



Guion técnico exemplo



A Cuña publicitaria



Que é?

É un anuncio pregrabado totalmente autónomo en contido respecto aos programas nos que se insire cunha duración media de 20 segs

É un dos formatos máis variables e o máis curto

O seu efecto está baseado na repetición

Na redación cantos menos verbos mellor; suxire, non impón

Pódenos proporcionar programas, proxectos, produtos, ideas, etc.



EMISORA OU GRUPO RESPONSABLE:		
Nome da cuña: "A Hora do Código"		
Dirección ou realización: Luisa e Xurxo (3º D)		
Audiencia ou oíntes aos que vai dirixido: alumnado de Educación Primaria do CEIP...		
Finalidade: Promocionar o evento e animar á participación		
Duración: 30 seg.		
Secuencia de realización:		
Respons.	Contido	Tempo
Control	Entra música e aos poucos esvaécese/baixa.	2 s
Control	Entrada efectos de son de nenos e nenas nun patio de colexio e esvaécese.	2 s
Control	Entra efecto de son timbre na escola, esvaécese.	2 s
Locutor 1	Neno 1: Luisa, anda, imos. Tócanos a hora TIC.	4 s
Locutora 2	Nena 2: TIC? Quererás dicir TIC-TAC, que son as 11.00.	5 s
Control	Entra efecto son reloxo tic-tac. Esvaécese.	2 s
Locutor 1	Non, Luisiña. A hora do código, co profe TIC. É que non te enteras.	5 s
Locutora 2	Esta semana participa co teu colexio na hora do código. Aprenderemos a programar Visita a web code.org para apuntarte.	6 s
Control	Entra/sube música e esvaécese lentamente.	2 s



Obxectivo

Impactar na audiencia para que lembren o noso produto ou servizo no momento que o necesiten.



Elementos chave

Os factores principais para conseguir un bo anuncio de radio serán:

- A idea.
- A locución.
- A música.
- Os efectos de son.

Se conseguimos a harmonía entre estes compoñentes, conseguiremos o éxito da nosa cuña publicitaria.



A idea

Formúlate: Que?, para quen?, como? Fai unha chuvía de ideas e crea un eslogan ou mensaxe que impacte.



A voz e o ton

É importante resaltar que a entonación e cadencia da voz tamén son recursos expresivos que van influir en quen nos escoitan. Xunto aos efectos de son e a música poden crear sensacións que acompañen o discurso.



A música

Seleccionar ou ben compoñer e grabar unha música orixinal é un dos factores decisivos na creación dunha cuña para radio. As persoas que nos escoitan lembraránla melodía da nosa cuña de radio se conseguimos que a música e a locución vaian unidas e se convirgan nunha.



Os efectos de son e a ambientación

É habitual na publicidade utilizar os efectos de son e a ambientación para crear atmósferas realistas. Desta maneira, conseguimos transportar ao público á situación recreada.



Como?

1

Pensa comá os teus oíntes e trata de poñerte no seu lugar.

2

Cóntao de forma atractiva. Pensa unha forma de dicilo que te diferencie. Recorre ao humor, acompaña á mensaxe cunha sintonía, etc.

3

Controla o empo. Cronometra o guion (*25 palabras escritas equivalen a uns 10 segundos de locución*). Simplifica e recorda que facer algunha pausa é útil para que reflexionen sobre o que estás anunciando.

4

Escolle a voz e a música. Elixo a voz en función do tipo de promoción. Utiliza o diálogo, a dramatización, o contraste de voces, etc. A música e os efectos de son deben ser impactantes. Busca a música que mellor defina á túa idea.

5

Centra á mensaxe e ten claro que contas e a quen te dirixes. Recorda que só tes 20 ou 30 segundos.