CAPÍTULO V

REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN LA CAMPAÑA IMPRESA DE EL PALACIO DE HIERRO

Con lo que respecta al análisis de la publicidad impresa (espectaculares y revistas) de "El Palacio de Hierro" se determina hacerlo en dos vertientes: orden formal y conceptual, es decir sintagmática y paradigmáticamente. La primera organiza a los signos –visuales en este caso- para que haya una coherencia y unidad entre las partes trasmitiendo así adecuadamente el mensaje; por otro lado la semántica estudia el (los) significado (s) que se le atribuyen a esos signos y la pragmática la relación de éstos con el receptor, pues es quien se ve afectado al atribuirle significado a los mensajes enviados con un código determinado.

1997

Porque nadie
ha logrado
envasar
el olor
a nuevo.
soy totalmente Palaci
El Palacio de Hierro

ANÀLISIS SINTAGMÁTICO (Formal)

1997: Porque nadie ha logrado envasar el olor a nuevo

Modelos de Representación	Mujer en interacción con objeto (protagónico) Tipografía Encuadre plano medio corto
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensio nalidad de la imagen	60% imagen y 40% tipografía posición izquierda dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Acentualidad: al usar contraste de color con b / n
Composición	Asimétrica dinámica tanto en imagen como en tipografía
Cromaticidad	Rojo, negro, blanco, amarillo Mujer con alto grado de luminosidad
Tipografía	Serif cursiva No interactúa con imagen Posición derecha Visualización secundaria Justificación centrada Mayúsculas y minúsculas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Surrealismo: pues muestra una escena que evidentemente no es real

1998

HAY DOS COSAS
QUE UNA MUJER
NO PUEDE EVITAR:
LLORAR
Y COMPRAR
ZAPATOS.
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1998: Hay dos cosas que una mujer no puede evitar ; llorar y comprar zapatos

Modelos de Representación	Mujer (protagónico) zapatos Tipografía Encuadre plano medio corto
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	Textura ambiente acuoso 60% imagen y 40% tipografía posición izquierda dirección derecha de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Repetición: al colocar varias copias de un solo elemento Movimiento: al presentar burbujas en la inercia de entrar al agua
Composición	Asimétrica en espiral proporcionando profundidad y gravedad hacia abajo
Cromaticidad	Azul violáceo, negro, blanco
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición derecha Visualización secundaria Justificación centrada versalitas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca Tendencia artística	Inferior centrada sobre fondo negro Surrealismo: por presentarlo en forma onírica

1998

A Las Mujeres
Siempre
Nos Sobran Kilos
y Nos Falta
Ropa.
Soy Totalmente Palacio
El Palacio de Hierro

1998: A las mujeres siempre nos sobran kilos y nos falta ropa

Modelos de Representación	Mujer en interacción con objeto (protagónico) Tipografía Encuadre plano medio corto
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	Textura cintas métricas 60% imagen y 40% tipografía posición izquierda dirección derecha de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Neutralidad: al integrarse la modelo con el fondo Repetición: haciendo énfasis en la cinta que aparece varias veces
Composición	Asimétrica estática ofreciendo continuidad y tranquilidad, así como la atención a la modelo en primera instancia debido a las placas encontradas de las cintas
Cromaticidad	Amarillo, negro, blanco, terracota Alto grado de luminosidad en mujer
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición derecha Visualización secundaria Justificación centrada versalitas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Pop art: pues toma elementos de la vida cotidiana como elementos para textura

