo de determinada conducta) o información (brindar datos sobre el emisor). ¿Por qué?
- b) ¿Cuál es la idea, sensación o mensaje que se desea transmitir? (idea rectora - plano semántico).
- c) ¿Cómo se traduce en la gráfica dicha idea (manejo de las herramientas de diseño)? (plano sintáctico).
- d) En base a lo analizado, ¿cómo imaginan que es el receptor típico de esa pieza-canal? Describirlo en base a los siguientes aspectos: sexo, edad, estilo de vida, gustos principales, nivel de inversión que le demanda la adquisición-consumo del producto, etc. (plano pragmático).