



EL OBSERVATORIO

ESCENARIOS Y PRÁCTICAS DE LA ALIMENTACIÓN

7UP



¿Cuándo surge esta publicidad?

Surge durante el verano del año 2008, en Argentina.

¿Quién es el autor? Qué tipo de empresa la hace?

La última campaña de 7-Up, llamada “Ocurrencias”, contó con la autoría de Jamón del Mar.

¿Cuál puede haber sido la necesidad de la creación de la publicidad?

Para poder competir con su conocida competencia, la marca 7UP optó por una campaña con algunas particularidades. Literalizó el evento musical por excelencia: un recital. Hay una letra cargada de remates ingeniosos, una banda de sonido tierna y juguetona (compuesta por Jamón del Mar) y un evento masivo en el que se escucha un temazo (tal como se lee en un cartel escrito a mano).

¿Por qué es una publicidad que tuvo impacto a nivel cultural o de consumo?.

En ese momento, la comunicación estaba apuntada a que las canciones generadas por el mundo de la publicidad se canten en la playa, se metan en las discotecas, los pidan en los casamientos y llenen los espacios que habitualmente ocupaban artistas convencionales. Ese era el modo de adquirir viralización en una época que se retransformaba, porque las redes sociales si bien estaban todavía no tenían un espacio tan desarrollado como hoy.

El alcance que la publicidad tuvo fue realmente inimaginable, de pronto en cualquier lugar se escuchaba gente tarareando la canción, y por supuesto bebiendo la bebida en cuestión.

¿A quién va dirigida la publicidad?

Si bien la publicidad pretendía llegar a todo público, es cierto que el mayor alcance lo tuvo en los jóvenes. Fueron ellos los que se encargaron de replicar una y otra vez el single musical,