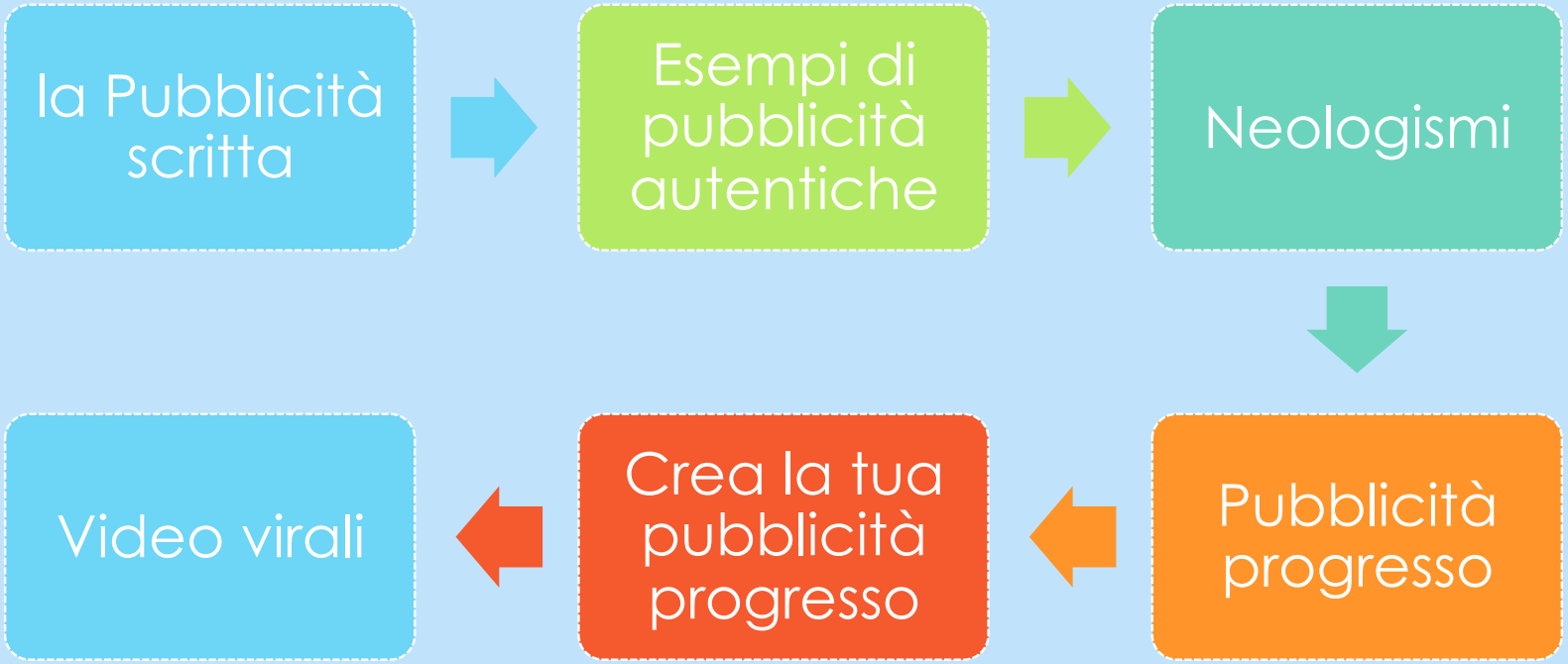
LA PUBBLICITÀ PROGRESSO

ATTIVITÀ BASATE SU MATERIALE AUTENTICO

AP ITALIAN
ROBERTA PENNASILICO

Programma della lezione



La Tipica struttura della pubblicità scritta

Messaggio:
Quali caratteristiche notate, nella forma e nel contenuto? Che cosa notate di ripetitivo? Ci sono parole più "difficili"? Se si, cos'hanno in comune e secondo voi a cosa servono?

