



# JOYAS OCULTAS DE LA PUBLICIDAD

MARKETING MAGAZINE  
**eslogan**

# Joyas Ocultas de la Publicidad

---

Vivimos en una época de **fast-food publicitario**. Todo se consume al instante y es olvidado poco después que las inversiones en anuncios digitales acaben. Las redes sociales marcan el ritmo y las campañas de publicidad se adaptan a **Instagram Stories o Youtube Shorts**. El resultado, momentos cortos, de apenas 15 segundos que se esconden en una maraña de swipes laterales y apenas quedan grabados en nuestra retina.

Una de las soluciones que han encontrado las marcas ante este paradigma es la de generar muchas campañas. Así, cuando aún no se ha acabado la primera oleada de anuncios, empiezan con una segunda para dar continuidad. Conceptos breves y constantes en las que **lo que se ha hecho hoy, no funcionará mañana**.

Pero a veces **la publicidad nos brinda algunas joyas, aunque cada vez cueste más encontrarlas**. Piezas de 30, 60 o 90 segundos de duración que nos cuentan una pequeña historia para llegar hasta nosotros mediante todo tipo de herramientas emocionales: **emotividad, empatía, humor, y muchas más**. Todo para que el consumidor conecte con la marca y le lleve a decidir en su proceso de compra.

**El equipo de Eslogan Magazine ha seleccionado y preparado una serie de joyas ocultas de la publicidad** para que las tengáis a mano y nunca jamás caigan en el olvido. Pasen y disfruten.

---

# Kandenko

## “Connecting Thoughts”



---

[!\[\]\(dfbd6b3763a6d1d9afaa974f64e2e4b5\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

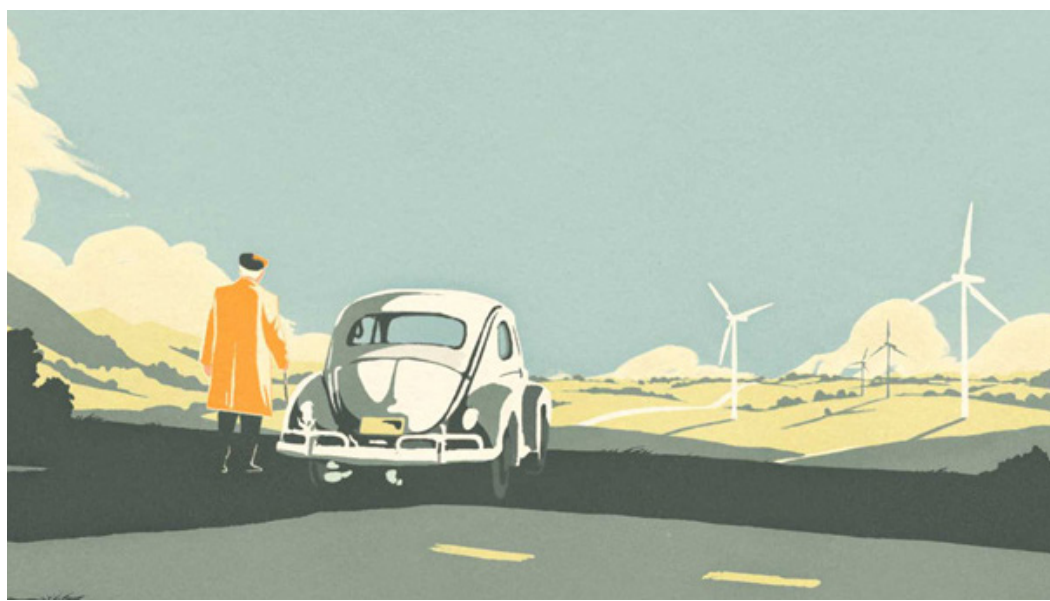
Empezamos con este especial de **Joyas Ocultas de la Publicidad** con este anuncio de la empresa de infraestructuras japonesa **Kandenko**. Un anuncio minimalista, realizado con hilos, dedales y agujas de costura y miniaturas para demostrarnos la belleza de las conexiones, iluminando nuestro futuro.

