

## Publicità

There is no photography allowed at the Museum of Brands

### Foglio di lavoro - Museum of Brands

Questo foglio di lavoro è pensato per essere utilizzato durante la visita al Museum of Brands. Poiché le domande riguardano diverse sezioni del Museo, potrebbe essere necessario fare il giro più di una volta.

1. Nelle prime sezioni del tunnel temporale (epoca vittoriana, epoca edoardiana, anni 10) fai attenzione all'aspetto e alla moda delle donne nelle pubblicità. In che modo la raffigurazione della donna in queste immagini si connette con il mercato di riferimento?

2. La psicologia della pubblicità è comparsa per la prima volta nei manifesti di reclutamento della Prima guerra mondiale. Trova un esempio simile nella sezione del Museo dedicata agli anni 10 e spiega come funziona.

3. Guarda gli oggetti esposti nella sezione dedicata agli anni 40. Durante la Seconda guerra mondiale, la Gran Bretagna cercava di affermare la sua identità. Cosa lo rende evidente nella pubblicità del periodo? Utilizza almeno un esempio per motivare la tua risposta.

4. Nella sezione dedicata agli anni 50, scegli due pubblicità molto distanti tra di loro in cui siano presenti donne che vendono prodotti in contesti diversi. Analizza queste pubblicità nella tabella sotto, facendo attenzione agli elementi visuali, al linguaggio utilizzato e ai personaggi.

Prodotto pubblicizzato	Metodi utilizzati dalla donna rappresentata per vendere il prodotto

5. Sia alla British Empire Exhibition che al Festival of Britain è stata dedicata un'intera bacheca. In ciascuna di esse, trova una pubblicità o un prodotto che pensi rifletta l'identità nazionale britannica e spiega come ci riesce.

Evento	Oggetto	Elementi dell'identità nazionale britannica
British Empire Exhibition 1924/5		
Festival of Britain 1951		

6. In diverse sezioni compaiono prodotti che commemorano eventi reali, alcuni dei quali sono elencati qui sotto. Per ciascun gruppo di oggetti, rifletti riguardo al mercato di riferimento e alle ragioni che li rendono interessanti. Quali sono i cambiamenti più significativi avvenuti nel corso del tempo?

a) 1935: giubileo d'argento di Re Giorgio V

b) 1981: matrimonio del Principe Carlo e di Lady Diana

7. Scegli una pubblicità in due diverse epoche nel tunnel temporale e compara la strategia pubblicitaria utilizzata da ciascuna impiegando la tabella qui sotto:

	Pubblicità 1	Pubblicità 2
Prodotto		
Epoca		
Mercato di riferimento		
Strategia pubblicitaria		

In che modo la strategia pubblicitaria è cambiata o si è sviluppata attraverso le due epoche? Da cosa lo deduci?

8. Quando raggiungi la fine della mostra, torna alla zona caffè e dedica 10 minuti a guardare le pubblicità alla televisione. Scegli una pubblicità che pensi ritragga genere, classe o nazionalità in qualche maniera e utilizza il diagramma riportato qui sotto per creare una mappa di parole e idee relative al tema che hai scelto.

