

**IL RAPPORTO
PAROLA/IMMAGINE
NEL LINGUAGGIO PUBBLICITARIO**






Ctrl+C.

GARPE CONTEMPORANEA CONTROL+C FESTIVAL

(11)
 GIO
L'ESPRESSO





DICEMBRE 2008

12 NATHAN F A K E <small>SWOON / DREY / S T H I N / CYCOTE M / JOE LALLI / REVERSKI / VEN / & COLLINI /</small>	13 PLAID PREFUSE 73 <small>D L E S T R O / IMMIGRAN / T A D W T / VOLCOU / SASSOGNA / SAB / CTRL+BIT /</small>	14 SYLVAIN CHAUVEAU <small>M. WILDENESS / R I S S E R G I N A / CTRL+BIT /</small>
		DOM

Tutti le iniziative sono ad ingresso libero, salvo eccezioni. Per maggiori informazioni, orari e programma completo
WWW.CONTROLCFESTIVAL.COM / MYSPACE.COM/CONTROLCFESTIVAL

PARTNER  FRIEND  WITH  **Punk** For All

www.ctrl+c.it

INIZIAMO CON UN
PO' DI GINNASTICA

QUAL È LA
DIFFERENZA
TRA QUESTE
DUE IMMAGINI?

**INIZIAMO CON UN
PO' DI GINNASTICA**

**QUAL È LA
DIFFERENZA
TRA QUESTE
DUE IMMAGINI?**



QUALCHE OSSERVAZIONE

- NEL LINGUAGGIO PUBBLICITARIO OGNI ELEMENTO È PARTE DI UN PROGETTO.
- SI RISCONTRA UN'ARCHITETTURA STUDIATA PER COMUNICARE UN MESSAGGIO.
- OGNI PAROLA, OGNI CARATTERE, OGNI VIRGOLA SONO MATTONI DI UN'ARCHITETTURA CHE HA UN OBIETTIVO PRECISO:
COMUNICARE UN MESSAGGIO ARTICOLATO.

ELEMENTO 1

LE PECULIARITÀ DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO RISPETTO AD
ALTRE FORME DI COMUNICAZIONE.



MENTRE NEL GRAPHIC DESIGN TESTO E IMMAGINE POSSONO AVERE UNA SEMPLICE RELAZIONE DI TIPO ESTETICO,
IN PUBBLICITÀ HANNO UN RAPPORTO CONCETTUALE:

**IN QUESTO RAPPORTO/CONNESSIONE PARTICOLARE
TRA IMMAGINE E TESTO
SI DISTINGUE LA PECULIARTITÀ
DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO.**

