



## ¿Qué significado tiene hoy una marca bajo el prisma de la comunicación a través de los medios digitales?

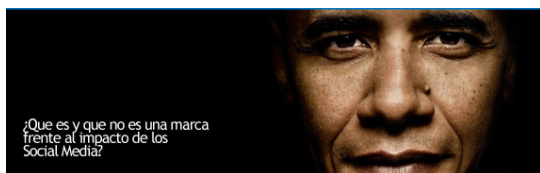
2009-12-22

Este artículo es parte de una colaboración en torno a la definición colectiva del nuevo alcance del concepto.

Hoy tomo la posta de [meme](#) pre-navideña que comenzaran [Jaime y Borja](#) en la semana pasada, donde hemos tenido una estela de personalidades que han aportado jugosos conceptos a la pregunta... [¿Que es una marca para ti?](#)

Luego de los brillantes conceptos de [@tristanelosegui](#), [@mktingtakeaway](#), [@eburgosgarcia](#), [@mcimino](#), [@jordi\\_perez](#), [@RobertoCarreras](#), [@marccortes](#), [@allegro234](#), [@xbermudez](#), [@titonet](#), [@daniseuba](#), [@dponte](#), y [@mausant](#) -a quienes recomiendo leer y seguir vía Twitter- optaré por contribuir desde otra postura. Han dejado el listón muy alto y apuesto que es mejor construir en nuevos espacios, ya que los conceptos hasta ahora desarrollados tienen cimientos muy sólidos y la colaboración permite también un desarrollo en horizontal, sumando dimensiones.

Eso sí, trataré luego de promediar la balanza del género, invitando a buenas amigas a continuar la *meme*.



Barack Obama - Una marca 2.0 | Bridgedworld

### Buscando la marca

Debo decir que veo un resquicio -o dos acaso- por donde sumar a este edificio, ya que se ha



tocado mayormente el tema de la marca desde el concepto del comercio y asimismo, se ha definido en virtud de la seducción (retomando el concepto de [Loved Brand](#))

Desde ya que ha sido lo más lógico trazar el cambio de concepto desde la aplicación más práctica (el comercio) y el aspiracional (seducir, ser *marca amada*). Ya decía en mi descargo que había un alto listo e intentaría ir por otra vía.

De esta manera, creo que vale incorporar una serie de elementos coyunturales:

- La sociedad asume, digiere, interactúa con marcas aún sin consumirlas.
- Los países, lugares, instituciones, políticos, aspiraciones morales de una sociedad generan un alterego. Esa alteridad, ese espejo, también resultan hoy en una marca.
- La sociedad contiene a la marca, la precede, la marca nace geo-ubicada, dentro de un crisol cultural: tiene precedencia, padres, historia social y cultural en su génesis.
- Un marca bebe de marcas simientes, nace de marcas madre, y genera sub marcas.

## Aportes para la re definición

- Una marca es un mensaje que nace como grito y que madura como conversación: Creamos la identidad desde los valores que “queremos emitir” pero solo podemos sustentarla en un universo social dado mediante la interacción con este.
  - Una marca es un complejo heterogéneo de valores propios y percepciones individuales sintetizadas  
Sólo los valores de las entidades están prefijados. Los públicos son complejos. Los individuos tienen aspiraciones y fobias propias que modificarán el consumo identitario social. La síntesis provendrá de aquellos principales tópicos que rodeen la marca sin ser nunca definitivos ni únicos. Para cada sociedad puede tener significados apenas adyacentes.
  - Una marca es una idea que puede existir para sólo un individuo, aún siendo masiva. Cuando se logra modelar un concepto de manera individual y a la vez masiva, nos encontramos con una marca ideal, que aparenta responder claramente a un solo individuo (el deísmo como religión propia en un caso o el lujo como proyección propia)
  - Una marca tiene precedencia  
Teniendo pasado, padres -acaso nacionalidades- tiene derecho de difundir su linaje de manera de crecer en un marco protegido o de provocar un reposicionamiento en su madurez.
  - Una marca engendra nuevas marcas  
Tanto si se lo desea como si no, una marca genera un cambio en la sociedad al aportar elementos de comunicación. La marca crece al encontrar parejas (cobranding), comunidades (wave branding) así como al generar spin off y submarcas. Así como otras marcas le han marcado su nacimiento, esta marcará el nacimiento de nuevas identidades con o sin el consentimiento y participación de la primera.
- De momento paso el testigo a las ladies: [@mariolacorega](#), [@ugeferradas](#) y [@gabycastellanos](#)  
... y os deseo buenas fiestas y feliz Navidad.

**Armando Liussi**

[armando.liussi@bridgedworld.com](mailto:armando.liussi@bridgedworld.com)