El comercial seleccionado es de la marca de desodorantes AXE y fue emitido en el transcurso de los años 2008 a 2010 en la televisión, en este, se publicita el desodorante AXE Dark Temptation y todo el contenido es comunicación no verbal, ya que utiliza elementos kinésicos y proxémicos únicamente.

El joven se convierte en un hombre de chocolate, luego de aplicarse el desodorante y cuando sale a la calle lo huelen, lo miran con deseo, le quitan partes de su cuerpo, como el brazo, le muerden las orejas en el cine y la nalga en el transporte público, se lo comen y le hacen insinuaciones sexuales.

En este caso la proxémica juega un papel importante en el transcurso de las escenas, ya que en la mayoría de ellas se observa que las mujeres se encuentran dentro de la distancia íntima del hombre de chocolate, ya que bailan cerca, lo abrazan, lo lamen y lo muerden; todo lo anterior se encuentra acompañado con un componente kinésico de miradas, gestos y posturas lascivas.

En el comercial la mayor parte de las escenas se realizan con una cámara en movimiento, pero dejando en un primer plano central al hombre de chocolate, con ello resaltando el mensaje que al aplicarse el desodorante la persona se convierte en el centro de atención y las miradas femeninas, porque por lo general las mujeres ingresan al campo visual desde los extremos al centro de la cámara.

En mi opinión personal el comercial es bastante gracioso, debido a que intenta vender la idea de que al aplicarse un desodorante va ser el objeto de la atención y las miradas femeninas, obviamente eso no es cierto, pero eso no evitó que la marca siguiera promocionando esa idea y que tiempo después un hombre tomara los mensajes tan literales y desdiera demandarla, argumentando que las mujeres no se le lanzaban a sus brazos después de usar el desodorante.