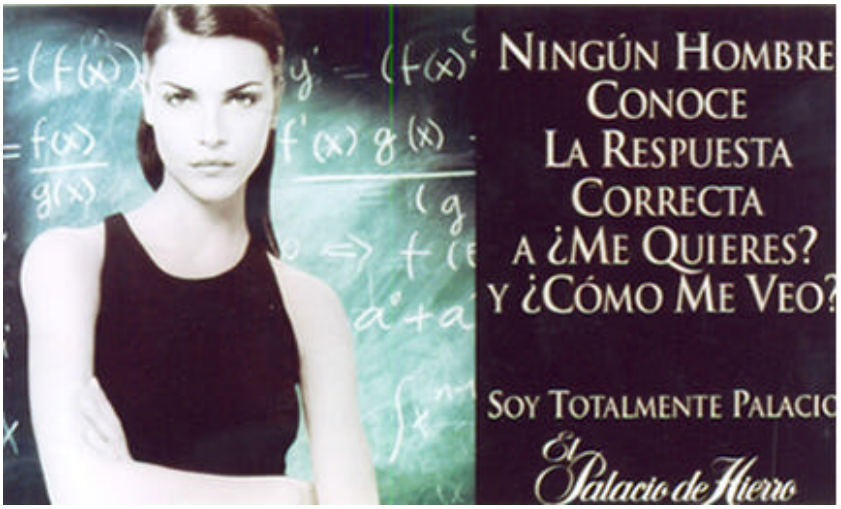
1998

UNA FRASE SEPARA
A LA NIÑA
DE LA MUJER:
"NO TENGO NADA
QUE PONERME".
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1998: Una frase separa a la niña de la muje r ; “No tengo nada que ponerme”.

Modelos de Representación	Tipografía (protagónico) Mujer en interacción con objeto Encuadre medio cuerpo
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Mixta (fotografía – ilustración)
Dimensionalidad de la imagen	Textura ropa para recortar 60% imagen y 40% tipografía posición izquierda dirección frontal de la figura humana peso cargado un poco hacia la izquierda
Técnicas expresivas	Acentualidad: pues el vestido de niña con el oso genera un punto de atención por su ubicación al centro
Composición	Asimétrica estática pues acentúa el sentido de continuidad
Cromaticidad	Magenta, con diversos colores sobre él, negro, blanco Saturación en el fondo
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición derecha Visualización en primer plano Justificación centrada versalitas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Pop art: pues toma elementos de la vida cotidiana como elementos para textura

1999


NINGÚN HOMBRE
CONOCE
LA RESPUESTA
CORRECTA
A ¿ME QUIERES?
Y ¿CÓMO ME VEO?
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1999: Ningún hombre conoce la respuesta correcta a ¿Me quieres? y ¿Cómo me veo?

Modelos de Representación	Mujer (protagónico) Tipografía Encuadre medio cuerpo
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	Textura funciones algebraicas 60% imagen y 40% tipografía posición izquierda peso equilibrado peso cargado un poco hacia la izquierda
Técnicas expresivas	Estaticidad: tanto en el fondo como la postura de la figura humana
Composición	Asimétrica estática pues no se observa algún indicio de movimiento
Cromaticidad	Verde, blanco, negro Se observa aplicación de luminosidad en la imagen
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición derecha Visualización secundaria Justificación centrada versalitas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Abstraccionismo: por jugar con elementos (funciones algebraicas) carentes de significado definido

1999

El Amor
a Primera Vista
Sí Existe.
Basta Pararse
Frente
a Un Escaparate.
Soy Totalmente Palacio
El Palacio de Hierro

1999: El amor a primera vista sí Existe. Basta pararse frente a un escaparate.

Modelos de Representación	Tipografía (protagónico) Mujer interactuando con objetos naturaleza Encuadre medio cuerpo
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Mixta (fotográfica – pictórica)
Dimensionalidad de la imagen	Textura flores con cielo 60% imagen y 40% tipografía posición izquierda dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Profusividad: pues se pretende evocar un acontecimiento con todos los elementos posibles
Composición	Asimétrica continua ya que los elementos se ubican de tal forma que ocupando todo el espacio, siendo la lectura visual es sucesiva
Cromaticidad	azul, blanco, rojo, ocres, negro
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición derecha Visualización en primer plano Justificación centrada versalitas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Barroco: pues existe saturación de elementos para reflejar el concepto buscado

1999

El Problema
No Es
Que Me Quede.
Bien o Mal,
Sino Que
Ya Me Lo Vieron.
Soy Totalmente Palacio
El Palacio de Hierro

1999: El problema no es que me quede bien o mal, sino que ya me lo vieron.

Modelos de Representación	Tipografía (protagónico) Mujer interactuando con objetos animal Encuadre medio cuerpo
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	60% imagen y 40% tipografía posición izquierda dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Distorsión: al ampliar algunos segmentos de la composición a través de las lupas
Composición	Asimétrica estática pues se observa un efecto de continuidad y tranquilidad
Cromaticidad	morado, negro, azul oscuro, amarillo
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición derecha Visualización en primer plano Justificación centrada versalitas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Realismo: pues muestra elementos extraídos de la realidad tal y como los conocemos

