

**SE VENDE
PESCADO FRESCO**

PESCADO

FRESCO

PESCADO

**¿QUÉ TAL UN
CEVICHITO DE
CORVINA?**

Secreto del buen publicista

- Atender el **GUSTO** del otro y no la necesidad suya. De los gustos y no de las necesidades reales.
- Si el cliente necesita queso, el problema será escoger una marca frente a las demás. La Marca que atienda **SU GUSTO**. ¿Cuál marca me gusta más? O mejor ¿cuál ha condicionado su gusto?
- Más difícil cuando se trata de un producto que no necesito: un cepillo de dientes eléctrico. Entonces la publicidad explora los instintos; crea la necesidad.

- La cuña es un mensaje breve y repetitivo que pretende vender algo. Apela a la individualidad
- En sus inicios las cuñas empleaban imperativos: Tome, compre, asista, etc., a los que añadían frases como: “el mejor del mundo”, “nunca antes visto”.
- Como cualquier otro mecanismo publicitario, ahora las cuñas evitan obligar al cliente a comprar, sino que motivan a través de una influencia externa.

www.QUENOSEABURRAN.COM



CAMBIÁ.
LAS DOTTO MODELS
ESTÁN ABURRIDAS.



El pan hecho
con leche



*Pan Blanco Bimbo contiene 5.3% de leche

Tipos de motivación

- Ambición de éxito, ascenso social.
- Apetito sexual
- Don Juan o mujer fatal
- Lujos y comodidades
- Correr aventuras
- Deleite de los sentidos
- Anhelos de seguridad
- Placer de lo prohibido
- Ley del menor esfuerzo
- Mito de la belleza
- Patriotismo
- Ansia de cariño
- Obsesión por la delgadez
- Hacer lo que nos da la gana
- Modernidad
- Etc.

- “Tocando los resortes (...) los fabricantes de deseos cumplen a cabalidad su cometido: crear en los potenciales compradores la necesidad artificial, a veces compulsiva, del producto publicitado” (López Vigil, 2010).

Tipos de cuñas radiales

- Comerciales
- Promocionales o promos
- Educativas o de servicio público: campañas de salud, prevención de accidentes, alfabetización, derechos, etc.

Cuñas educativas

- Estructura similar a la cuña comercial, pero con diferente contenido.
- Algunas motivaciones pueden funcionar: tener éxito en la vida puede servir a un (alcohólico).
- El deseo de aventura puede estimular a los jóvenes a estudiar una carrera determinada.
- Bienestar, comodidad, seguridad, en una campaña de reforestación.

(1)

- LOCUTOR: ¿Sabía usted quién es el aviador más famoso del mundo? ¿El piloto con más horas devuelo? No, no pregunte en KLM. Simplemente levante la vista al cielo, mírela, ahí va.
- **CONTROL: EFECTO DE RÁFAGA SUPERSÓNICA**
- LOCUTOR: La gaviota ártica. Sin hacer escalas este intrépido aviador de plumas blancas viaja cada año del Polo Norte al Polo Sur..... 19 mil kilómetros y luego de sur a norte, otros 19 mil. La vuelta al mundo realizada por la más completa compañía de aviación conocida: una bandada de gaviotas árticas.

- **CONTROL: FONDO TRISTE MEZCLADO
CONVIENTO**
- LOCUTOR: Pero, ¿sabía que esta ave migratoria tiene sus vuelos contados? Bosques arrasados, manantiales secos, playas contaminadas. Cada vez tienen menos lugares donde posarse y reponer fuerzas de sus agotadores viajes.
- **CONTROL: EFECTO DE GRAZNIDOS**
- LOCUTOR: En pocos años no quedarán aeropuertos para los mejores pilotos de la naturaleza
- **CONTROL: SUBE CORTINA TRISTE**
- LOCUTORA: El planeta azul, nuestra casa común.

Las C de la cuña radial

- Corta
- Concreta
- Completa
- Creativa
- PROBLEMA CONCRETO – SOLUCIÓN
CONCRETA

(2)

- **CONTROL: EFECTO OLEAJE FUERTE, RUIDOS DETORMENTA**
- LOCUTOR: ¿Qué salvarías de un naufragio?
- HOMBRE: Ron Bacardí limón.
- MUJER: ... y una buena compañía.
- **CONTROL: MÚSICA SENSUAL Y RUIDO DE OLAS**
- LOCUTOR: Bacardí, donde estés.

Formatos de cuñas

(3)

- **CONTROL: MÚSICA INFANTIL – FUNDIDO CON EFECTO SONORO DE NIÑOS**
- LOCUTORA: Todo niño y niña tiene derecho intrínseco a la vida. Los estados garantizarán, en la máxima medida posible, su supervivencia y desarrollo.
- **CONTROL: SUBE CORTINA, BAJA Y QUEDA DE FONDO**
- LOCUTOR: Artículo 6 de la Convención sobre derechos de la infancia
- **CONTROL: SUBE CORTINA MUSICAL**

(4)

- **CONTROL: CORTINA MUSICAL INFANTIL**
- LOCUTORA: Este niño quiere ser aviador, aquella niña enfermera, ella escritora. Aquel bombero, artista, futbolista, ingeniero, peluquero. ¿Y tú, que quieres ser de grande?
- VOZ DE NIÑO: ¿Yo? ¡Yo quiero vivir!
- **CONTROL: GOLPE DE MÚSICA DRAMÁTICA**
- LOCUTOR: En América Latina, 40 millones de niñas y niños, no tienen alimentos, escuela, ni hospitales. No sobreviven.
- **CONTROL: MÚSICA DRAMÁTICA**

(5)

- **CONTROL: EFECTO TAMBORES DE SELVA**
- CANIBAL: ¿Prefieres Cutivalú o ñaca ñaca?
- AVENTURERO (ESPANTADO): Mejor ... mejor Cutivalú.
- CANIBAL: Muy bien, pero antes: ! Naca ñaca i
- LOCUTOR: Radio Cutivalú. Relájate y disfruta.

El infaltable slogan

(6)

- Con rima: Colgate, al mal aliento, combate
- Refrán: Camarón que se duerme ... amanece en Chifa Ma Juan ... Los esperamos
- Juego de palabras: En Viasa, el tiempo pasa volando.
- Doble sentido: En su baño diario, Primor, porque los jabones sí conocen la verdad desnuda.

Actividades

- Crear una cuña: Nueva marca de chocolates PACARI.
- Elaborar cuña de contenido social o institucional.