



ANÁLISIS DE UN ANUNCIO PUBLICITARIO DE PACO RABANNE

1 - ANÁLISIS OBJETIVO DEL MENSAJE PUBLICITARIO (Lectura denotativa)

La imagen del anuncio nos proporciona la imagen de un joven moderno en plano americano, retratado en un exclusivo blanco y negro sobre un fondo neutro claro del que destaca nítidamente. La luz, de procedencia incierta y artificial seguramente, parece muy matizada. El joven parece atractivo, seguro de sí mismo (acentuado por su mirada desafiante y haciendo como un chasquido de autoafirmación con la mano derecha) como fondo de la marca anunciante “paco rabanne” y el eslogan mucho más reducido en inglés “The new fragrance” que ocupan toda la franja central del anuncio en tipografía dorada como bruñida en oro al igual que la imagen del envase en el margen inferior derecho. Se trata de un simple gesto destinado no sólo hacia el hombre joven, sino también a la mujer joven, ambos objetivos claros como futuros clientes del producto. Podemos resumir visualmente el spot con tres adjetivos: dinamismo, equilibrio gráfico-compositivo y simplicidad .

A nivel compositivo se hace uso de un esquema claramente triangular, acentuado por la posición de las piernas en la parte inferior del anuncio.

2 – ANÁLISIS SUBJETIVO E INTERPRETATIVO (lectura connotativa)

El tratamiento que la marca de perfumes pretende con éste anuncio es de juventud, libertad, erotismo, éxito en definitiva, diríamos que la imagen dentro del **campo semiótico (retórica visual)** es polisémica, tiene otros significados al margen del convencional. El anuncio tiene un doble proceso, por un lado es **objetivo**, aparece un frasco de perfume en tonos dorados (el oro como sinónimo de lujo, de producto exclusivo) que es lo que se pretende anunciar pero por otro lado,

subjétivamente hay una interpretación posterior a esa descripción objetiva de la que hablábamos antes. Son conceptos con los cuales se identifican la mayoría de los jóvenes actualmente (juventud, belleza) . Esto se consigue a través de la proyección de una imagen dinámica, con fuerza, algo que se desea conseguir a través de la adquisición del producto anunciado.

Una de las claves es la de la belleza. El erotismo y el éxito sexual que denota intentan convencer de que son fundamentales para triunfar en las relaciones personales, lo que se conseguiría adquiriendo el producto. El hombre que compra este perfume quiere parecerse al icono del anuncio y la mujer desea adquirirlo para el hombre con quien se relaciona para que éste pueda ser tan atractivo e importante y obtenga tanta confianza como él. Así, consumiendo el producto se conseguirían dichos fines.