Cuando pensabas que ya lo habías visto todo, siempre llega algo nuevo para sorprenderte. El anuncio se titula «**Connecting Thoughts**» y son escenas creadas con hilos, agujas y dedales de costura montadas sobre un fondo de tela. Estas escenas cobran vida cuando las manos creadoras conectan los elementos, y la electricidad fluye a través de los cables creando una conexión entre la calle y las personas.

El hilo conductor **Smart-X** es el protagonista de las escenas, que están ambientadas con **música de YeYe** y la voz de **Kei Iwasaki**.

# Volkswagen

## “The Last Mile”



---

[!\[\]\(bd1a142de767a21e5362c595f844a4ff\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

**Volkswagen** decidió retirar su mítico escarabajo. Un automóvil icónico que ha formado parte del ADN de la marca y del imaginario popular desde que en **1938** la marca alemana lanzara su buque insignia. Más de 80 años después, la multinacional alemana dice adiós a su modelo más clásico.

Pero el **Beetle** merecía una despedida a la altura. «**The Last Mile**» es la preciosa campaña de publicidad creada por la **agencia Johannes Leonardo** e incluye multitud de referencias que se han fraguado a lo largo de su historia como cuando **Kevin Bacon** protagonizó «Footlose» o **Andy Warhol** lo dibujó. También referencias a la célebre campaña de publicidad «**Think Small**» con la que desembarcó en los Estados Unidos de la mano de Doyle Dane Bernbach.

La canción de «**The Last Mile**» es una versión «**Let it Be**» de **los Beatles** interpretada por un coro de Chicago. Una preciosa despedida

# McDonald's “Livres”



---

[!\[\]\(eafc244b53721dd1ec133f0772f70fc7\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

**McDonald's** lleva desde 2015 con una genial iniciativa en Francia: **Regalar libros** a los niños por la compra de un **Happy Meal**. Al principio, la iniciativa se venía llevando a cabo unas pocas semanas al año, hasta que decidieron alargarla todo el año. Pero también dieron a los niños la posibilidad de elegir entre un juguete o un libro. La acogida fue tan buena que decidieron renovar la iniciativa año a año hasta el día de hoy.

En total han repartido más de **60 millones de libros** y para celebrarlo han realizado este anuncio que se aleja de los cánones de la publicidad tradicional de McDonald's.

Creado por **TBWA\París** y titulado “**Livre**”, vemos como una madre y su hija recorren un trayecto y descubren un sinfín de historias, paisajes y situaciones increíbles. Una metáfora que refleja como de intensamente se pueden vivir historias gracias a la lectura.

# Cabify “Palabras”

SE NECESITAN  
POCAS PALABRAS  
PARA CONTAR  
EL VIAJE DE TU VIDA

---

 [Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

Las ideas simples son las más complicadas de realizar. Pensar en algo que siempre ha estado ahí pero que nadie ha visto es una de las maravillas de la publicidad. Es el caso del **anuncio de Cabify**, realizado en Argentina titulada “**Palabras**”,

Ha sido creada por la **agencia The Juju** y nos propone tres historias con las palabras como eje principal y cohesionador de la creatividad.

Un edificio, un ascensor, la maneta de una puerta, persianas y otros elementos cotidianos, representados de manera clara y sencilla para dar forma a la campaña.

Ahí resume la simplicidad del **anuncio de Cabify**, que juega un papel central en la movilidad de estos viajes.

# Lakewood

## “Wake Her Soul”



---

[!\[\]\(3d8c13c92b853674f749aac6fa869926\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

