



¿Música clásica en tu bocina? Conoce la original campaña que pretende salvar a Radio Filarmonía. Marketing & Publicidad

Desde hace dos semanas algo inusual ocurre en las calles de Lima, donde melodías clásicas se hacen sentir en medio del bullicio y el caos vehicular que impera en nuestra capital. Y es que ¿alguna vez se imaginó escuchar música clásica en vez del irritante sonido de las bocinas? 'Clasiclaxon' es una innovadora campaña publicitaria que pretende recaudar fondos a favor de Radio Filarmonía, que afronta una difícil situación económica y corre el riesgo de desaparecer de la 102.7 FM.

Bien dicen que en momentos de crisis, nacen las mejores ideas. Este es el caso de Radio Filarmonía, que ha puesto a la venta unos peculiares dispositivos (bocinas y alarmas) llamados 'clasiclaxon', equipados con pequeños fragmentos de composiciones clásicas de Beethoven, Mozart, Bach, Strauss y Vivaldi. El objetivo es ayudar económicamente a esta emisora y fomentar que más personas tengan la posibilidad de acercarse a este tipo de música y generar mayor audiencia.

Como se recuerda, en 1984 nació Radio Sol Armonía con transmisiones regulares y programas dedicados a difundir repertorios de los grandes maestros de la música clásica. Pero en el año 2002 la emisora pasó a llamarse Radio Filarmonía y es hasta el día de hoy el mayor referente nacional de la cultura musical clásica, que ofrece espacios de calma y meditación para sus miles de oyentes.

Es tan crítica la situación de Radio Filarmonía que el ingreso de los auspicios que reciben solo cubren el 50 por ciento de sus gastos, como renovar equipos y pagar a su personal. Por eso con los 'Clasiclaxons' se busca generar conciencia en la población ya que una radio cultural no debe quedar en el olvido.



Yo no toco claxon

Pero ¿en qué consiste esta original idea? La agencia FCB Mayo fue la encargada de crear esta brillante campaña que consiste en adaptar unos claxon y alarmas musicales al sistema original de tu vehículo. De esta manera los 'clasiclaxon' trasladarán la música clásica a tu bocina y le darán un toque de distinción a tu carro.

Por el momento, estos dispositivos vienen siendo adaptados a las bocinas de los buses y combis, así como a las sirenas de los patrulleros policiales y unidades de bomberos, que recorren distintos puntos de la ciudad con el lema "Yo no toco claxon, yo toco 102.7, Radio Filarmonía". ¿Se imagina la reacción de la gente en las calles?

Esta vez, no se necesitaron los spots en televisión ni demás medios de comunicación masivos para llegar al público, la agencia Mayo apostó por la estrategia "Fuck the Line" (FTL), una forma distinta de comunicación, con una novedosa estrategia que busca generar opinión en los consumidores, con mensajes directos que impacten y que se queden grabados en la memoria.

Cada 'clasiclaxon' incluye cinco melodías para su bocina como la Pequeña serenata nocturna, de Wolfgang Amadeus Mozart; el Danubio azul, de Johan Strauss; La primavera, de Antonio Vivaldi; la Quinta sinfonía, de Ludwing Van Beethoven y la Sinfonía N°40, de Wolfgang Amadeus Mozart. Para las alarmas solo hay una opción: Tocata y fuga, de Johann Sebastian Bach; o la Quinta sinfonía, de Ludwing Van Beethoven.



Da click en la imagen e ingresa a las opciones de "Clasiclaxon" ahora

Los vehículos que pueden adquirir este servicio son los particulares, de transporte liviano, combis y custers. El costo es de US\$ 150 dólares, incluyendo la instalación.

Apoyemos a Radio Filarmonía y sentemos el precedente, que alguna vez los peruanos se unieron para salvar de la crisis económica a la única radio cultural del país. Para solicitar mayor información puedes llamar al **5126174** o escribir al correo amigosdelaradio@filarmonia.org.

Claro está que si el Estado apoyara y salvaguardara a los medios que difunden cultura, como Radio Filarmonía, nada de esto estaría pasando. No permitamos que esta emisora quede en el olvido y animémonos a escuchar con más frecuencia la 102.7 FM, donde escuchará música para el alma. *#ApoyemosRadioFilarmonía*