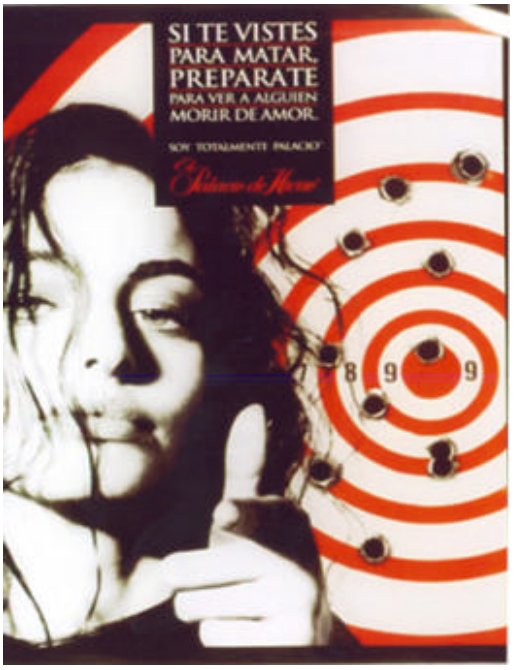
1999

CADA VEZ
HAY MENOS
PRÍNCIPES.
POR FORTUNA,
CADA VEZ
HAY MÁS PALACIOS.
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1999: Cada vez hay menos príncipes. Por fortuna, cada vez hay más Palacios.

Modelos de Representación	Tipografía (protagónico) Mujer interactuando con animal naturaleza Encuadre medio cuerpo
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	Textura cielo 60% imagen y 40% tipografía posición izquierda dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Difusividad: al ocultar las nubes alguna parte del cuerpo femenino, integrándola como parte del cielo
Composición	Asimétrica en espiral por la ubicación de los sapos alrededor de la modelo, determinando el orden de visualización
Cromaticidad	azul, blanco, negro, verde
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición derecha Visualización en primer plano Justificación centrada versalitas Color blanco sobre fondo negro
Ubicación de la marca Tendencia artística	Inferior centrada sobre fondo negro Surrealismo: pues entra en un plano de fantasía, de cuento

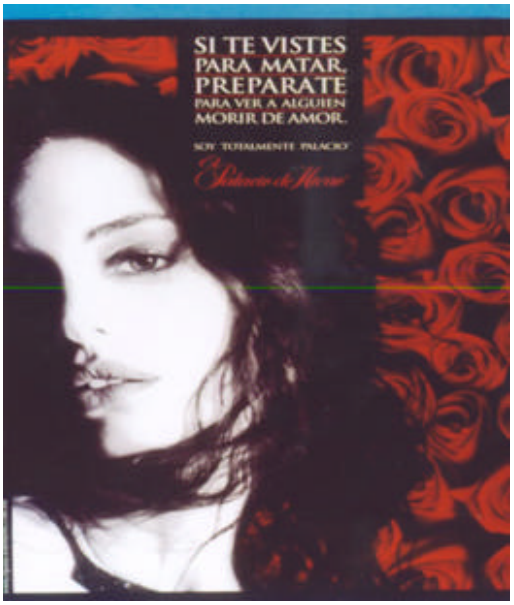
2000


SI TE VISTES
PARA MATAR,
PREPARATE
PARA VER A ALGUIEN
MORIR DE AMOR.
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

2000: Si te vistes para matar preparate para ver a alguien morir de amor.

Modelos de Representación	Mujer (protagónico) Naturaleza Tipografía Encuadre plano medio corto
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	Textura flores 90% imagen y 10% tipografía abarca todo el formato dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Difusividad: al ocultar una parte del resto, infiriendo un toque de misterio
Composición	Asimétrica estática pues no se percibe movimiento alguno
Cromaticidad	rojo, blanco, negro
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición superior centrada Visualización secundaria Justificación forzada Mayúsculas Color blanco y rojo sobre fondo negro Plecas en el interlineado
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Romanticismo: por la asociación con las flores y colores

2000


SI TE VISTES
PARA MATAR,
PREPARATE
PARA VER A ALGUIEN
MORIR DE AMOR.
SOY TOTALMENTE PALACIO

2000: Si te vistes para matar preparate para ver a alguien morir de amor. (otra)

Modelos de Representación	Tipografía (protagónico) objeto Mujer Encuadre plano medio corto
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	Textura círculos concéntricos 90% imagen y 10% tipografía abarca todo el formato dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Aleatoriedad: al mostrar rastros de disparos en forma arbitraria. Acentualidad: pues los círculos concéntricos dirigen la mirada al centro y después a la modelo
Composición	Simétrica en espiral ya que la ubicación de la tipografía y la posición de los círculos determinan el orden de visualización
Cromaticidad	rojo, blanco, negro la figura humana presenta gran cantidad de luminosidad
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición superior centrada Visualización secundaria Justificación forzada Mayúsculas Color blanco y rojo sobre fondo negro Plecas en el interlineado
Ubicación de la marca	Inferior centrada sobre fondo negro
Tendencia artística	Cientismo: que aunque no es marcado tan profusamente si existe un movimiento de formas

2002

SI LAS MUJERES
NO FUERAN
DE COMPRAS,
LOS HOMBRES
ANDARIAN
SIN CALCETINES.
SOY TOTALMENTE PALACIO®

2002: Si las mujeres no fueran de compras, los hombres andarían sin calcetines.

