

ACTIVIDAD PRÁCTICA TEMA 2: ENTORNO CULTURAL

David Martínez Díaz GII-ADE

1.- Mediante los anuncios que se puede bajar de prado sobre la campaña “Ponte Coyote” de Victoria y los vínculos al final de este documento sobre las campañas de Toña, intente encontrar el mayor número posible de elementos típicos de la cultura nicaragüense. Para ello busque dichos elementos en páginas web diversas.

En los primeros anuncios de “ponte coyote” no hubo un gran éxito, debido entre otras causas a que no hubo una gran identificación por parte de los nicaragüenses, sin ningún tipo de relación con los jóvenes, su principal fuente, ni con la cultura de Nicaragua. Aun así, encontramos elementos como:

La expresión nicaragüense “ponte coyote”, que significa que sea pillo. Podemos destacar también la playa San Juan del Sur, famosa por su belleza y por su gran atracción turística y al cantante nicaragüense Luis Enrique, llamado allí como el príncipe de la salsa.

En cuanto a Toña, si se puede apreciar más, los diferentes símbolos de este país, como puede ser la imagen de Granada y del lago de Nicaragua, a la vez que sus desfiles, danzas y sus trajes tradicionales. Hay que resaltar los trabajos de mimbrenría, muy famosos en este país, como la feria de toros, y personajes patronales como, por ejemplo, Managua.

Por último, cabe añadir la gastronomía típica de allí, como los caballos bayos o las fritangas, el famoso volcán Mónico y la laguna de apoyo, además del río San Juan y la fortaleza Inmaculada Concepción.

2.- Realice un análisis de la campaña de Victoria “Ponte Coyote” y por qué cree que fracasó. Asimismo, realice un análisis comparativo entre las dos marcas, Victoria y Toña, a partir de los anuncios que podrá encontrar más abajo y en prado.

En primer lugar, viendo los videos de “Ponte Coyote”, se realizaron dos anuncios, para crear expectativa, intriga y misterio, uno fue el diurno y otro nocturno, eran unos videos cortos de aproximadamente 10 segundos, donde básicamente aparece un coyote y se definían algunas de las cualidades de este, destacando su capacidad para superar entornos adversos y sobrevivir.

Con estos videos, querían hacer que los adolescentes y jóvenes nicaragüenses, se sintiesen identificados con dicho animal, astuto y superviviente de cualquier problema o adversidad, estableciendo así una campaña de expectativa.

Más adelante, sacaron dos nuevos anuncios, donde aparecen jóvenes, con ciertas imágenes relacionadas al coyote, para que se interpretasen de que eran ellos, astutos y pillos. Sin embargo, este tipo de anuncio no tuvo mucho éxito ya que no consiguió atraer a la población joven.

La principal causa por la que esta campaña publicitaria no fue un éxito, es porque los jóvenes al no sentirse identificados con el coyote, debido a la falta de elementos culturales o relacionados con Nicaragua no sintieron ese interés por la marca.

En cuanto, a los videos mostrados en el pdf, podemos ver una clara similitud a la hora de mostrar los elementos culturales, por ejemplo, en cuanto a la cerveza Victoria, han querido mostrar siempre una imagen de felicidad y de fiesta. Además, en su segundo video también podemos ver claramente, una de las famosas playas de Nicaragua, como es la de San Juan, atrayendo así a la población a nivel visual y cultural, pudiendo tocar el ámbito nostálgico u hogareño.

Por otra parte, podemos ver que, en los videos de Toña, esta presenta una mayor profundidad en lo clásico, abarcando el tema de la feria de toros y de las artesanías como es la mimbriería, intentado tocar el interior de la persona nicaragüense o las fiestas tradicionales tocando lo espiritual. En el segundo video, podemos ver aspectos parecidos, como la danza, y tocando lugares geográficos conocidos como son el volcán Mónaco o la fortaleza de la Inmaculada Concepción.

4.- Realice un análisis cultural de la figura del Coyote a nivel de Nicaragua. Realice este mismo análisis a nivel internacional (busque ejemplos en Internet). ¿Con qué elementos se suele relacionar continuamente al Coyote en otras culturas? ¿Es capaz de encontrar alguna donde sea visto con atributos positivos?

A nivel nacional, en Nicaragua, el coyote esta visto como un animal astuto, superviviente, con una gran inteligencia y con sentido del humor, aspectos básicos para poder resolver y avanzar ante cualquier adversidad.

Son ejemplos de estos los famosos “coyotes”, las personas que se dedican a ayudar a los migrantes a cruzar la frontera y poder conseguir una vida normal o simplemente tener un lugar seguro donde poder hospedarse, por eso, se suele ver a los coyotes como gente que ha sufrido o se encuentra en territorios hostiles donde la supervivencia no es fácil.

A nivel internacional, podemos ver que el coyote tiene una imagen de embaucador para algunos nativos americanos, en Europa vemos la forma de un coyote que se rebela contra la sociedad a través del engaño y del humor. Dándole características generales como la astucia y la adaptabilidad.

En mi opinión, pienso que el coyote es un animal que se le da cara de marginado, pero veo que es un animal fuerte, a la hora de sobrevivir por su astucia mental y saber realizar estrategias que le permitan poner los problemas a su favor o cualquier situación.

Ser un coyote puede tener una mala imagen, sin embargo, aunque se le tache de timador, engañoso y falso, pienso que lo hace para el bienestar suyo y para los de su “especie”, con su gran astucia.

5.- Busque 5 marcas que usen a un animal como símbolo. ¿Qué significado tendrían?



En primer lugar, podemos comentar la marca Burberry, la cual tiene un caballo en su logotipo, el cual está siendo montado por un jinete, en mi opinión este logo representa la seguridad, además de tener una fuerza e inercia hacia el futuro o el presente.



En cuanto a Versace, no creo que esta sea como tal un animal, pero contiene un ser místico, como es la medusa, donde representa yo creo que lo celestial o divino, quiere mostrar la calidad de su ropa y poderosa.



La famosa marca de twitter que la integra un pájaro, claramente quiere significar el par de un pájaro, relacionado con la comunicación de los humanos y la libertad para escribirlo rápida y eficazmente.



Por otro lado podemos hablar de los toros de Red Bull, sus bebidas suele provocar que las personas se revolucionen o se vuelvan hiperactivas haciendo referencia a los mismos toros, dándoles una gran energía y fuerza como estos animales.



PEUGEOT

Por último, podemos mencionar al león de la marca de coches Peugeot, esta representa una imagen de poderío, liderazgo, seguridad, robustez y agilidad entre otras, queriendo referirse a su capacidad para trabajar a alta velocidad sin tener que titubear ni desequilibrarse.