

## **Proyecto 'Cultura emocional e identidad'**

### **Subproyecto 2: Narrativas mediáticas**

#### **Proyecto: Fashion and Emotions**

*Investigadores:* Alejandro N. García, Diana Crane, Lucia Ruggerone, Efrat Tsëelon, Laura Bovone.

*Descripción:* Este proyecto, en el que participan investigadores de Milán, Leeds y Navarra, examina el modo en que los anuncios de moda (concretamente de ropa femenina) tratan de apelar emocionalmente a los potenciales consumidores. El diseño de la investigación empírica está encaminado al logro de dos objetivos:

- a) comprobar la relación existente entre las emociones suscitadas por los anuncios y la actitud de compra/uso de los productos anunciados;
- b) analizar el impacto de los anuncios de moda en la actitud hacia una marca, así como la influencia de la imagen de marca en la actitud hacia los anuncios de moda. Para la recogida e interpretación de los datos, se utilizan tanto metodologías cuantitativas (encuestas) como cualitativas (entrevistas en profundidad y focus groups), distribuidas en distintas fases de aplicación. El análisis estadístico se realizará con el paquete informático SPSS. Por su parte, los resultados del análisis cualitativo se cruzará con los resultados estadísticos para alcanzar conclusiones en relación con los objetivos del proyecto.