Modelos de Representación	Mujer en interacción con objeto (protagónico) Tipografía Encuadre plano medio corto
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	85% imagen y 15% tipografía abarca todo el formato dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Opacidad: al mostrar alto contraste y saturación en el fondo, haciéndolo poco perceptible. Difusividad: del cuerpo femenino integrándose al fondo. Acentualidad: pues al mostrar los labios en color rojo se dirige la vista de inmediato a ese punto
Composición	Asimétrica dinámica ya que al mostrar un contraste tan marcado en colores, proyecta una fuerza ascendente (la pinza al estar ubicada en esa dirección nos encamina hacia arriba)
Cromaticidad	Azul, rojo, ocres pálidos, blanco, negro Ambiente saturado
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición izquierda Visualización secundaria Justificación izquierda Mayúsculas Color blanco sobre fondo azul
Ubicación de la marca	Inferior sobre imagen fragmentada por los bordes
Tendencia artística	Expresionismo: por el tratamiento dramático de la imagen

2002

NI UN HADA
MADRINA
TE SACA DE TANTOS
PROBLEMAS
COMO UN
VESTIDO NEGRO.
SOY TOTALMENTE PALACIO®
PROXIMAMENTE EN PUEBLA
El Palacio de Hierro

2002: Ni un hada madrina te saca de tantos problemas como un vestido negro.

Modelos de Representación	Tipografía (protagónico) Mujer en interacción con objeto Encuadre medio cuerpo
Iconicidad de la imagen	Figuración realista
Técnica de representación	Fotográfica
Dimensionalidad de la imagen	85% imagen y 15% tipografía abarca todo el formato dirección frontal de la figura humana peso equilibrado
Técnicas expresivas	Opacidad: al mostrar alto contraste y saturación en el fondo, haciéndolo poco perceptible. Difusividad: del cuerpo femenino integrándose al fondo.
Composición	Asimétrica dinámica pues existe movimiento y fuerza, logrando un orden de lectura en zig zag
Cromaticidad	Azul, rojo, ocres pálidos, blanco, negro Ambiente saturado
Tipografía	Serif normal No interactúa con imagen Posición izquierda Visualización en primer plano Justificación izquierda Mayúsculas Color blanco sobre fondo azul
Ubicación de la marca	Inferior sobre imagen fragmentada por los bordes
Tendencia artística	Expresionismo: por el tratamiento dramático de la imagen

1997

Porque nadie
ha logrado
envasar
el olor
a nuevo.
soy totalmente Palaci
El Palacio de Hierro

ANALISIS PARADIGMÁTICO (Conceptual)

Es en el análisis conceptual donde se observa la justificación del tratamiento formal, es decir, puede haber una muy buena idea pero la ejecución desmeritar su funcionalidad; o en el peor de los casos tener todo un despliegue de recursos visuales pero sin un concepto definido, hueco. De ahí la importancia de realizar un proyecto considerando el primer lugar a su público meta, y si en esta búsqueda de la esencia se refleja originalidad e innovación pues mucho mejor.

1997: Porque nadie ha logrado envasar el olor a nuevo

Temática	Vanidad aludiendo a la actitud femenina por comprar compulsivamente
Representación	Metafórica: ya que de acuerdo a la frase la mujer refleja la necesidad del olor a nuevo para vivir (simulando al oxígeno), mostrando vitalidad, energía, satisfacción y salvación por tenerlo en sus manos
Comunicación del mensaje	Tanto imagen como tipografía (frase publicitaria) juegan un papel preponderante, pues una sin la otra no tendrían el impacto que se observa. De acuerdo al público que se dirigen (mujeres de nivel socioeconómico alto) es una imagen fuerte y dinámica, que refleja la personalidad de algunas mujeres. La opción de usar a la mujer en escala de grises es para acentuar sus rasgos, captar de inmediato la expresión facial/ corporal ayudado por el contraste con el fondo.