Un buon messaggio dovrebbe:
- spiegare bene la qualità del prodotto, con molti dettagli
- enfatizzare il tono la descrizione (i.e. molti punti esclamativi, superlativi relativi e assoluti, imperativi, etc.)
- fornire anche dei dettagli "scientifici", con un linguaggio da esperti, per dare un'immagine di affidabilità

Fonte: il Carciofo - Musumeci, 1990

Titolo:
Che cosa notate? Che cosa c'è di inusuale nella frase? Qual è il legame con l'immagine? Vi sembra un'immagine reale? Perché la riteniamo "normale" in questo contesto?
Un buon titolo dovrebbe:
✧Avere un carattere un po' più grande ed essere conciso, per attirare l'attenzione
✧essere un po' ambiguo, per incuriosire
✧Avere una buona corrispondenza con l'immagine, anche se non necessariamente esplicita

Slogan:
Quali caratteristiche notate, nella forma e nel contenuto? Secondo voi, perché una parte è in inglese?
Un buono slogan dovrebbe:
- essere breve, esprimere la filosofia generale della casa produttrice

Esempi da vere riviste

Esempi da vere riviste

Esempi di studenti

Più veloce di uno tsunami.

Più veloce di uno tsunami! Mi presento la nuova Ferrari tremila. Straordinario con l'alta velocità, questa automobile può raggiungere 0-100 k/h in meno di tre secondi! Ha una velocità massima di trecento! Una volta che hai messo tu piede sul pedale, si entra in un mondo diverso. Liscio come il vento, veloce come l'acqua, non c'è macchina come questa. Questo e' il futuro.

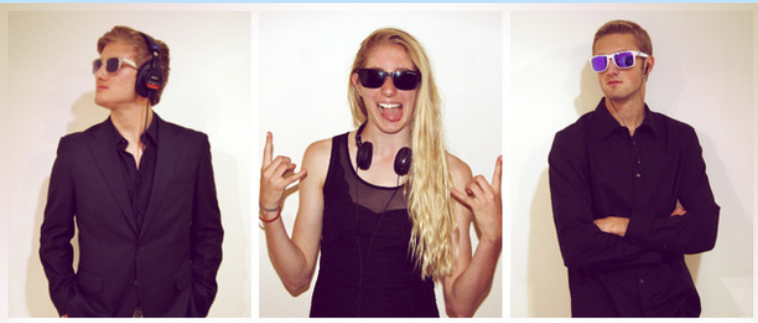
Ferrari

"Siamo il competizione."

Avete bisogno di una babysitter? Chiamaci!

Siamo il miglior servizio di babysitting in tutto il mondo. Per 58 anni abbiamo servito le nostre famiglie di tutto il mondo in modo efficiente, con successo, e incredibilmente. Vi garantiamo che amerete il nostro servizio o rimborsati. Chiama oggi!

Oggi un bambino. Domani un uomo.



I modelli indossano le nuove cuffie in colore nero mezzanotte, crepuscolo, e nero più nero.

SUONO. STILE.

Introduci una nuova linea di prodotti per cuffie.
Usiamo un sistema audio avanzato e design per catturare onde sonore e raggiugnere il ottimo esperienza per i tuoi orecchie.
Tutto il suono e lo stile che vuoi.

Il nuovo Fazioli F1720

Il miglior pianoforte nel mondo ha appena migliorato.

Il nuovo Fazioli F1720. I costruttori dei pianoforti italiani vi presentano un pianoforte a coda il quale rivaleggia i migliori. 308cm e 570kg di pianoforte puro. Il F1720 non ha solo ottantotto tasti ma novantasette. Otto ottave intere per creare la musica. Le corde più allungano la gamma tonale e creano risonanze armoniche addizionali ovunque l'istrumento. La tavola armonica, fatta del legno migliore, abete rosso, è il più grande in qualsiasi pianoforte. Una tastiera di avorio sintetico, martelli di lana, e corde d'acciaio creano un suono unicamente dei pianoforti Fazioli. Il vostro pianoforte nuovo ti aspetta. Che musica suonerai?

FAZIOLI

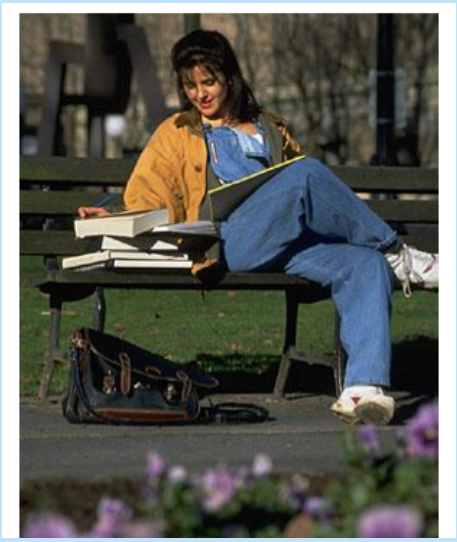
Danza con i Colori!