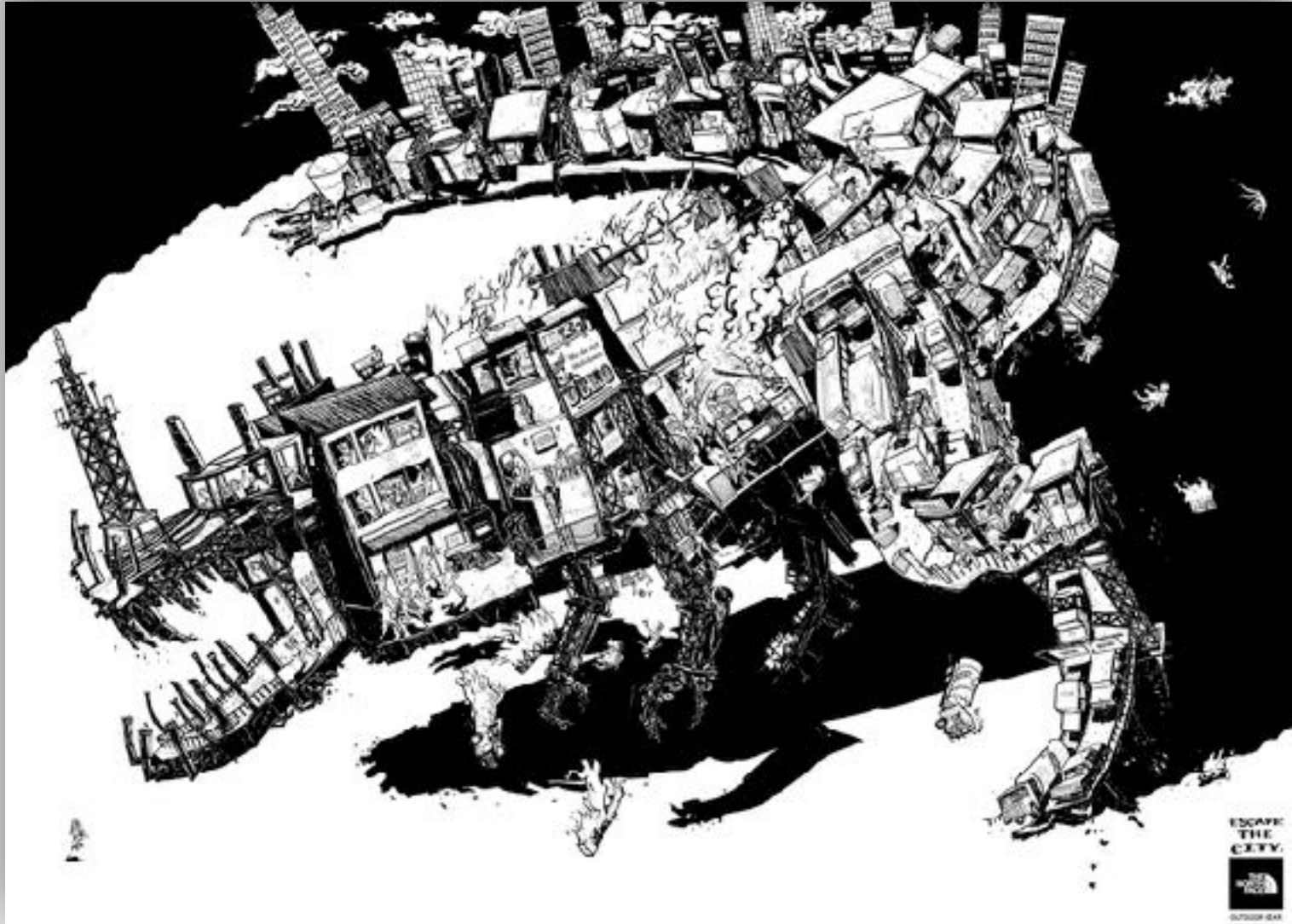
ESERCIZIO 1:

I POSTER CHE VEDIAMO VEICOLANO MESSAGGI ARTICOLATI (SONO PROPRIAMENTE ADV) O SONO LOCANDINE DI GRAPHIC DESIGN?



ESERCIZIO 1:

I POSTER CHE VEDIAMO VEICOLANO MESSAGGI ARTICOLATI (SONO PROPRIAMENTE ADV) O SONO LOCANDINE DI GRAPHIC DESIGN?



ELEMENTO AREA 2

LE RELAZIONI CHE INTERCORRONO TRA IMMAGINE E TESTO IN PUBBLICITÀ



POSSIAMO DIRE CHE I 4 PRINCIPALI TIPI DI RELAZIONE SONO:

- **CONVERGENZA:** LA PAROLA EVOCA E L'IMMAGINE ESEMPLIFICA
- **ANCORAGGIO:** L'IMMAGINE EVOCA E LA PAROLA CHIARISCE.
- **PARZIALE DIVERGENZA:** SI ALTERNANO DIVERGENZE E PUNTI DI CONTATTO.
- **OPPOSIZIONE:** LA PAROLA APPARENTEMENTE CONTRADDICE TOTALMENTE L'IMMAGINE.

CONVERGENZA:

LA PAROLA EVOCA E L'IMMAGINE ESEMPLIFICA.



IL TITOLO RECITA:

MAGARI ALTRE AZIENDE CI COPIASSERO CERTE IDEE.

L'IMMAGINE ESEMPLIFICA A QUALE IDEA IN PARTICOLARE SI STANNO RIFERENDO.

ANCORAGGIO:

L'IMMAGINE EVOCA E LA PAROLA LA ANCORA AL BRAND.



UN ANNUNCIO CELEBRE IN CUI L'IMMAGINE HA UNA PREPONDERANZA SCHIACCIANTE:
VEDIAMO UNA PATATINA CON IL KETCHUP CHE CI RICORDA UN FIAMMIFERO.
IL TESTO CHIARISCHE: PATATINE INCENDIARIE. OVVIAMENTE SI INTENDE PICCANTI.