1998

HAY DOS COSAS
QUE UNA MUJER
NO PUEDE EVITAR:
LLORAR
Y COMPRAR
ZAPATOS.
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1998: Hay dos cosas que una mujer no puede evitar; llorar y comprar zapatos.

Temática	Genética aunque parezca demasiado ajeno a lo que se ve
Representación	Metafórica: por que la actitud y expresión de la mujer reflejan resignación de que estos “detalles” –llorar y comprar- son parte de su esencia, de su mapa genético y tiene que lidiar para toda la vida con ellos aunque no quiera. El agua ejemplifica las lágrimas y lo pesado que es para ella batallar con esa herencia
Comunicación del mensaje	El insertar la frase dejando vislumbrar una parte del fondo por la derecha, hace que ésta se integre más a la imagen y proyecte sofisticación, al usar únicamente mayúsculas dando énfasis con versalitas.

1998

A Las Mujeres
Siempre
Nos Sobran Kilos
y Nos Falta
Ropa.
Soy Totalmente Palacio
El Palacio de Hierro

1998: A las mujeres siempre nos sobran kilos y nos falta ropa.

Temática	La perfección: pues entra en juego el estereotipo de una figura femenina bien proporcionada y estéticamente agradable
Representación	Metafórica: ya que la textura de cintas métricas, puede ser el anhelo de la mujer por entrar el alguna clasificación de “cuerpos perfectos”, es por eso que la modelo se cubre con una de ellas demostrando que es capaz de conseguir lo que quiere; la expresión de su rostro es retador
Comunicación del mensaje	El acomodo de la frase publicitaria y su reducido interlineado, hace que la idea se capte más rápido y se asocie de inmediato con la imagen. Se proyecta energía y dinamismo para un concepto que implica movilidad y cambio , en busca de la perfección.

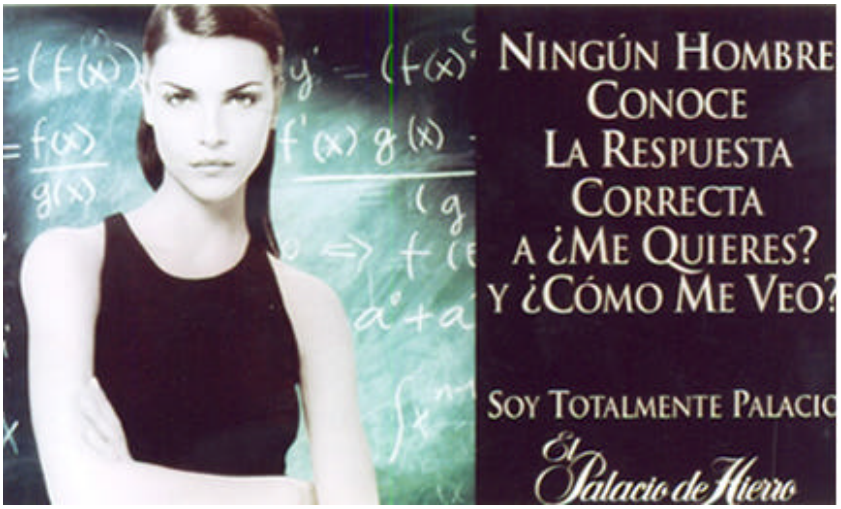
1998

UNA FRASE SEPARA
A LA NIÑA
DE LA MUJER:
"NO TENGO NADA
QUE PONERME".
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1998: Una frase separa a la niña de la mujer ; “No tengo nada que ponerme”.

Temática	Madurez pues refleja el antes y después, el pertenecer a otro segmento de la sociedad
Representación	Metafórica: ya que se expresa a la niñez a través de la ropa para recortar, y por supuesto a la mujer en la transición a una etapa interesante, atractiva en la que para poder estar inmersa debe “cortar” de tajo cualquier asociación con su forma de vestir anterior.
Comunicación del mensaje	En este concepto hace referencia a dos etapas que marcan la vida de una mujer: niñez y madurez, por lo tanto no sólo evoca la independencia de la mujer, su capacidad de decisión y de complacencia a sí misma sino también la inocencia, e ingenuidad que equilibran su personalidad. El insertar su slogan debajo de la frase publicitaria ancla el concepto de la marca.

