

ANÀLISI DE LA SIGNIFICACIÓ DE LA IMATGE

Margalida Llull Oliver

ETERNITY



Calvin Klein
fragrances for men and women



DOLCE & GABBANA
Parfums

EUROITALIA, SBE, MONZA, MI, ITALY

ETERNITY

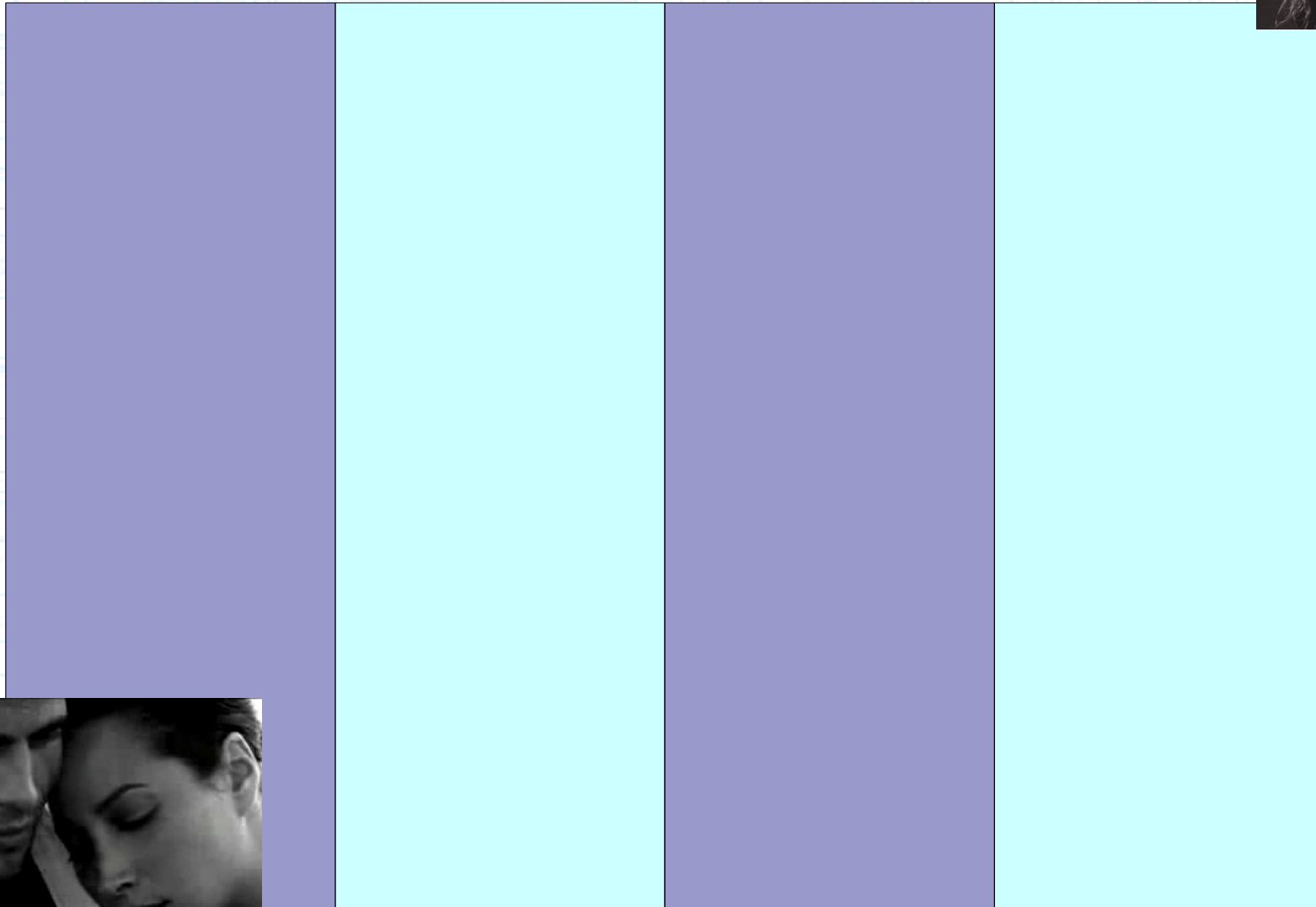
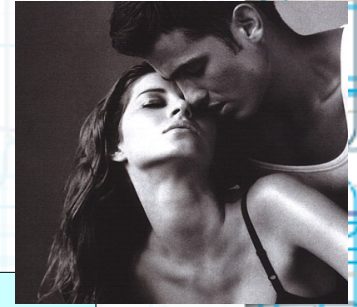
D&G

caract.

