

## TALLER DE REDACCIÓN

### Trabajo Práctico N°3: Crítica

▶ ASIGNATURA | Taller de redacción

▶ PROFESOR | Damián Autorino

▶ APELLIDO Y NOMBRE | Safi Bravo José CARRERA | Publicidad

▶ APELLIDO Y NOMBRE | Castro Julián CARRERA | Publicidad

▶ APELLIDO Y NOMBRE | Miguez Agustín CARRERA | Publicidad

▶ APELLIDO Y NOMBRE | XX CARRERA | XX

▶ APELLIDO Y NOMBRE | XX CARRERA | XX

▶ CONTACTO GRUPO | @ XX LEGAJO | XX

▶ TELÉFONO | XX

▶ TRABAJO PRÁCTICO GRUPAL | N° 3

FECHA DE ENTREGA | 15-06-18

Consigna:

Realizar una crítica periodística de una campaña de publicidad.

El trabajo debe tener título, volanta y bajada (tamaño a elección del alumno).

El cuerpo del texto debe tener entre 3000 y 3500 caracteres con espacios, e incluirá además una ficha técnica.

Debe haber al menos una foto con epígrafe.

El trabajo debe tener carátula, índice, y consigna.

## IDÉNTICOS

### BC La Campagnola vuelve al ruedo

La nueva campaña publicitaria reafirma el sabor natural de sus jugos en polvo y su semejanza con las frutas.

No es noticia decir que las piezas creativas de BC son un claro reflejo de lo que hoy en día ciertas publicidades carecen: la certeza con la que se trata una comunicación y su posterior consolidación.

Pocos años atrás, BC proyectaba historias paralelas de exprimidores “despechados” y celosos con sus dueños ya que estos los habían “traicionado” y reemplazado por los jugos en polvo, haciendo una clara referencia al carácter auténtico del producto, el concepto creativo que la marca sostiene. Puede parecer ridícula una situación como la última; que unos aparatos personificados imploren porque ya no son utilizados puede interpretarse de una manera no deseada. Pero la recepción fue positiva, la idea funcionó y se “recicló” para otro comercial.

Por eso la empresa sabe en qué camino se encuentra y hacia dónde se dirige. La última campaña lanzada preserva esa esencia, dando como resultado tres comerciales que respetan el mismo criterio de comunicación.

En el primer comercial se puede observar a un hombre pelado y robusto en bata junto a la pileta. Al momento de tomar el jugo, afirma que el sabor es idéntico al de un limón. Luego, su figura es reflejada en el agua y dice que, dado su aspecto físico, es igual a “Buda”. En los segundos finales es golpeado abruptamente con una pelota de fútbol por unos niños, por lo tanto, los persigue con un enojo inculcable. Se genera una contradicción ya que él se ve como “Buda” (ente que representa la paz, la compasión y la tranquilidad), pero luego esta imagen se distorsiona cuando a los chicos los trata de una manera para nada amistosa.

En el segundo, una madre vestida de verde toma el jugo diciendo que es idéntico a la manzana, y, mientras sostiene el vaso, enuncia que ella misma es igual a la estatua de la libertad. Pero luego muestra actitudes poco liberales al oponerse a las acciones de sus hijos: no permite salir a la hija, le quita el celular al hijo para que termine la tarea, y al más pequeño lo mete dentro de la cuna.



El primer protagonista viendo su reflejo de “Buda” en la pileta.

En la tercera y última pieza se destaca a un hombre con patillas tomar el jugo y exclamar que es igual a la naranja. Al verse en el espejo junto a un adorno de cerámica de un caballo, dice que es igual a San Martín. Cuando se encuentra a punto de atravesar el living, la pareja se lo prohíbe ya que está en una reunión con amigas. Él, con gesto desilusionado, vuelve a la cocina. En esta oportunidad se contraindica la valentía y el valor que tiene San Martín como prócer (habiendo cruzado la Cordillera de los Andes), con el temor que tiene el “doble” por hacer algo tan común y cotidiano como lo es cruzar un living.

BC le dió ciertos atributos a los tres involucrados, dándole un parecido a alguna entidad. Justamente, sólo son parecidos porque por fuera se asemejan, pero en verdad sus actitudes no coinciden en lo más mínimo. Y pone especial énfasis en que los jugos BC sí son idénticos al verdadero sabor a fruta.

Ficha técnica:

Nombre de la campaña	Idénticos
Anunciante	Arcor/BC La Campagnola
Agencia	Kepel & Mata
Producto	Jugos BC
Director General Creativo	Rodrigo Díaz
Director de arte	Gastón Gual
Fecha de estreno	21-09-17
País	Argentina