1999


NINGÚN HOMBRE
CONOCE
LA RESPUESTA
CORRECTA
A ¿ME QUIERES?
Y ¿CÓMO ME VEO?
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1999: Ningún hombre conoce la respuesta correcta a ¿Me quieres? y ¿Cómo me veo?

Temática	Inteligencia al esperar respuestas eficientes y eficaces
Representación	Simbólica pues las funciones algebraicas sustituyen el concepto de sabiduría, rapidez, desarrollo para llegar a un resultado concreto, siendo esto lo que busca la mujer de hoy.
Comunicación del mensaje	El color verde tiene su justificación en que evoca creación, intelecto y el manejo de la luz haciendo zonas claras y obscuras. La mujer refleja una actitud de incredulidad, de espera y a la vez insatisfacción que asocia claramente a la frase. Se refleja una personalidad contrastante.

1999

El Amor
a Primera Vista
Sí Existe.
Basta Pararse
Frente
a Un Escaparate.
Soy Totalmente Palacio
El Palacio de Hierro

1999: El amor a primera vista sí Existe. Basta pararse frente a un escaparate.

Temática	Amor ya que toda la composición tiene elementos asociados a este sentimiento.
Representación	Anecdótica y simbólica pues se muestra una escena de ángeles cupidos lanzando sus flechas directo al corazón, la cual todos asocian con enamoramiento por que así se observa en el día de San Valentín por ejemplo; la modelo es flechada y emite corazones que simbolizan amor, entrega, pasión, dulzura, cariño y ternura.
Comunicación del mensaje	La profusividad en esta composición es necesaria para evidenciar lo que un sentimiento tan ancestral puede provocar, desde la locura hasta dolor, angustia, dificultad para respirar, que es lo que refleja la modelo. El rojo es el predominante por su asociación con el amor y aquí la modelo no usa vestido negro porque resaltaría demasiado, y la idea es que sea un mensaje sutil.

1999

El Problema
No Es
Que Me Quede.
Bien o Mal,
Sino Que
Ya Me Lo Vieron.
Soy Totalmente Palacio
El Palacio de Hierro

1999: El problema no es que me quede bien o mal, sino que ya me lo vieron.

Temática	Distinción pues las lupas proyectan un análisis minucioso sobre la apariencia.
Representación	Simbólica pues al emplear la víbora se connota la actitud muy común entre mujeres de observar con detenimiento lo que las demás visten o calzan, y el esfuerzo por cada una de verse siempre bien hasta el más mínimo detalle, dónde las lupas simbolizan las posibles miradas de mujeres (en su mayoría) hacia una sola.
Comunicación del mensaje	El morado es un color cálido y en esta saturación y luminosidad connota riqueza y poder, que es justo lo que la frase maneja en su concepto: la adquisición de un estatus, de un nivel superior y actitud diferente. La expresión de la mujer es de seguridad por lo que viste, del poder que puede tener una prenda / accesorio en la autoestima femenina.

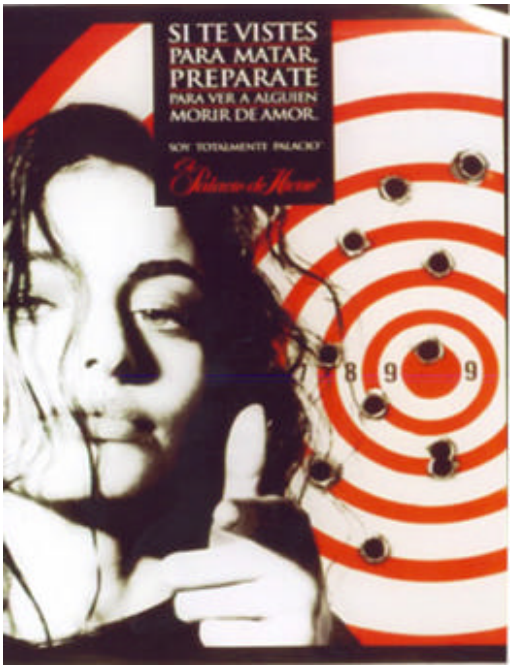
1999

CADA VEZ
HAY MENOS
PRÍNCIPES.
POR FORTUNA,
CADA VEZ
HAY MÁS PALACIOS.
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

1999: Cada vez hay menos príncipes . Por fortuna, cada vez hay más Palacios.

