

Anuncio bueno vs. Anuncio malo:

Los anuncios televisivos son el medio estrella por el que promocionar productos y servicios. Muchos ya son parte de la cultura popular y hay incluso premios como Cannes Lions que galardonan su calidad o sentido artístico.

Y es que un buen anuncio no se olvida fácilmente. Seguramente toda persona nacida en España y en los 90 o 2000 recuerde la canción de “Con Poco me lo Monto” de aquel anuncio de Fanta o la frase “Si te traigo una vaca... ¿le sacas la leche?” de la serie de anuncios de Benito, antigua mascota de Cuetara Flakes.

Los buenos anuncios también tienen su contraparte, lo más difícil de hacer este trabajo ha sido encontrar un anuncio malo, porque un anuncio malo es, antes que nada, olvidable. Además, que los manchados por alguna polémica en su mensaje o formas acaban relegados a rincones de internet y son difíciles de encontrar. De los pocos anuncios malos que he podido encontrar, me he decantado por uno de la compañía “compramostucoche.es”.

Un anuncio breve. Sin guion alguno, solo los actores diciendo el nombre de la empresa sin muchas ganas, de fondo tienen un concesionario, pero se nota a la legua que es un croma. No tendrían presupuesto para grabar en uno de verdad...



Como anuncio bueno he decidido quedarme con uno de los anuncios de Casa Tarradellas. Estos se caracterizan por ser de tipo “storytelling”, narran situaciones mundanas y familiares con las que el espectador puede empatizar. Algunas veces más satíricas y otras veces más emotivas, el adolescente y adulto medio puede conectar con las situaciones que narra. Además, siempre están presentes sus pizzas, como catalizador que lleva al final de un conflicto o elemento frente al que se reúne la familia para disfrutar en compañía. El anuncio que he elegido es el del 2011. En el que unos niños se quedan a

pasar con sus abuelos las vacaciones en el campo. Uno de ellos es un adolescente en plena edad del pavo. Durante el anuncio se ve un montaje musical recreando los días de los niños. El adolescente se interesa por una moto vieja que repara con su abuelo. A partir de este momento su actitud va cambiando, haciéndose más jovial, esto también se refleja en el tono de su ropa que se hace más claro y que deja de lado los cascos. También muestran momentos de la familia recogiendo hortalizas, viendo a los terneros mamar... enseñando así los ingredientes clásicos de las pizzas y haciéndolos ver frescos y naturales.

Al final del anuncio vuelven los padres a por los niños y se juntan todos a comer. Allí muestran pizzas caseras intercaladas con las precocinadas de la marca, como dando a entender que son prácticamente lo mismo. Finalmente, muestran a todos en la mesa, mostrando como colofón una escena entrañable y familiar seguida del eslogan de la marca y su logo.