PARZIALE DIVERGENZA:

SI ALTERNANO DIVERGENZE E PUNTI DI CONTATTO.



MANGIA PIÙ SANO. EPPURE VEDIAMO IL SIMBOLO DEL MAC DONALD'S.
MA IL SIMBOLO DEL MAC DONALD'S CI RICORDA ANCHE UNA BANANA.

PARZIALE DIVERGENZA:

SI ALTERNANO DIVERGENZE E PUNTI DI CONTATTO.



UN'ALTALENA NON È UNA PLAY STATION E UN BARBECUE NON È UN HOTSPOT, PERÒ A PENSARCI BENE UN'ALTALENA IN FONDO È UN PLAY-STATION E UN BARBECUE È UN "HOT-SPOT"

OPPOSIZIONE:

LA PAROLA APPARENTEMENTE CONTRADDICE L'IMMAGINE.



Lemon.

The Volkswagen Beetle is the most popular car in the world. It is a simple, reliable, and economical car that has been loved by millions of people for over 40 years. The Beetle is a true classic that has stood the test of time. It is a car that is easy to drive and maintain, and it is a car that is always ready to go. The Beetle is a car that is truly a gem.

Every Beetle is built to last. It is a car that is built with quality materials and craftsmanship. The Beetle is a car that is built to last, and it is a car that is built to last. The Beetle is a car that is built to last, and it is a car that is built to last. The Beetle is a car that is built to last, and it is a car that is built to last.

The Volkswagen Beetle is a car that is built to last. It is a car that is built with quality materials and craftsmanship. The Beetle is a car that is built to last, and it is a car that is built to last. The Beetle is a car that is built to last, and it is a car that is built to last. The Beetle is a car that is built to last, and it is a car that is built to last.



LEMON, NELLO SLANG DEGLI ANNI '60
SIGNIFICAVA (E FORSE SIGNIFICA ANCORA)
CATORCIO. EPPURE VEDIAMO UN'AUTO
NUOVA FIAMMANTE.

L'ANNUNCIO CI SPIEGA POI CHE BASTA
UNA PICCOLA IMPERFEZIONE INVISIBILE AI
PIÙ PERCHÉ I SEVERI TECNICI ALLA QUALITÀ
INTERNI A VOLKSWAGEN BOCCINO L'AUTO.

OPPOSIZIONE:

LA PAROLA APPARENTEMENTE CONTRADDICE L'IMMAGINE.



VI RICORDA QUALCOSA? MAGRITTE VI DICE NIENTE?

COME SI NOTA, NELLA BUONA COMUNICAZIONE LA RELAZIONE NON È MAI DIDASCALICA.

CHE IL RAPPORTO SIA DI ANCORAGGIO, CONVERGENZA, DIVERGENZA O OPPOSIZIONE,
LE PAROLE NON RIPETANO CIÒ CHE GIÀ DICONO LE IMMAGINI.

QUESTO PORTEREBBE INEVITABILMENTE A UNA BANALIZZAZIONE E A UNA SCARSA CAPACITÀ
COMUNICATIVA DELL'ANNUNCIO.