Temática	Fantasía al evocar una escena celestial en búsqueda de la realización de sus sueños.
Representación	Metafórica pues los sapos sustituyen al hombre ideal con el que ha soñado compartir su vida y quien le daría seguridad, protección, bienestar y riqueza simbolizado por las coronas.
Comunicación del mensaje	En la parte izquierda se reflejan sus sueños mostrando una actitud de superioridad, de princesa, con un nivel de exigencia y calidad muy alto; sin embargo al observar la realidad (expuesta del lado derecho) se consuela con quien podría sustituir al hombre de sus sueños (la marca).

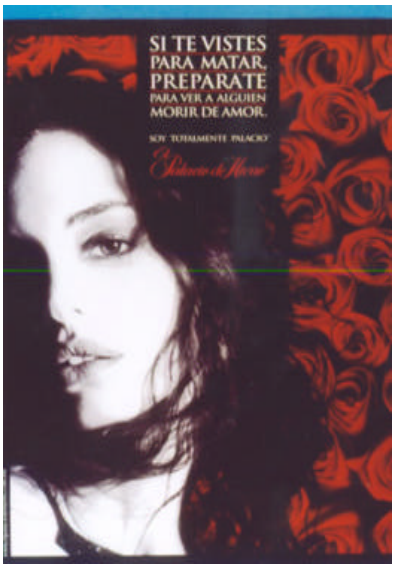
2000


SI TE VISTES
PARA MATAR,
PREPARATE
PARA VER A ALGUIEN
MORIR DE AMOR.
SOY TOTALMENTE PALACIO
El Palacio de Hierro

2000: Si te vistes para matar preparate para ver a alguien morir de amor.

Temática	Amor a diferencia del otro gráfico que también aborda el amor, aquí es menos profuso pero más romántico.
Representación	Simbólica pues las flores simbolizan la delicadez, fragilidad, atracción, sensibilidad, que la mujer puede proyectar en su apariencia capaz de llamar la atención de cualquiera.
Comunicación del mensaje	Al contar con un tratamiento de imagen diferente al resto, se connota dramatismo, misterio, pasión, que es otra forma de enamoramiento. Al ser el tamaño del formato mucho más pequeño que los ejemplos anteriores, lo que se jerarquiza es el rostro y no el texto publicitario, aunque la ubicación de éste es muy adecuada ya que hace que se lea inmediatamente después de la imagen. Al integrar el color rojo en la marca provoca un unto de atención y refleja el compromiso de ésta con su público.

2000


SI TE VISTES
PARA MATAR,
PREPARATE
PARA VER A ALGUIEN
MORIR DE AMOR.
SOY TOTALMENTE PALACIO

2002

SI LAS MUJERES
NO FUERAN
DE COMPRAS,
LOS HOMBRES
ANDARIAN
SIN CALCETINES.
SOY TOTALMENTE PALACIO

2000: Si te vistes para matar preparate para ver a alguien morir de amor. (otra)

Temática	Seguridad ya que se plantea el resultado de una actitud
Representación	Anecdótica pues muestra el tiro al blanco como una analogía de la precisión y la determinación que tiene la mujer, en la realización de su quehacer cotidiano.
Comunicación del mensaje	Debido a las tonalidades que se manejan y al contraste tan marcado en el rostro femenino, la frase publicitaria es la que se observa de inmediato, pasando a los círculos y después a la mujer, sin embargo ésta connota una actitud rebelde, despreocupada que contrasta demasiado con las modelos utilizadas en las propuestas anteriores; el rojo proyecta la fuerza y el punto de unión entre imagen y frase.

2002: Si las mujeres no fueran de compras, los hombres andarían sin calcetines.

Temática	Valor pues aquí el juego de la frase e imagen es muy bien trabajado indicando la realización de un "misión"
Representación	Anecdótica pues evidencia un gesto que se hace cuando algo huele mal (cubrirse la nariz), sin embargo la representación se torna dramática, y sólo la mujer llena de valor sería capaz de realizar la tan difícil misión que es ir de compras.
Comunicación del mensaje	A diferencia de los otros ejemplos, aquí la mujer está en colores ocres muy contrastados lo que le infiere mayor dramatismo, aunado a un ambiente oscuro y peligroso aplicables a una "misión" El fondo azul le confiere mayor legibilidad a la tipografía blanca que el fondo negro usado en ejemplos anteriores. El incorporar la marca magnificada en el borde inferior muestra una innovación por parte del emisor, muy adecuada a la expresión del gráfico.

2002

NI UN HADA
MADRINA
TE SACA DE TANTOS
PROBLEMAS
COMO UN
VESTIDO NEGRO.
SOY TOTALMENTE PALACIO®
PROXIMAMENTE EN PUEBLA
El Palacio de Hierro

2002: Ni un hada madrina te saca de tantos problemas como un vestido negro.