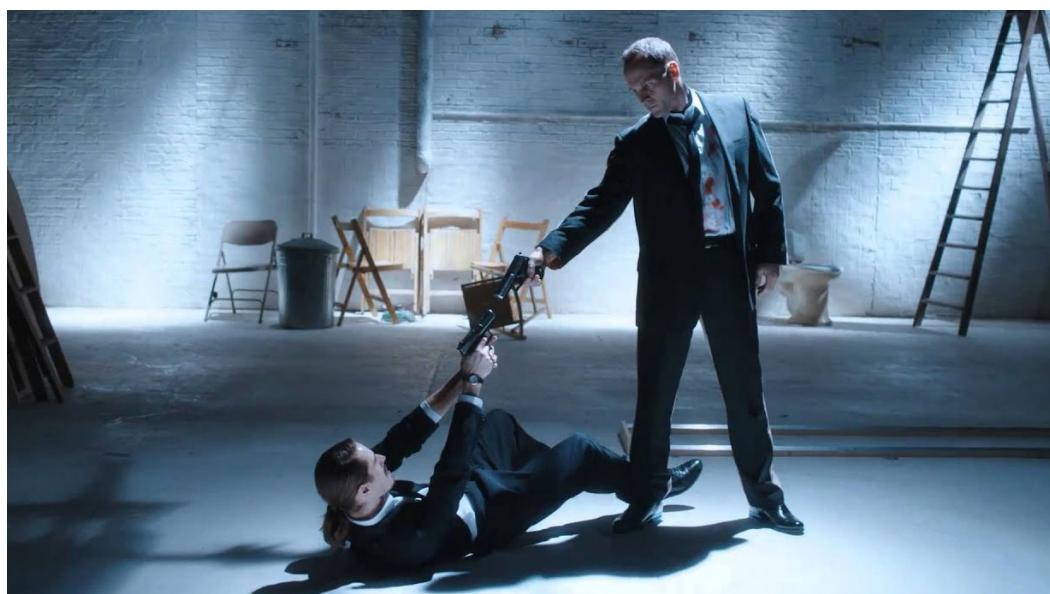
Pero a veces la publicidad nos brinda algunas joyas, aunque cada vez cueste más encontrarlas. Es el caso del **emotivo anuncio de guitarras Lakewood**.

La compañía creada por **Martin Seeliger en 1986** es uno de los referentes cuando hablamos de instrumentos de música. Las guitarras creadas por Seeliger beben del maestro Manfred Pletz y destacan por su calidad, precisión y pasión a la hora de construir una.

Así han querido transmitirlo en el anuncio, titulado «**Wake her soul**» dirigido por **Christian Schilling**. En el vemos como el protagonista **Henry** recupera y toca las cuerdas de su polvorienta guitarra acústica. Al momento, recuerdos de días pasados se le disparan en su cerebro. Un anuncio simple, emotivo y tierno. Una joya.

# Sunday Times

## “Icons”



---

[!\[\]\(5ebcf382a6ee952d6c5b8b948415801e\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

Para promocionar su magazine de cultura, **The Sunday Times** ha realizado esta brillante campaña donde reúne de forma magistral todos los iconos del mundo del arte, el cine, la música y televisión.

Realizado por la agencia **Grey London**, la campaña se titula «**Icons**» y es un recorrido por diferentes iconos de la cultura. En 50 segundos consiguen explicar 500 años de historia. Y lo hacen conjugando a la perfección escenas míticas del cine y las series y fusionarlas para crear una pieza única.

Desde **El Pensador de Rodin**, la mítica escena de **Forrest Gump** sentado en el banco, **Mad Men** con una escena de su cabecera, el fresco de la **Creación de Adán de Miguel Ángel**, una escena mítica de **Reservoir Dogs** y para finalizar, **Daft Punk**. Toda una conjugación artística y escénica brutal y que se funden en un único concepto, cultura.

# Le DrugStore

## “The Parisian Rendez-Vous”



[Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

Nos encantan las ideas **simples y efectivas**. A veces basta con fijarse en los detalles que vivimos cada día para atar cabos y crear una campaña efectiva a coste cero. Es el caso de la original acción de Le Drugstore Parisien para atraer clientes a su tienda.

**París** es una de las **capitales más visitadas del mundo** y por tanto tiene un ratio de tiendas más elevado que cualquier otra ciudad.

Por otra parte, están aumentando las **plataformas de alquiler de patinetes eléctricos** para favorecer la movilidad sostenible por la ciudad.

Entonces, si todo el mundo busca patinetes y nadie busca Le Drugstore... ¿por qué nos los juntamos? Así pues, todo aquel que quería alquilar uno debía pasar por delante de **Le Drugstore**.

# Bic

## “Pay With Creativity”



---

[!\[\]\(0cc5c4c18dd72a91e21b90220aef9c5d\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

**BIC**, la compañía francesa con sede en Clichy cumplió 60 años. Fundada en 1945 por **Marcel Bich**, la empresa es popular por realizar productos desechables a bajo coste, entre los que se encuentran bolígrafos, encendedores y maquinillas de afeitar.

