



Guion técnico ejemplo



La cuña publicitaria



¿Qué es?

- Es un **anuncio pregrabado**, totalmente autónomo en contenido respecto a los programas en los que se inserta, con una duración media de 30 segundos.
- Es uno de los formatos más variables y el más corto.
- Su efecto está basado en la repetición.
- En la redacción cuanto menos verbos mejor. Sugiere, no impone.
- Podemos promocionar programas, proyectos, productos, ideas, etc.



EMISORA O GRUPO RESPONSABLE:		
Nombre de la cuña: "La Hora del Código"		
Dirección o realización: Luisa y Jorge (3º D)		
Audiencia u oyentes a los que va dirigido: alumnado de Educación Primaria del CEIP...		
Finalidad: Promocionar el evento y animar a la participación		
Duración: 30 seg.		
Secuencia de realización:		
Respons.	Contenido	Tiempo
Control	Entra música y poco a poco se desvanece/baja.	2 s
Control	Entrada efectos de sonido de niños y niñas en un patio de colegio y se desvanece.	2 s
Control	Entra efecto de sonido timbre en la escuela, se desvanece.	2 s
Locutor 1	Niño 1: Luisa, anda, vamos. Nos toca la hora TIC.	4 s
Locutora 2	Nina 2: ¿TIC? Querrás decir TIC-TAC, que son las 11.00.	5 s
Control	Entra efecto sonido reloj tic-tac. Se desvanece.	2 s
Locutor 1	No, Luisita. La hora del código, con el profe TIC. Es que no te enteras.	5 s
Locutora 2	Esta semana participa con tu colegio en la hora del código. ¡Aprenderemos a programar! Visita la web code.org para apuntarte.	6 s
Control	Entra/sube música y se desvanece lentamente.	2 s



Objetivo

Impactar en la audiencia para que recuerden nuestro producto o servicio en el momento que lo necesiten.



Elementos clave

Los factores principales para conseguir un buen anuncio de radio serán:

- La idea.
- La locución.
- La música.
- Los efectos de sonido.

Si conseguimos la armonía entre estos componentes, conseguiremos el éxito de nuestra cuña publicitaria.



La idea

Plantéate: ¿Qué?, ¿para quién?, ¿cómo?
Haz una lluvia de ideas y crea un eslogan o mensaje que impacte.



La voz y el tono

Es importante resaltar que la entonación y cadencia de la voz también son recursos expresivos que van a influir en quienes nos escuchan. Junto a los efectos de sonido y la música pueden crear sensaciones que acompañen el discurso.



La música

Seleccionar o bien componer y grabar una música original es uno de los factores decisivos en la creación de una cuña para radio. Las personas que nos escuchan recordarán la melodía de nuestra cuña de radio si conseguimos que la música y la locución vayan unidas y se conviertan en una.



Los efectos de sonido y la ambientación

Es habitual en la publicidad utilizar los efectos de sonido y la ambientación para crear atmósferas realistas. De esta manera, conseguimos transportar al público a la situación recreada.



¿Cómo?

- 1 Piensa como tus oyentes y trata de ponerte en su lugar.
- 2 Cuéntalo de forma atractiva. Piensa una forma de decirlo que te diferencie. Recurre al humor, acompaña el mensaje con una sintonía, etc.
- 3 Controla el tiempo. Cronometra el guion (*25 palabras escritas equivalen a unos 10 segundos de locución*). Simplifica y recuerda que hacer alguna pausa es útil para que reflexionen sobre lo que estás anunciando.
- 4 Escoge la voz y la música. Elige la voz en función del tipo de promoción. Utiliza el diálogo, la dramatización, el contraste de voces, etc. La música y los efectos de sonido deben ser impactantes. Busca la música que mejor defina tu idea.
- 5 Centra el mensaje y ten claro qué cuentas y a quién te diriges. Recuerda que solo tienes 20 o 30 segundos.