Temática	Versatilidad pues insinúa alternativas a un problema
Representación	Metafórica, al presentar un entorno oscuro y denso al fondo aplicable al posible problema, y en primer plano a la mujer rechazando la varita mágica (asociada con el cumplimiento de deseos).
Comunicación del mensaje	El gráfico expresa dramatismo por el uso del negro en su mayoría, aunada a los colores ocres de la modelo que emerge del fondo en una aparente revelación. La ubicación de la marca expuesta de forma poco convencional está en sintonía con el resto de la composición.

Podemos observar una unidad de estilo en todas las muestras gráficas y si bien es cierto que las últimas cuatro se apartan a las analizadas al principio, esto se le atribuye al crecimiento e innovación que la campaña experimenta en su evolución. En general hay una buena composición y articulación de todos los elementos gráficos: imagen, tipografía y color, donde la disposición de ellos se basa en un previo estudio de percepción visual, jerarquización, emitiendo constantes como el color negro por destacar alguno, ya que éste connota los aspectos de exclusividad, elegancia, sofisticación que en combinación con todos los colores utilizados proyectan mensajes diferentes.

Las técnicas expresivas y tendencias artísticas reflejadas en cada gráfico son el soporte de frases publicitarias originales y creativas enfocadas directamente a su público meta, emitiendo mensajes de persuasión que dentro de un contexto estético provocan una actitud de consumo, donde juegan un papel importante la función emotiva de lenguaje

pues todo se basa en atacar la parte sensible, emocional e intangible del receptor y en la satisfacción de necesidades como el sentido de pertenencia.

La importancia que tiene la mujer en el consumismo es vital, pues es ella quien realiza la mayor parte de las compras, sea para su propia satisfacción o la de su familia, de ahí que el tomarla como modelo y protagónica de campañas no es casualidad y si hablamos de una marca con proyección, calidad y exclusividad, algunas mujeres se tienen que ver reflejadas de la misma forma.

Por otro lado a las que nos hace alusión Daniel Chandler, podemos decir que El Palacio de Hierro dentro de su publicidad juega con ausencias ya que emite emociones y sentimientos creando así necesidades tanto de compra como de estatus, es decir, dentro de su publicidad no enumeran las bondades del producto, ni los productos que se encuentran dentro del almacén; simplemente buscan la identificación y reconocimiento de la clase social a la que va dirigido el mensaje, todo esto aterriza en lo mencionado con anterioridad al decir que la mujer es consumista por naturaleza y esto de igual manera Palacio no lo menciona sino que se encuentra implícito en las frases e imágenes que la campaña maneja.

La prueba de conmutación mencionado en la lectura de Chandler nos dice que si se cambian los elementos usados dentro de un anuncio publicitario contribuye a cambiar el significado del mismo y nos ponen el ejemplo de la diferencia de llegar en un automóvil Nissan que en Alfa Romeo, aplicando esto a la campaña de El Palacio de Hierro, vemos

que las modelos utilizadas en los anuncios son mujeres altas, de rasgos específicos por lo que no son el común denominador de la mujer mexicana; pero Palacio no quiere llegar a la mujer mexicana "común" sino a un que ocupe un estatus alto con el poder adquisitivo que se requiere para pagar los precios de los productos ofrecidos por la tienda. De igual manera se utilizan frases que pueden ser agresivas para algunas mujeres pero que juegan con conceptos que brindan identificación con las mujeres de una clase social alta ya que éstas saben que es un juego de palabras y una implicación textual, por lo tanto la publicidad de Palacio entra en un contexto cultural adecuado a la mujer a quien va dirigida esta campaña.

Respecto a la oposición binaria, dentro de las prácticas culturales se hacen distinciones de todo tipo, en este caso El Palacio de Hierro segmentó el mercado al cual quería llegar lográndolo con base en su campaña donde se hace uso de la elegancia, la calidad y la exclusividad tanto en su tipografía, como en su logotipo haciendo buen uso de la persuasión; en cambio Suburbia utiliza una imagen más casual, mas popular, por ejemplo el color fucsia que utiliza es más colorido que el negro de El Palacio de Hierro, con esto se refleja que el último va dirigido a un público mas serio y formal mientras que Suburbia se dirige a clase media, media-alta. Dentro de Palacio podemos encontrar un binarismo, ya que tienden a dividir todo en categorías incluso dentro de su publicidad.