Da oggi puoi avere le punte delle scarpe di danza di qualunque colore: rosso, giallo, verde, blu, rosa, viola, e tanti altri. Sono le scarpe piu' comode che troverai! Compra le SuperColorPunte! Coloratissime! Comodissime! Bellissime! Vieni a comprare le SuperColorPunte! Le trovi solo da noi!

TI FACEVANO MALE I PIEDI PRIMA? ORA NON SARA' PIU' UN PROBLEMA! COMPRA LE SuperColorPunte LE PUNTE PIU' COMODE E COLORATE DEL MONDO!

E' qualita': e' Chennelle.

Crea una pubblicita'



E voi? Quanto siete creativi? Basandovi su una di queste due foto prese da Internet, create una pubblicità scritta efficace. Non dimenticate che deve esistere una connessione logica tra il prodotto e l'immagine e che lo slogan deve essere accattivante.

Carosello

Quando si parla di pubblicità in TV, si dovrebbe citare brevemente il famoso Carosello degli anni '60-'70. Segui le seguenti istruzioni e prepara una power-point presentation su quello che hai imparato su Carosello.

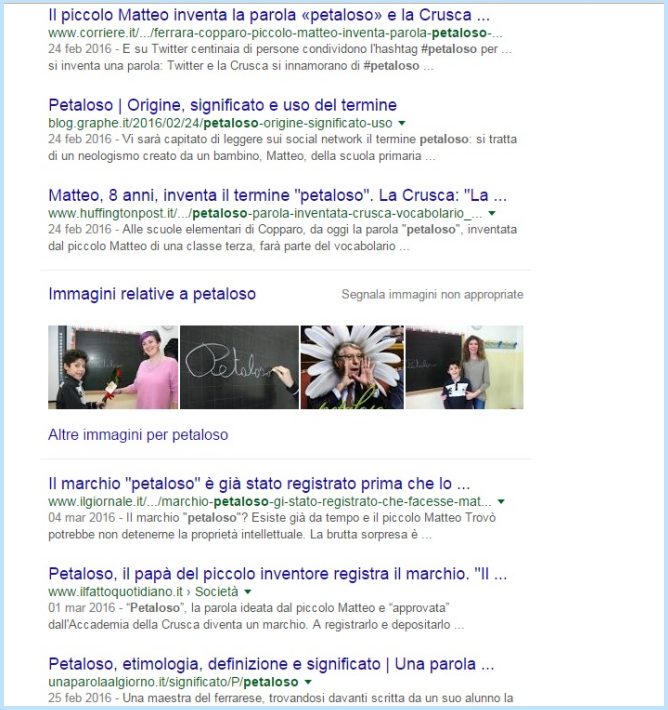
- Fai una ricerca sulla storia di Carosello; puoi trovare utili questi links:
  http://it.wikipedia.org/wiki/Carosello
  http://www.mondocarosello.com/html/storia.html
- Guarda alcune scenette storiche su YouTube e descrivi quale ti è piaciuta di più e perché
- Cerca la famosa sigla e scopri alcuni dei nomi di attori/ attrici famose che hanno recitato negli spot
- Scopri alcuni degli slogan lanciati da Carosello e rimasti famosi nella cultura e nella lingua italiana

I neologismi nella pubblicità

Il gergo della pubblicita' ha creato moltissime parole nuove (neologismi) che sono state accettate istantaneamente dagli utenti perche' rivelano una corrispndenza immediata, divertente e logica con l'immagine e/o lo slogan. Probabilmente i neologismi pubblicitari piu' famosi nella storia italiana sono quelli creati dal popolare vignettista Giorgio Forattini nel 1984, per campagna pubblicitaria della nuova FIAT Uno:

Che cosa notate?

Neologismi



Qualche tempo fa, ha fatto molto parlare un neologismo coniato da un bambino e "accettato" dall'Accademia della Crusca. Se fai una ricerca con Google sul termine *petaloso*, troverai molti commenti a riguardo.

Fonte: http://www.repubblica.it/cultura/2016/03/06/news/crusca_parole_nuove_dopo_petaloso-134862374/

Neologismi/2

fonte: il Quotidiano in Classe, Corriere TV
http://ilquotidianoinclasse.corriere.it/?vedi_tema=451363

Guardiamo il video tratto da "Il Quotidiano in Classe" e leggiamo alcuni dei commenti sul tema.
Con quale dei commenti siete più d'accordo?
Poi, in coppia, provate ad inventare il vostro neologismo e preparatevi a condividerlo e spiegare la vostra scelta.

