

La Magia PROMOCIONAL

Carlos Vaquera es amigo mío desde hace muchos años, y siempre he sentido una gran admiración hacia su comprensión e interpretación del arte de la magia. Es, por tanto, un placer enorme haber sido elegido para escribir el prefacio de su libro.

¡Y qué obra tan maravillosa! Existen muchos libros sobre la magia y sus diferentes vertientes, y la mayoría de ellos se concentra en la parte técnica de los trucos. Asimismo, existen aún más que tratan los diferentes aspectos de la publicidad. Carlos Vaquera ha optado por acercarse a estos temas desde una perspectiva muy especial, mostrando cómo la fascinación por el arte de la magia puede combinarse inteligentemente con esa poderosa herramienta que es la publicidad.

Carlos Vaquera demuestra cómo tan distintas categorías publicitarias pueden verse aumentadas cuando se las interpreta a través del ojo y el conocimiento específico del mago. El mago se convierte así en el portavoz de una empresa (representada quizá por un producto, por un servicio, o una filosofía estratégica) y en creador, por tanto, de una nueva herramienta de marketing.

Aunque esta idea no es nueva, como puedes ver en la sección de historia de este libro, el mérito de *Carlos Vaquera* reside en haber escrito uno de los primeros libros (y ciertamente uno de los mejores) sobre este tema en lengua francesa. Y si alguna vez se traduce a otros idiomas, estoy seguro de que todo el mundo lo leerá con gran interés.

Creo sinceramente que *Carlos Vaquera* es un hombre de talento exquisito. Si te encuentras leyendo este libro y no eres mago, déjame decirte que *Carlos Vaquera* ha alcanzado los más grandes honores en el mundo gracias a su habilidad y originalidad con los juegos de manipulación. Si eres mago, debes saber que es uno de los pocos profesionales que ha

La animación mágica: Una novedosa herramienta para la publicidad

obtenido un éxito enorme en el campo de la magia promocional. *Carlos Vaquera* posee una profunda comprensión, como esta obra demuestra, de la esencia misma de la magia y de la publicidad. Y esto es algo fundamental. Por un lado, la magia es un arte de representación que requiere respeto y que no admite un uso exclusivamente económico. Por otro lado, el cliente exige calidad a cambio de su dinero. Carlos Vaquera conoce todos los secretos del oficio y los revela en las siguientes páginas.

Espero que todos los magos que sean nuevos dentro del mundo de la magia profesional comprendan, tras leer «La Magia Promocional», que cuando hablamos de un espectáculo de magia promocional nos referimos a algo completamente distinto de una actuación de magia tradicional. Para crear un espectáculo de magia promocional, no basta con hacer aparecer el logotipo de la compañía para la que se trabaja mágicamente impreso en tus cartas durante una rutina de «Wild card» (1), o con utilizar pañuelos del color de esta compañía para realizar tu efecto de «Blendo» (2). Tienes que comprender la filosofía, la estrategia y los procedimientos de comunicación de la empresa a la que representas para poder crear un guión y un espectáculo en relación con tu público «diana» y el objetivo de marketing del evento o de la campaña publicitaria. No pases por alto las notas bibliográficas. *Carlos Vaquera* conoce la famosa cita de Newton: «Pude ver más lejos que los demás porque me aupé en hombros de gigantes». Con meticulosidad, da crédito a los que lo merecen, lo cual te permite, si así lo deseas, hacer tus propias investigaciones dentro de este campo tan fascinante. Los libros y las personas que aquí se citan merecen toda nuestra atención. Para concluir, me gustaría dar las gracias a *Carlos Vaquera* por compartir con nosotros toda esta información tan valiosa y por ello tan exclusiva, adquirida en el transcurso de muchos años de experiencia personal, así como mediante sus propias investigaciones y manera de pensar. Deseo que este libro tenga tanto éxito comercial como el que acompaña a ese ganador nato que es en su vida *Carlos Vaquera*, y también te deseo, querido lector, que su lectura te resulte muy placentera y te llene de conocimientos provechosos.



Parte 1: Punto de partida

Capítulo 1 / Los ilusionistas ambulantes

Capítulo 2 / Los anuncios publicitarios / Ejemplos de publicidad impresa / Anuncios impresos en los que interpreto el papel de mago

Parte 2: La Magia Promocional

Capítulo 1 / El guiño publicitario

Capítulo 2 / El objetivo promocional

Capítulo 3 / La conferencia de prensa o el seminario

• 1. La pre-producción

Capítulo 4 / Las convenciones

• 1. El talento de vendedor

• 2. El equilibrio perfecto

• 3. La renovación

• 4. El estilo

• 5. La creatividad / La puesta en común / Tormenta de ideas

• 6. El vestuario • 7. El contacto • 8. El puente • 9. Las rutinas promocionales / El briefing / La ficha de producto / Las ideas / El plan de trabajo / El público «diana» / La pre-producción / La reunión / El poder de las palabras

• 10. El factor tiempo

• 11. Frecuencia de los espectáculos • 12. El éxito • 13. El espacio escénico • 14. El sonido • 15. El regalo publicitario • 16. El momento del regalo • 17. La eficacia

• 10. El factor tiempo

• 11. Frecuencia de los espectáculos • 12. El éxito • 13. El espacio escénico • 14. El sonido • 15. El regalo publicitario • 16. El momento del regalo • 17. La eficacia

• 10. El factor tiempo

• 11. Frecuencia de los espectáculos • 12. El éxito • 13. El espacio escénico • 14. El sonido • 15. El regalo publicitario • 16. El momento del regalo • 17. La eficacia