valors

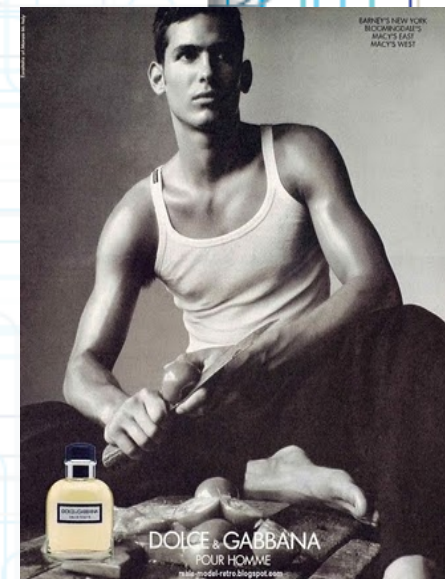
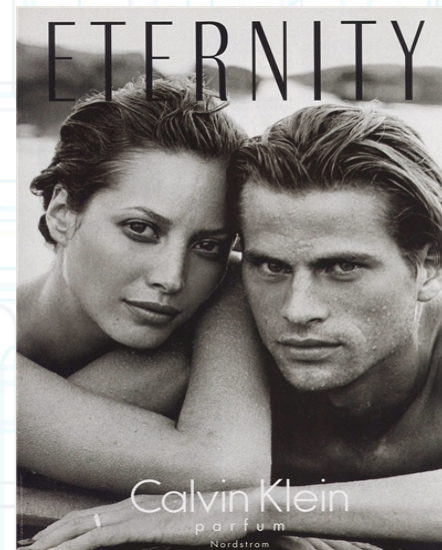
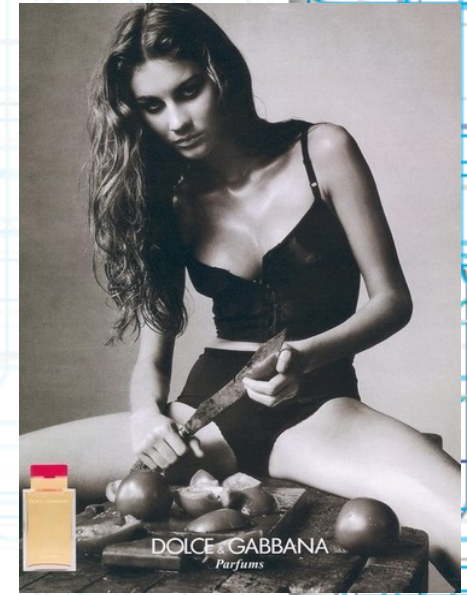
caract.

valors



Eternity vs Dolce & Gabbana

- Trobes en els dos anuncis alguna característica o qualitat del perfum, com l'olor o la seva composició?
- Quines característiques diferents veus entre les dues parelles? colors, postures, expressions, textures, símbols, faccions...
- Quin valor afegeixes a cada una de les característiques?
- Creus que els publicistes volen transferir aquests valors a cada perfum?
- Quins mecanismes mouen dins la gent perquè aquesta acabi comprant aquest producte?
- Partint que aquests somnis i ideals han estat modelats intencionadament, creus que l'únic que posen en venda és un producte?
- Com trasllades això a la teva vida? Enumera els condicionants en tu que pots observar des d'aquest coneixement (marques, conductes, aspiracions, model de vida...)

