

## SUGERENCIAS PARA CREAR ANUNCIOS

**Narrativa.** Una voz o varias que transmiten un mensaje. En este caso, el discurso es el recurso elegido para plantear el mensaje.

**Escenas de la vida real.** Se propone una situación de la vida cotidiana que puede ser una escena familiar, una reunión entre amigos, en la escuela, en la discoteca.... siempre en un lugar donde se produzca un suceso relevante relacionado con lo que queremos comunicar.

**Situaciones ficticias.** Una escena irreal involucra a diversos actores que ejercen un rol concreto dentro del ámbito del mensaje que se quiere comunicar. Esta escena pone de relieve debilidades o fortalezas de forma elocuente.

**Testimonio.** Una voz o varias cuentan una experiencia que les ha pasado y pueden dar su opinión.

**Diálogo.** Varias voces conversan sobre el asunto a tratar. Pueden estar de acuerdo o no. Si están de acuerdo, las opiniones se complementan. Si están en contra, se plantean y comparan varias opiniones y de forma razonada se refuerza una opinión en concreto.

**Noticia.** El mensaje adopta el formato de la información periodística. Una voz puede radiar un evento relevante que ha pasado.

**Solución del problema.** Se explica un problema que afecta a una o varias personas y se propone una solución a la que llega mediante unas pautas a tomar.

**Contraste.** Un planteamiento de una situación que puede ser compartida por mucha gente, es expuesta al principio, y luego otra voz la rebate y da otro enfoque al problema.

**Sátira.** Con el recurso del humor se recrea una situación donde personas y mensaje comparten protagonismo. Busca despertar la simpatía hacia lo que se está comunicando.

**Música.** La música puede aparecer sólo al principio o al final, o bien durante todo el spot. Puede hilar diferentes partes del mismo y dar ritmo al discurso.

**Eslogan** o máxima que se repite y da imagen y forma al mensaje. Debe ser breve, tener capacidad persuasiva y no ofrecer posibilidad de réplica.

**Sonido como hilo conductor.** Un sonido lleva de la mano al narrador en su discurso y propone una imagen gráfica en la imaginación del público.

Hay más formas de publicitarse en radio, como jingles (canciones muy breves que hacen referencia a la campaña), slogans (sentencia que sintetiza el mensaje), cuñas (parecidos a los spots, algo más largos), promociones (campañas de larga duración) o espacios patrocinados (patrocinio de otros programas o de eventos), entrevistas, comunicados intercalados en el discurso del locutor o microprogramas dedicados al tema que queremos difundir