Parte 3: La Prospección

• 1. La correspondencia • 2. La llamada telefónica • 3. La entrevista con el cliente

• 4. El boletín informativo • 5. La agenda de direcciones • 6. La prospección personal in situ • 7. Las apuestas imposibles • 8. La fidelización • 9. La fidelidad

• 4. El boletín informativo • 5. La agenda de direcciones • 6. La prospección personal in situ • 7. Las apuestas imposibles • 8. La fidelización • 9. La fidelidad

• 4. El boletín informativo • 5. La agenda de direcciones • 6. La prospección personal in situ • 7. Las apuestas imposibles • 8. La fidelización • 9. La fidelidad

Parte 4: El Presupuesto

Parte 5: Un último consejo

Parte 6: Para terminar

Parte 7: Anécdotas publicitarias

Recortes de prensa

Apéndice y Bibliografía

Carlos Vaquera ha sido el primer creador de ilusiones belga en dedicarse en exclusiva a la magia de cerca.

Ha obtenido distintos premios internacionales en Las Vegas (Sociedad de Magos Americanos, 1987), en Nashville (Hermandad Internacional de Magos, 1987), en Londres (Ron Mac Millan, 1987), en Bruselas (IBM Ring, 1986), su carrera profesional dentro del mundo de la animación promocional, comenzó en 1984 en Munich en el marco de un congreso internacional para «Minolta».

Después, ha demostrado su talento en ferias internacionales tan distintas como el «Messe-Show» de Hannover, el «Salón internacional de la Belleza» de Versalles, el «Salón internacional del equipamiento de oficina y de la informática» en Bruselas, el salón «TMA 30» de Brighton, etc.

Ha participado en decenas de filmes publicitarios entre los que destacan los realizados para Côte d'Or, Contrexeville, Festini, Airwick, etc. Asimismo, sus servicios han sido requeridos para películas comerciales y anuncios de televisión.

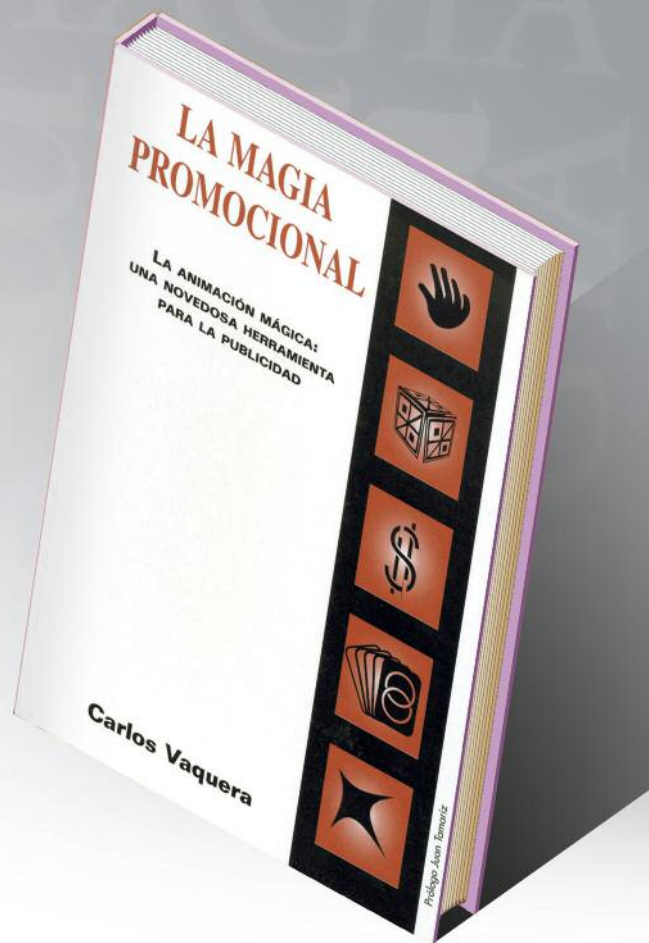
Como auténtico hombre de comunicación que es, creó su propia empresa de eventos «No Limits» en 1991, y ha desarrollado distintas estrategias de comunicación para, entre otros, Perrier, IBM, Swift, Banca Morgan, J&B, Lucky Strike, etc.

En 1994 pasó al mundo de la televisión en la cadena RTBF, para la que presentó el programa diario de entrevistas «Carlos et les autres», seguido en 1995 por «La Bande à Carlos», para, por último, acceder en 1996, 1997 y 1998 a la franja horaria de mayor audiencia con la emisión de «Pour la Gloire».

La Magia

PROMOCIONAL

por **Carlos Vaquera**



Páginas
LIBROS DE MAGIA



Prólogo

de **Juan Tamariz**

¡No le hace falta nada a este hombre!

Carlos es la elegancia andante. Pero no sólo la elegancia gestual, sino también la elegancia intelectual.

He asistido, a lo largo de los años, al desarrollo como artista de Carlos. He visto, año a año, cómo crecía mágicamente, cómo desarrollaba su propia naturalidad escénica, cómo ahondaba en su conocimiento de este nuestro Arte que Carlos tanto ama.

Y esa es la clave, creo: su amor, su pasión por la Magia.

Cada año nuestra cita en Las Jornadas de Cartomagia de El Escorial nos han unido en la común pasión.

Allí, Carlos Vaquera, delante de un grupo de seleccionados artistas (algunos de ellos entre los más conocedores del mundo) nos ha deslumbrado con su magia, su conocimiento y lo que es más importante, su persona y su humanidad.

Prólogo: Juan Tamariz
ISBN: 978-84-89749-07-8
Páginas: 144
Encuadernación: rústica
P.V.P.: 27,00€

www.librosdemagia.com