

# Las marcas y el poder del *marketing*

“Consumer Whore”

Ver:

<http://www.illegal-art.org/print/index.html#consumer>

¿Quién controla a quién?

Clase 7: 28 de octubre de 2003

# Nuestro curso

- ¿Qué es la globalización?
- El hip-hop en diferentes culturas
- **Poder corporativo frente a poder del consumidor**
- Los mundos de los medios de comunicación
- Proyectos individuales

# "La publicidad no me influye"

- *Branding* global “Los verdaderos colores de Benetton”
- *Branding* étnico Ver:  
<http://adbusters.org/spoofads/fashion/benetton>
- *Cool hunting* (caza de tendencias)
- *Marketing* aplicado a situaciones

# Gladwell (1997) "*The Coolhunt*"

- Reglas para ser *cool* ("estar a la última")
  - Cuanto más lo persigas, más huirá de tí
  - Lo *cool* nace, no se hace (ni siquiera la gente famosa escapa a esta regla)
  - Para conocer gente *cool* hay que ser uno de ellos
- La clave del *coolhunting* ("caza de tendencias"):
  - buscar primero a la gente que está a la última, y sólo después averiguar qué es estar a la última

Ver:  
[Look-Look.com](http://Look-Look.com)

# Latinidad

- el "mercado hispano" está formado por grupos humanos muy diversos
- la creatividad reside en la autenticidad (lenguaje y rasgos étnicos)
- pocos estudios de mercado, prevalece la autenticidad cultural
- piense en algunos ejemplos

# Alex Shakar, *The Savage Girl*

- Hay que buscar las contradicciones para obtener el ideal. (58)
- "*Paradessence*"  
(la esencia paradójica típica de un producto)
- El café, los helados, la música comercial . . .

“Consumer Whore”

Ver:

<http://www.illegal-art.org/print/index.html#consumer>

“Vallas que encierran,  
ventanas que abren posibilidades”  
- ver [nologo.org](http://nologo.org)

- El *branding* (asignación de marcas) corporativo es un nuevo producto de alcance multinacional
- La visibilidad es a la vez un punto fuerte y un punto débil
- El "control" de la cultura es sutil (*marketing* frente a saturación)