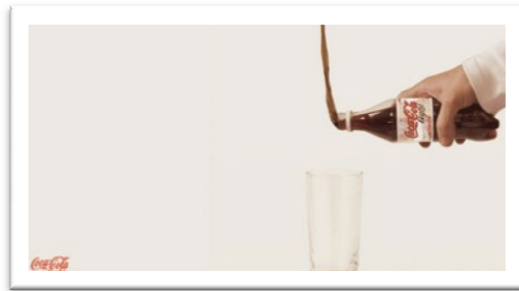


## EJEMPLO DEL ANÁLISIS DENOTATIVO Y CONNOTATIVO.



### ANUNCIO COCA-COLA LIGHT

#### ANÁLISIS DENOTATIVO

- La imagen es un cartel de cola-cola Light.
- Su formato es horizontal apaisado.
- Todo el fondo es blanco liso.
- En toda la mitad izquierda del papel no hay nada exceptuando un pequeño logo rojo absolutamente encajado en la esquina inferior izquierda (lleva adosado la palabra light).
- Por la parte derecha, ocupando casi todo el cuadrante superior, sale una mano que parece de un hombre joven blanco, se ve hasta el puño de una sencilla camiseta también blanca, que agarra una botella de cola-cola Light dejando el logo de su etiqueta bien visible.
- La botella está perfectamente horizontal, ligeramente por encima de la mitad del cartel. De ella sale un chorro vertical de cola-cola, que en lugar de caer va hacia arriba, en contraviniendo la ley de la gravedad.
- Bajo el líquido que asciende, justo dónde tendrá que estar cayendo por la gravedad, se ve un sencillo vaso transparente completamente vacío.
- La vertical visual creada por el chorro de coca-cola y el vaso está casi en el segundo tercio de la imagen, por lo que es probable que se utilizara la ley de los tercios en la composición.
- Toda la imagen se ve bastante iluminada.
- En la imagen predomina el blanco, sólo roto por el rojo de los dos logos, los ligerísimos grises de las sombras, el color carne de la mano y el ángulo casi recto y oscuro que forma la botella llena de líquido con el chorro que sube.
- No hay ningún texto más allá de dos logos.

## ANÁLISIS CONNOTATIVO

- El punto fuerte de la imagen, lo que llama claramente la atención (entre otras cosas por ser lo único oscuro del cartel), es la botella desde la que el líquido huye del vaso, ascendiendo con naturalidad y simbolizando claramente la ligereza del producto, tanto a nivel físico como en su bajo grado de azúcar. Ver cómo el líquido fluye contra gravedad resulta muy sorprendente, de modo que atrapa la mirada del espectador.
- También llama la atención la enorme importancia de la luz y color blanco de esta imagen, reforzado por el enorme vacío de toda la parte izquierda de la imagen, que incluso se potencia por la ausencia de algo tan común en un cartel como el eslogan. Con ello se consigue por un lado, dar una enorme sensación de paz, y serenidad. Esa sensación serena se potencia por el equilibrio que generan que todos los elementos se dispongan en horizontal o vertical, subdividiendo la imagen en rectángulos que generan mucha estabilidad.
- Por otro lado, el color fundamentalmente blanco y las sombras tan claras dan sensación de limpieza, de salud y de verdad, como si se estuviera en un quirófano o un laboratorio; de no tener nada que ocultar, lo que conviene al mensaje de que el producto es sano por ser light. Todo resulta tan aséptico que no parece posible que consumir este producto pueda acarrear cualquier problema de salud.
- Los otros detalles que atraen la mirada del ojo por color y posición, y que es lo único que impidiendo que resulte visualmente sosa y desequilibrada, es la diagonal formada por los dos logos rojos de coca-cola Light, casi del mismo tamaño, el de la esquina inferior izquierda y el de la etiqueta de la botella. La mirada baile entre ellos generando una diagonal sólo visual, que se continuaría con la parte alta de la mano y la camiseta hasta acabar en la esquina opuesta del cartel, animando esta imagen por lo demás muy estática y armónica, en la que probablemente se utilizara la ley de los tercios para su composición.
- La composición queda limpia y elegante, perfectamente equilibrada. Resulta adecuada para cualquier público, pero el detalle de la mano varonil apela a este tipo de público, en un producto que por ser light, con frecuencia se asocia a lo femenino. En este sentido parece que el anuncio busca nuevos consumidores o afianzar el sector masculino.
- Como ya he dicho, este cartel no lleva ningún eslogan, pero no resulta en absoluto necesario para entenderlo, puesto que la marca es sobradamente conocida por la población a través de su logotipo y la potencia de la imagen es enorme, generando un cartel de altísimo valor comercial y estético.