

Estudio Semiótico de un Anuncio Publicitario de *Adidas*

Araceli Noelia Polisena. Universidad Nacional del Nordeste. UNNE. Argentina
senseimegg@gmail.com

Resumen

El trabajo se centra en el estudio de un comercial de Adidas como sistema semiológico y como discurso publicitario. En primer lugar, se pretende describir y caracterizar las figuras retóricas que constituyen el mensaje comercial. Y en segundo lugar, se pretende observar las condiciones de posibilidad del discurso hegemónico inscripto en el comercial y el diálogo con otros discursos de la cultura.

Para ello, se elaboró un corpus formado por dos secuencias del comercial. El mismo fue emitido durante el año 2016 en la plataforma virtual Youtube, como campaña de relanzamiento de calzados Adidas Originals EQT Support 93/17. El comercial posee una duración de 1:30 minutos y se encuentra disponible en el canal de Youtube "adidas

Originals": <https://www.youtube.com/watch?v=vmApOLvyISE>

Se utiliza el software Moviemaker para el procedimiento de corte de escenas.

Abstract

The work focuses on the study of an Adidas commercial as a semiological system and as an advertising discourse. In the first place, it is intended to describe and characterize the rhetorical figures that constitute the commercial message. And secondly, it is intended to observe the conditions of possibility of the hegemonic discourse inscribed in the commercial and the dialogue with other discourses of culture.

For this, a corpus formed by two sequences of the commercial was elaborated. The same was issued during 2016 on the YouTube platform, as a campaign to relaunch Adidas Originals EQT Support 93/17. The commercial has a duration of 1:30 minutes and is available on the YouTube channel "adidas

Originals": <https://www.youtube.com/watch?v=vmApOLvyISE>

The Moviemaker software is used for the scene cut procedure.