Para celebrar el **60 aniversario** de la marca abrieron una tienda en la ciudad de **Antwerp** (Amberes) en Bélgica. En ella podías pagar con creatividad. La tienda de BIC permitía garabatear con sus bolígrafos en papeles con las medidas de billetes. Estas «monedas personalizadas» servían para comprar elementos de decoración realizados con cartón y papel.

Bajo el lema «**Pay With Creativity**» la marca seleccionó algunos bocetos que los clientes crearon para comprar objetos en la tienda de BIC en Antwerp. Una manera original de celebrar la libertad a aquellos que han hecho grande tu producto.

# Mini

## “Shortcut Billboards”



---

[!\[\]\(5ecd0a8be72909e00a43c3de93c00f44\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

La **campaña de publicidad exterior de Mini en Berlín** quería demostrar las bondades de **Mini Connected**, el nuevo sistema onboard de los coches de la marca alemana.

Este sistema permite otorga a los conductores la información a tiempo real del tráfico y re-calcular la ruta para llegar más rápido al destino. Para promocionarlo han repartido vallas de publicidad por toda la ciudad.

Tienen forma de puertas y escaleras para ayudar a los peatones **llegar del punto A hasta el punto B de la manera más rápida posible**. Han buscado emplazamientos donde, si no fuera por este atajo, se tardarían unos 10 minutos en recorrer.

# Dove

## “Dove Men Care”



---

[!\[\]\(ad6ab0b77b86612fcbfecc8e2418b31e\_img.jpg\) Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

Si hay una marca que ha consolidado su línea comunicativa, esa es **Dove**. Bajo de «**Mujeres Reales**» revolucionó el «**Beauty Branding**» con un poderoso insight y el público objetivo se identificó rápidamente.

Aunque ha habido excepciones, como este anuncio de Dove para promocionar el **Dove Men+ Care**, la gamma de productos pensado para el cabello de los hombres.

Esta campaña de publicidad parodia los típicos anuncios de champús de marcas como **L'Oreal** o **H&S** donde vemos como el pelo de la modelo de turno se moldea al viento y a cámara lenta.

Sin duda uno de los **mejores anuncios de champú de todos los tiempos**.

# Nike “Air”



---

[Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

A pesar de ser elegido como **mejor anuncio de 2018** por **Eslogan Magazine**, este anuncio de **Nike** ha pasado muy desapercibido.

Seguramente no tiene la grandilocuencia de otras campañas de Nike con gran presupuesto, pero no hay adjetivos suficientes para calificar esta sublime campaña de publicidad.

Una oda al aire para representar mejor que nunca lo que Nike quiere que sintamos al ponernos sus zapatillas. De un minuto de duración, “**Air**” empieza lentamente, acompañando a aquellos protagonistas antes de empezar la prueba y sintiendo su respiración. Los seguimos durante el esfuerzo máximo y cuando les vemos alcanzar su objetivo inicial.

Bajo el eslogan “**Air Moves You**” nos presentan las nuevas zapatillas de la marca americana AirVaporMax.

# Västtrafik

## “Traffic Folding”



---

[Ver la review en Eslogan Magazine](#)

---

En plena era de la comunicación audiovisual, las grandes creatividades realizadas en papel han ido dejando paso a campañas efímeras presas de la inmediatez de las redes sociales. Pocos recuerdan ya cuando se realizaban anuncios gráficos que jugaban con el espacio para sorprender al consumidor. Es por eso que nos ha encantado esta campaña de publicidad de **Västtrafik**.

Un anuncio que se pliega sobre si mismo para cambiar completamente el concepto de lo que estás viendo. Así es como la **agencia Forsman & Bodenfors** encontró la forma de ilustrar de una manera gráfica el concepto de la campaña: Como puede ser beneficioso coger el transporte público.

El anuncio invita al lector a doblarlo por dos partes para descifrar la nueva creatividad. Con dos dobleces en la página el atasco monumental que vemos se convierte en una calle totalmente descongestionada de tráfico.



# eslogan

MARKETING MAGAZINE

 @esloganmagazine

 @esloganmagazine

 /EsloganMagazine

 /eslogan-magazine

 /esloganmagazine