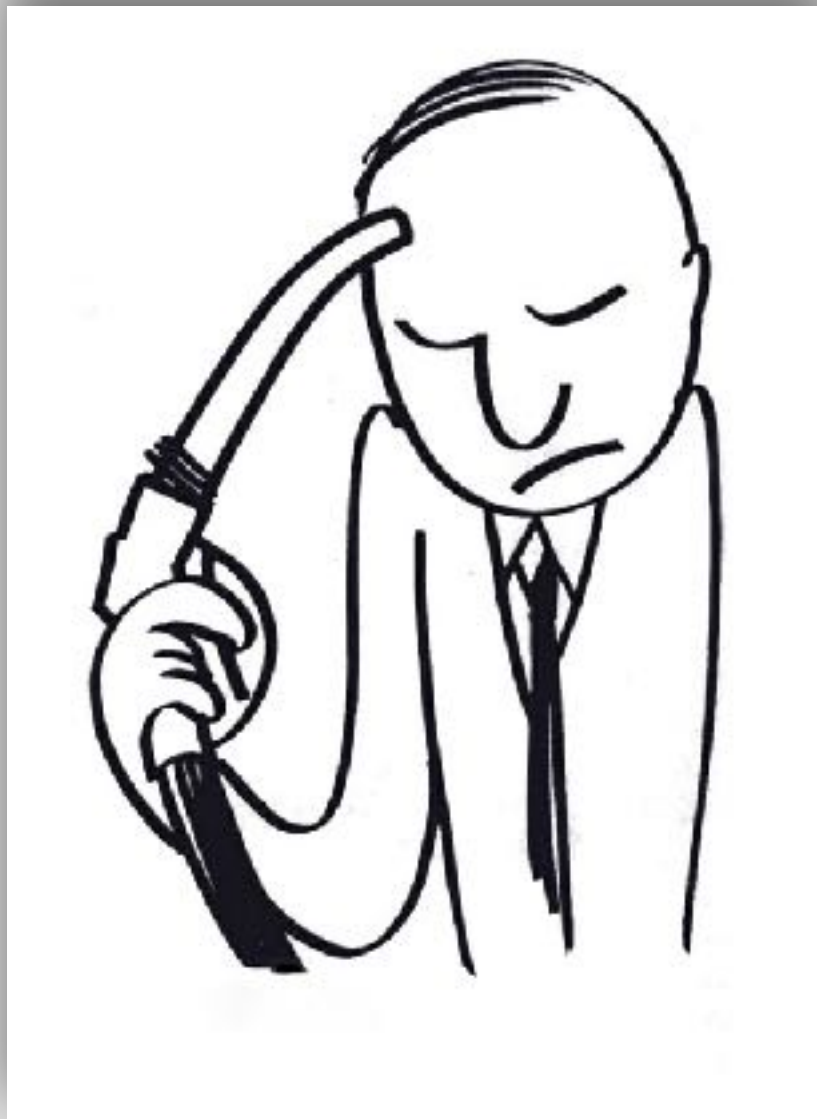
ESERCIZIO 2:

AGGIUNGIAMO UN TITOLO E UN MARCHIO A QUESTE IMMAGINI, CERCANDO DI CREARE RELAZIONI TRA ELEMENTI SIMILI A QUELLE INDICATE.



ESERCIZIO 2:

AGGIUNGIAMO UN TITOLO E UN MARCHIO A QUESTE IMMAGINI, CERCANDO DI CREARE RELAZIONI TRA ELEMENTI SIMILI A QUELLE INDICATE.



ESERCIZIO 2:

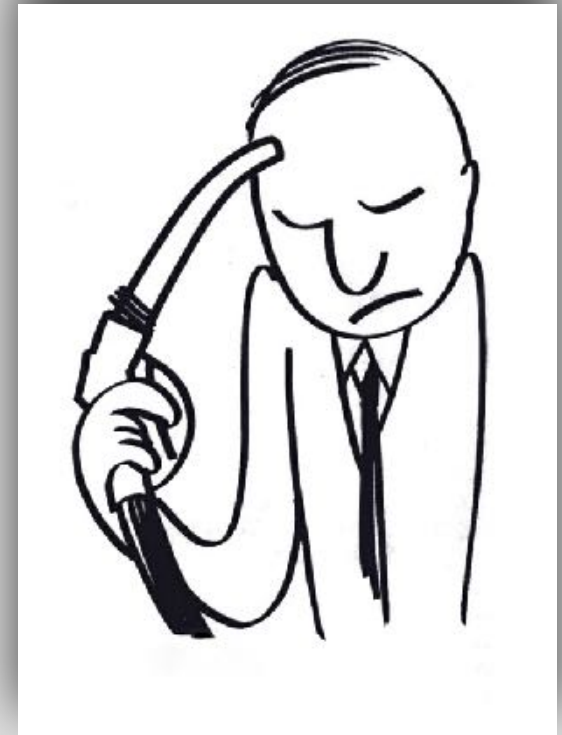
AGGIUNGIAMO UN TITOLO E UN MARCHIO A QUESTE IMMAGINI, CERCANDO DI CREARE RELAZIONI TRA ELEMENTI SIMILI A QUELLE INDICATE.



ESERCIZIO 2:

AGGIUNGIAMO UN TITOLO E UN MARCHIO A QUESTE IMMAGINI, CERCANDO DI CREARE RELAZIONI TRA ELEMENTI SIMILI A QUELLE INDICATE.





**GRAZIE
E ARRIVEDERCI**

