

ANÁLISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El análisis de los anuncios de alcohol en los medios forma parte del proceso de evaluación. Los jóvenes y adultos pueden realizar análisis individuales de la publicidad en los medios o del tiempo frente a la pantalla durante un periodo determinado por la coalición. El análisis de los medios debe ser de carácter observacional. No se deben visitar los anuncios de las redes sociales.

Name: _____ Beginning Date: _____ End Date: _____

TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Televisión

Radio

Redes Sociales

Medios impresos

Televisión

Fecha	Duración	Programa	Red/Canal	Cantidad de anuncios de alcohol observados	Marcas promocionadas	Celebridad/ Influencer patrocinador- nombre y marca	Evento patrocinado por la empresa de alcohol- deportes, conciertos, etc.

Radio

Fecha	Duración	Estación de radio	Cantidad de anuncios de alcohol	Marcas promocionadas	Celebridad/Influencer patrocinador- nombre y marca	Evento patrocinado por la empresa de alcohol- deportes, conciertos, etc.

Redes Sociales

Fecha	Duración	Plataforma de redes sociales	Cantidad de anuncios de alcohol observados	Marcas promocionadas	Anuncios que no se pueden omitir	Celebridad/ Influencer patrocinador- nombre y marca	¿Había algún desafío?	Anuncio emergente/ pancarta	Evento patrocinado por la empresa de alcohol- deportes, conciertos, etc.

Medios Impresos

Fecha	Nombre del periódico o revista	Cantidad de anuncios de alcohol observados	Marcas promocionadas	Celebridad/Influencer patrocinador-nombre y marca	Evento patrocinado por la empresa de alcohol- deportes, conciertos, etc.

Supuesto público destinatario y rango de edad de los anuncios: _____

¿Se utilizaron dibujos animados en algún anuncio? Sí No

• Si la respuesta es sí, ¿qué tipo de medios?: _____

• ¿Qué marcas usaron dibujos animados?: _____

¿Se usaron animales en algún anuncio? Sí No

• Si la respuesta es sí, ¿qué tipo de medios?: _____

• ¿Qué marcas usaron animales?: _____