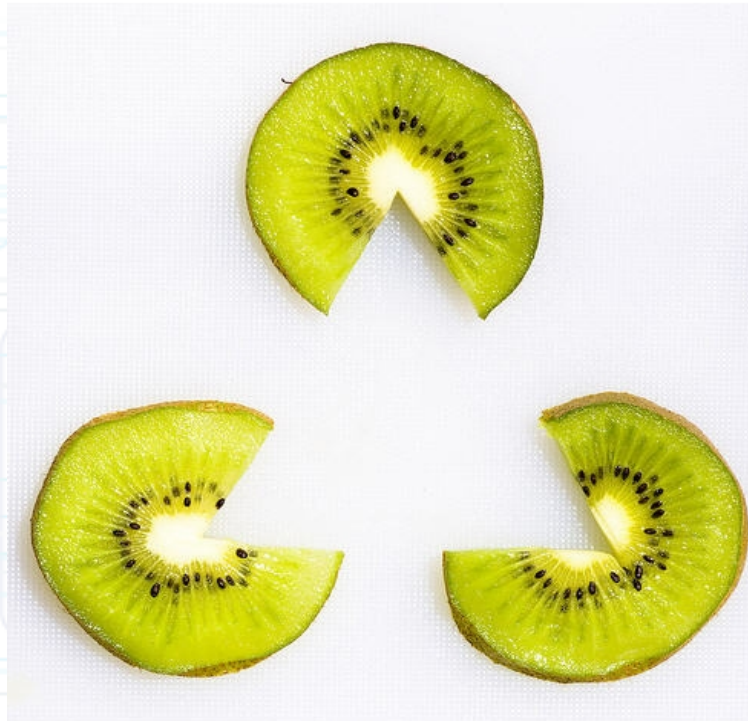


Efecte triangulació

JO



PRODUCTE



JO IDEAL



- **IMPACTE VISUAL MÚLTIPLE =**

Sugerir **MODELS DE VIDA**

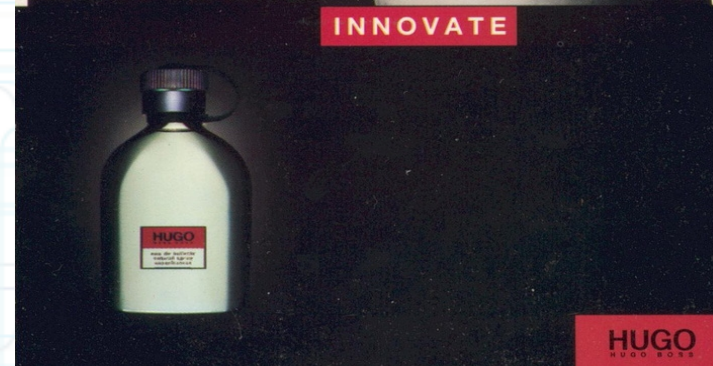
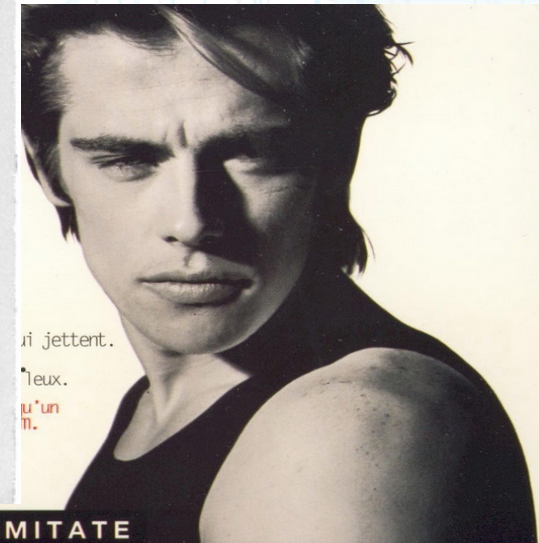
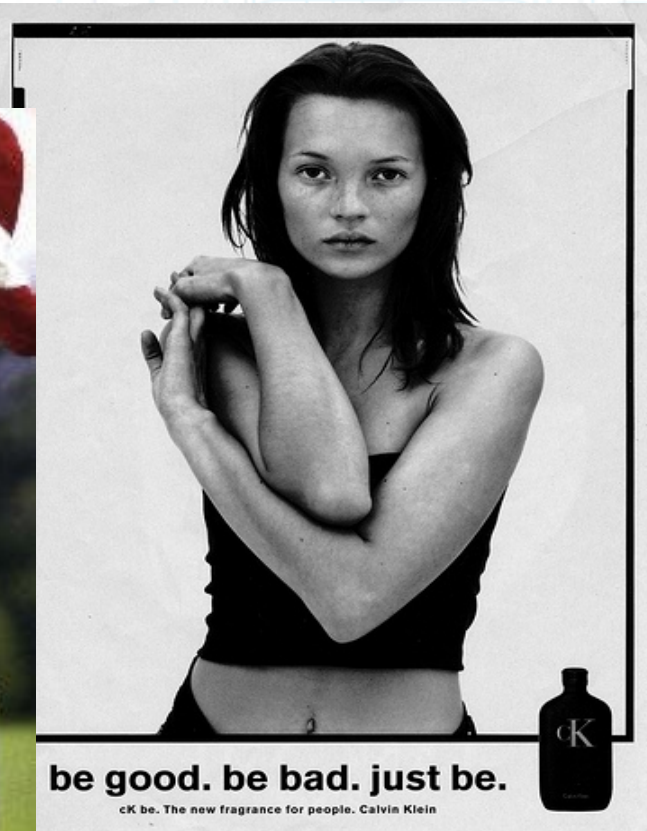
- **SUBSTITUCIÓ** de pensaments, valors, aspiracions propis.
- **ACCEPTAR =** Presó social i emocional

VS

QÜESTIONAR =
Educar la Percepció
(alarmes actives)



Anuncis contradictoris...



Proclamar la llibertat quan
es pretén imposar una moda