

DOMANDE

1. Cosa colpisce la tua attenzione? Quale è il messaggio che comunica l'immagine?
2. Com'è costruita l'immagine? (Analizza le tecniche usate per attirare la tua attenzione: composizione, colori, piani, campi, angolazioni, luce ecc. e spiega come contribuiscono alla costruzione del senso).
3. Chi ha creato l'immagine e con quale intenzione (informare, convincere, divertire)?
4. A chi è diretto il messaggio?
5. Cosa non è stato incluso nel messaggio?

Publicità Cheerios

1. Colpisce la mia attenzione il latte che sgocciola dal "pallone-cheerio", che fa pensare alla colazione e allo stesso tempo al calcio. Il messaggio di questa pubblicità è che mangiare una "sana" colazione di Cheerios con il latte aiuta i bambini a crescere sani, forti e atletici.

2. In questa immagine vediamo un bambino in azione atletica calciando un "pallone" con accanto a lui uno slogan pubblicitario per il prodotto il cui nome figura nella striscia in fondo all'immagine. La costruzione dell'immagine segue la regola dei terzi solo in parte perché il bambino è posto al centro mentre gli altri elementi che compongono l'immagine (il pallone, per metà cheerio, lo slogan, e il disegno cartone raffigurante un'ape) sono posizionati sulle punte di intersezione o lungo le linee verticali. Questo perché la raffigurazione del bambino in azione calcistica, che rappresenta il presunto effetto del prodotto, deve subito catturare l'attenzione dei bambini. Si vende l'idea più che il prodotto. Il prodotto figura nell'immagine in forma di metà pallone di dimensioni sproporzionate rispetto al bambino. Il pallone calciato dal bambino è in realtà un cheerio inzuppato nel latte e vediamo le gocce del latte che svolazzano dopo che viene calciato dal bambino. La posizione del bambino in mezz'aria mentre salta e le gocce danno un senso di movimento all'immagine e quindi di dinamicità – una dinamicità e una energia che sono rafforzati dal colore arancione sullo sfondo. Il bambino non sta giocando in un campo, ma è solo un'immagine su uno sfondo piatto arancione che sfuma un po' verso il giallo verso il centro dove c'è il bambino. L'arancione e il rosso del completo del bambino sono colori caldi che associamo all'idea di energia, in questo caso l'energia del bambino presumibilmente data dal consumo dei cheerios. Questo messaggio è sintetizzato nello slogan sul lato sinistro "Kids Grow with Cheerios". L'idea della crescita è resa anche con le dimensioni dei caratteri che sono più grandi nella parola "Grow".

3. L'immagine è stata creata da un'agenzia pubblicitaria per conto della Nestle. L'intenzione dell'immagine è quella di convincere i consumatori a comprare il prodotto.

4. E' chiaro che questa immagine vuole catturare l'attenzione dei bambini, in particolare i maschi, attraverso l'uso di un'immagine di bambino, con un senso di dinamicità e anche con l'ape cartone che sembra un mago che con la sua bacchetta magica, costituita da un bastoncino spargimiele, fornisce al bambino l'energia necessaria per diventare un gran calciatore. Lo slogan invece è più diretto alle mamme come anche la striscia verde in fondo con il nome del prodotto e quello del produttore. Il colore verde richiama la natura, come anche il simbolo che raffigura il grano.

5. Nell'immagine non è incluso il prodotto stesso, se non in forma di pallone e a metà. Mancano anche informazioni sugli ingredienti e i valori nutrizionali. Non ci spiega come e perché questo prodotto aiuta a crescere. E non ci sono informazioni sul prezzo.