***Análisis del Anuncio Publico de Duracell***

La manera en la cual las compañías ofrecen su producto a una cierta comunidad, es a través de la publicidad. Los elementos que son utilizados y elegidos, dependientes al mensaje, producto y audiencia, logran vender y persuadir a los consumidores a comprar el producto. En este anuncio podemos ver como ciertas características de la publicidad en relación a las baterías Duracell son utilizadas para poder tener un anuncio que destaque.

Este anuncio publicitario se presenta una niña jugando la hora del té con una de sus muñecas. A sus espaldas, está una muñeca que parece que a cobrado vida debido a las excelentes baterías que esta utilizado. La manera en que la niña y la muñeca que está sentado a su lado están mirando hacia la muñeca en la puerta con ojos de temor logra comunicar la escena de miedo en la que se encuentran. De tal manera, el anuncio esta tratando de comunicar el mensaje que la muñeca, localizada en la puerta, no a muerto ya que las baterías Duracell la han permitido vivir para siempre. Sin embargo, hay muchos factores que ayudan comunicar el mensaje eficazmente.

En este anuncio publicitario, el canal por el cual la publicidad es comunicado es por anuncios en entrevistas, carteles e internet. Este anuncio es surrealista debido a la manera en la cual las baterías son presentad al publico: en la escena se muestra una muñeca que tiene vida propia. La compañía Duracell decide establecer una conexión metafórica entre los juguetes y la vida. Ellos deciden presentar a las baterías como “la fuerza de vivir” ya que comunican que los juguetes nunca morirán (se apagaran) por la resistencia y larga duración de las pilas. Esto genera que el público se acuerde del anuncio y posiblemente del producto, debido a su originalidad e innovación como compañía.

El tono utilizado en este anuncio es irónico y persuasivo. La compañía Duracell distribuye su mensaje dándole mayor importancia a la imagen que al texto. Ellos deciden hacer esto ya que se a demostrado que el ser humano tiende a interesarse más en las imágenes que en el texto. Por esta razón, en este anuncio el enfoque es en la imagen y no en las palabras ubicadas en la parte lateral izquierdo y abajo. Otros estudios han demostrado que, si una imagen es dividida entre tres secciones de equivalente tamaño, es más probable que tu atención valla a la del sección del medio y no a la de los costados. Es por eso que el la protagonista de el anuncio, la niña, es posicionada en el medio. Sus expresiones de terror son entendidas por el público al instante que ven la imagen por primera vez. Sin embargo, el texto utilizado también es esencial.

En el anuncio, el texto está posicionado, como dicho anteriormente, en la esquina derecha y en la parte superior de la imagen para que la atención de el público hacia la imagen no sea afectada. Se utiliza un color blanco de modo que haga contraste con el negro del fondo del retrato y así hacer que las palabras sean claras para leer. La compañía también ha decidido mostrar su logo y nombre del producto con una batería. Esto ayuda a la audiencia entender lo que se está siendo comunicado. La palabra “y dura” es luego repetida debajo de la imagen tres veces. Esto enfatiza que las baterías son duraderas y que los juguetes nunca morirán.

Uno de los factores que afecta directamente el anuncio es al público al que se dirige. Debido a que el anuncio es connotativo, el publico no es definido por un cierto grupo. Esto es por que, aun así el anuncio tenga palabras en ingles, el mensaje de las baterías Duracell siendo duraderas puede ser desarrollado y entendido. Este producto es algo básico que muchos utilizan para satisfacer necesidades; sin embargo, tomando en cuenta que hay mucha competencia en el mercado, la compañía Duracell quiere tratar de vender su producto a la mayoría de personas posibles. Su publico, de tal manera, no es categorizado por clase ni por genero.

Por último, el ambiente que crea este anuncio es de suspenso y terror. Esto es por la manera en la cual la luz y los colores son combinados. La forma en la cual la luz sale de la puerta y hace que una de las muñecas tenga una sombra, crea un contraste con el cuarto negro. Esto crea el ambiente de una típica escena de terror donde la puerta se abre y lentamente alguien entra al cuarto, haciendo que la audiencia se acuerde de esto. El ambiente también establece terror ya que las expresiones de la niña demuestran que esta atrapada en una situación no deseada.

Por último, el anuncio publicitario se basa en ciertos elementos que apoyan a transmitir el mensaje y a vender el producto presentado. La audiencia, el texto, la imagen, el tono y los colores son algunos factores que son utilizados para poder persuadir al público a que entiendan el mensaje del anuncio y así compren el producto.