



EL OBSERVATORIO

ESCENARIOS Y PRÁCTICAS DE LA ALIMENTACIÓN

QUILMES



¿Cuándo surge esta publicidad?

Surge en el año 2005, en Argentina.

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

Young & Rubicam Argentina fue la empresa encargada de generar el comercial para Quilmes que fue producido por Wasabi Films con dirección de Diego Kaplan.

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

Quilmes siempre pretende posicionarse en la mente de sus consumidores, divirtiéndolos con sus publicidades y haciéndolos sentir identificados utilizando estereotipos de nuestra sociedad y apelando a las emociones, sentimientos, pasiones y costumbres de los argentinos para lograr de esa manera un mayor alcance de venta.

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

“Afrodisíaco”, relata la salida de un grupo de amigos que discutiendo acaloradamente sobre el partido de fútbol que acaban de jugar entran sin notarlo a un restaurante afrodisíaco. La discusión deviene -junto con el quiebre y menú mediante- en profundas confesiones de amistad y el locutor cerrando en off: “Una cena. Un encuentro. Una Quilmes”.

Así, el impacto que se pretendía alcanzar se relacionaba en generar en los consumidores la idea de compartir no sólo momentos de charla sino también el poder compartir una cerveza. Para la sociedad argentina, tanto la comida y la bebida, como los encuentros, tienen ese “no se que” propio de nuestra cultura, por ese motivo una publicidad como esta logró convertirse en un fenómeno del cual se hablaba en las mesas de familias y amigos.

¿A quién va dirigida la publicidad?

La publicidad está dirigida a consumidores mayores de edad.