

Publicidad

Hoja de trabajo – Museum of Brands

Utiliza esta hoja de ejercicios durante tu visita del Museo. Las preguntas tratan de todas las secciones del Museo, entonces se puede que tuvieses que volver sobre tus pasos. No olvides de traer un cuaderno y material de dibujo contigo.

1. En las primeras secciones del « Time Tunnel » (épocas victorianas, eduardianas y los años 1910), observa la silueta y la moda de las mujeres representadas en la publicidad. ¿Cómo esta representación corresponde al mercado visado por estas publicidades?

2. El aspecto psicológico de la publicidad primero apareció en los carteles de enrolamiento de la primera Guerra Mundial. Encuentra un ejemplo en la sección de los años 1910 del Museo y explica cuáles son sus móviles.

3. Observa las vitrinas de los años 1940. Durante la segunda Guerra Mundial, Gran Britania intentaba afirmar su identidad. ¿De qué manera aparece en la publicidad de la época? Utiliza por lo menos un ejemplo en tu respuesta.

4. En la sección de los años 1950, elige dos publicidad en cuál las mujeres son representadas de manera contradictoria. Analízales en la tabla abajo y piensa en los elementos visuales, el vocabulario, la escena y el protagonista.

Producto	¿Cómo es promovido el producto?

5. La exposición del Imperio Británico y del Festival de Gran Britania son muy presentes en los objetos expuestos. Encuentra una publicidad o un producto de marca de cada categoría que, según tu opinión, refleja la identidad británica y explique por qué.

Acontecimiento	Objeto	Identidad británica
Exposición del Imperio Británico (1924/5)		
Festival de Gran Britania (1951)		

6. Cada época tiene sus productos conmemorando los acontecimientos reales (algunos son listados abajo). Para cada categoría de objetos, discute en qué manera son atractivos y quién(es) es/son el/los consumidor(es) apuntados. ¿Cuáles cambios podemos observar con el tiempo?

a) 1935: el jubileo de plata del rey Jorge V

b) 1981: la boda del príncipe Carlos y de Doña Diana

7. Elige dos publicidades de épocas diferentes y compara las técnicas usadas por cada una en la tabla abajo.

	Publicidad 1	Publicidad 2
Producto		
Época		
Mercado apuntado		
Estrategia publicitaria		

¿Cómo han cambiado las estrategias publicitarias o cómo han desarrollado entre estas dos épocas?
¿Cómo es visible ?

8. Al final de tu visita, ve a la cafetería del Museo y mira los comerciales televisados. Elige una publicidad que, según tu opinión, exhibe un género, una categoría social o una nacionalidad en particular y utilice la tabla abajo para llenar el gráfico con palabras e ideas sobre el tema que has elegido.

