

## **Análisis de la imagen**

**Imagen:** Anuncio publicitario automóvil *Toyota Fortuner*

Tiene peso visual principal la figura del vehículo en la mitad izquierda-central, representado en gran escala sobre un terreno rocoso frente al mar. El espectador observa la escena desde un punto de vista bajo que magnifica el coche y lo convierte en símbolo de poder que sube. El anuncio separa figura y fondo mediante escala, brillo, perspectiva y contraste tonal. Todas las variables cooperan para transmitir liderazgo, robustez, prestigio y dominio del entorno natural. La imagen transforma un coche en héroe visual combinando 3 figuras dominantes: vehículo + fondo paisaje + bloque texto.

“Figura clara sube, sobre fondo azul distante”

### **1. ORGANIZACIÓN DE LÍNEAS DOMINANTES**

#### **Líneas reales**

**A. Diagonal ascendente:** figura del vehículo y terreno.

Las figuras ascienden desde izquierda inferior hacia derecha media.

**B. Diagonales del vehículo:** Capó, parabrisas y carrocería avanzan hacia la derecha.

**C. Horizontal:** horizonte marino, y texto. Relevante el texto horizontal en toda la parte inferior que da estabilidad.

#### **Líneas imaginarias**

**A. Vector natural de lectura.** La mirada recorre la zona superior izquierda hasta la derecha, sale de la marca, va al coche, al gran titular superior derecho y finalmente a la marca inferior derecha.

**B. Dirección de avance:** El coche “mira” hacia la derecha, asciende, sugiriendo progreso y conquista.

**Síntesis subjetiva.** Las líneas transmiten fuerza, ascenso y control. Todo impulsa al vehículo como vencedor del terreno.

### **2. ORGANIZACIÓN DE ILUMINACIÓN CLARO/OSCURO**

**A. Clave tonal media-alta:** cielo luminoso, brillos metálicos, rocas claras.

**B. Contraste tonal:**

- Figura clara: texto, brillos del coche
- Fondo oscuro, zonas oscuras del coche

**C. Fuente de luz:** Luz lateral-superior.

**D. Modelado:** Resalta volúmenes del coche y textura rocosa.

**Interpretación:** La luz idealiza el vehículo, destaca superficies metálicas.

### **3. ORGANIZACIÓN DEL COLOR**

#### **A. Colores dominantes**

- azules del cielo y mar,
- ocres y beige de rocas,

**B. Armonía cromática:** Contraste equilibrado entre fríos (mar/cielo) y cálidos (rocas).

**D. Saturación:** Media-alta en cielo y mar; media en resto.

**Interpretación.** La paleta comunica aventura, solidez y prestigio. El azul añade distancia...

#### **4. ORGANIZACIÓN DEL TAMAÑO DEL PLANO**

**A. Tipo de plano Conjunto.** Se ve coche completo con paisaje contextual.

**Efecto emocional:** contemplar vehículo entero, en su contexto.

#### **5. ORGANIZACIÓN DE LA ALTURA DEL PUNTO DE VISTA**

**A. Punto de vista** Bajo, contrapicado moderado.

**Interpretación:** monumentalidad, poder, autoridad visual, superioridad mecánica.

#### **6. ORGANIZACIÓN DE LOS ELEMENTOS EN EL ESPACIO BIDIMENSIONAL**

##### **A. Formato horizontal**

Favorece: paisaje amplio, lectura narrativa horizontal.

##### **B. Regla de tercios**

**Intersección inferior izquierda:** zona frontal del coche / rueda.

**Intersección central izquierda:** masa principal del vehículo.

**Intersección superior derecha:** gran titular textual.

**Intersección inferior derecha:** logo/modelo Fortuner.

Muy eficaz ocupación de puntos fuertes.

##### **C. Centros de interés / Pesos visuales**

- principal: vehículo,
- segundo: titular grande, yarca/modelo inferior derecha.

##### **D. Equilibrio** asimétrico:

- gran masa visual coche izquierda,
- gran masa textual derecha.

##### **E. Tridimensionalidad** Alta:

- rocas primer plano,
- coche plano medio,
- mar y horizonte al fondo.

**F. Ritmo visual** Alternancia entre masas rocosas, curvas del coche y bloques tipográficos.

#### **Interpretación**

La lectura es rápida y poderosa: coche → liderazgo → marca.

#### **LAS PALABRAS COMO ELEMENTOS GRÁFICOS**

**Titular superior derecho** “THE UNDISPUTED LEADER...”

- Tamaño GRANDE. Blanco sobre azul = alta legibilidad de figura sobre fondo.

**Marca/modelo inferior derecha** “FORTUNER”

- Tipografía robusta, inclinada, deportiva, refuerza el final del mensaje, lo que debemos recordar.