Pubblicità Progresso

Come possiamo definire una pubblicità progresso? Ne avete mai sentito parlare? Quali sono i temi tipici di questo tipo di pubblicità? Secondo voi, è utile? Qual è il tema sociale a voi più caro? Guardate gli esempi autentici che seguono e siate pronti a rispondere alle seguenti domande:

- Qual è il tema della pubblicità?
- Secondo voi, su cosa intende sensibilizzare il pubblico?
- Dove e in quale contesto si potrebbe trovare?
- Secondo voi, è efficace nel messaggio e nell'immagine? Perché/Perché no?

fonte: https://comunicandoilsociale.wordpress.com/2008/03/21/chi-va-a-piedi-usa-la-testa/

Pubblicità Progresso

- Qual è il tema della pubblicità?
- Secondo voi, su cosa intende sensibilizzare il pubblico?
- Dove e in quale contesto si potrebbe trovare?
- Secondo voi, è efficace nel messaggio e nell'immagine? Perché/Perché no?

fonte: http://win.comune.quarto.na.it/comunicati%20stampa/2010/gennaio_2010.htm

fonte: http://www.pubblicitaprogresso.org/schede_mediateca/1991-volontariato/

Pubblicità Progresso

- Qual è il tema della pubblicità?
- Secondo voi, su cosa intende sensibilizzare il pubblico?
- Dove e in quale contesto si potrebbe trovare?
- Secondo voi, è efficace nel messaggio e nell'immagine? Perché/Perché no?

fonte: http://www.studiomedicodestefanis.it/Alcol/Alcol2A.htm

fonte: http://www.vadosicuro.it/sito2011/pagine/dynamic_art.php?table_name=vado_news_2010&id=10

Pubblicità progresso/Video virali

Fonte: Fanpage Media, Fanpage.it

Guardiamo insieme questo video pubblicato da Fanpage.it sul tema della violenza alle donne e discutiamone in classe:
https://www.youtube.com/watch?v=b2OcKQ_mbiQ

Fonte: Andrea Paolini per Il Fatto Quotidiano
http://www.ilfattoquotidiano.it/2016/03/30/mettimi-al-primo-posto-spot-neozelandese-contro-luso-del-cellulare-al-volante-diventa-virale/501109/
NZTransportAgency

- Compiti: scegli un tema sociale che ti sta a cuore e disegna una pubblicità progresso (puoi usare il software che preferisci, e creare un poster, una presentazione, un collage, ecc.)

Creare uno spot commerciale

Guardiamo l'esempio di una scenetta pubblicitaria di qualche anno fa, ripresa da "Il Carciofo". Mettiamo in ordine le didascalie:

a. "Che gusto! Finalmente a casa nostra si beve un buon caffè!"
b. "No…dici che è diverso?"
c. "Ma Caffè Splendid, lo hai mai provato?"
d. "Nella miscela di Caffè Splendid c'è caffè coltivato in montagna!"
e. "Visto? Caffè Splendid gli piace! "
f. "In montagna? Ed è meglio?"
g. "Zia Marta, ho un problema…a mio marito il mio caffè non piace…e non ha torto!"
h. "Ma certo! Sentirai che gusto più ricco ha Caffè Splendid!"

Fonte: il Carciofo - Musumeci, 1990

Creare uno spot commerciale

Che cosa noti nella scenetta appena letta?

Questo è un esempio tipico di quelle caratteristiche che dovrebbe avere un buono sketch pubblicitario:

- Situazione critica
- Personaggi
- Problema
- Soluzione suggerita
- Prova
- Nuova situazione positiva
- Slogan

Fonte: il Carciofo - Musumeci, 1990

Progetto

La classe sarà divisa in gruppi di 3 o 4. Ogni gruppo sceglierà uno dei **temi AP** (o un sottotema) e scriverà una **pubblicità progresso** originale per uno spot (circa un minuto). Registrate il vostro video usando possibilmente una telecamera digitale e un software per l'editing. Provate la scenetta varie volte, e quando siete pronti, video registrate.

Possibilmente, ricordatevi di includere:

- Un problema presentato dai personaggi
- Una persona "saggia" che suggerisce una soluzione
- I risultati positivi
- Uno slogan efficace che chiude la scenetta

Pubblicità progresso

Grazie.