LUNES 02.03.15 El Norte de Castilla

Tartera 28 cm. 2 marzo

vocento

APROVÉCHESE

Oferplan El Norte de Castilla

CURSO DE CUPCAKES DE 3 HORAS CON MATERIAL 19€

Aprenda con LILADECORA a realizar con sus propias manos originales creaciones

En elnortedecastilla.es

CONTROL DE DIETA

Es hora de cuidar el peso con nuestra app

CYL DE VINOS

El mejor espacio sobre vinos de la región

ENTRADAS

Adquiera sus entradas sin salir de casa

Hazañas de un mercenario de las ventas

Manuel Romero repasa sus más de dos décadas en la facción insubordinada de la publicidad en el 'Libro de oro del marketing de guerrilla'

ÓSCAR BELLOT

Manuel Romero, frente a una valla publicitaria de Canarias en la Gran Muralla china. En el resto de las imágenes, el logo de Canarias sobre un nadador, un misil Scud, Romero sobre un segmento del Muro de Berlín y portada del 'Libro de oro del marketing de guerrilla'.

Impactar en el receptor a fin de que este compre un producto, se una a alguna causa o tenga presente en su día a día el nombre de una empresa. Ese es el objetivo de cualquier campaña publicitaria que se precie. Pero quienes piensen que para ello es necesario invertir ingentes recursos andan tremendamente desencaminados. En casi todas las ocasiones, lo que persigue lograr el efecto anhelado es un chispazo de creatividad, una idea genial que inocula el mensaje con sorprendente efectividad en la mente del ciudadano. Es precisamente con esa idea con la que entronca el marketing de guerrilla, un término acuñado por Jay Conrad Levinson a mediados de los años ochenta para designar una serie de técnicas y estrategias materializadas por medios no convencionales. Rehúyen los espacios publicitarios al uso y se cuelan en el espacio urbano, convertido en gigantesca valla publicitaria tanto más efectiva cuanto no siempre es percibida como tal por el público.

De ello sabe mucho Manuel Romero, veterano de este oficio entre cuyas hazañas se cuenta la adquisición de ocho segmentos del Muro de Berlín para transformarlos en un monumento a la paz y a la libertad, valores diametralmente opuestos a los que con su construcción defendieron los dirigentes comunistas de la antigua República Democrática Alemana.

Una acción que inauguraría lo que, más de dos décadas después, es una prolífica relación con esta serie de técnicas cuyo germen sitúa el propio Romero en las campañas del británico Thomas J. Barratt allá por el siglo XIX, cuando tras ponerse al frente de la fábrica de jabones que tenía su suegro se hizo con los derechos para reproducir las estampas de John Everett Millais que mostraban rubicundos imberbes en hogares de clase media, asociando así su producto con ideas como el ascenso social o el confort doméstico.

Adquirió cuatro segmentos del Muro de Berlín para convertirlos en monumento a la paz

Responsabilidad de Romero fue también el sorprendente periplo de un misil Scud desde la gélida Rusia hasta las calurosas Islas Canarias, donde acabaría integrando un monumento a la paz. Un trayecto de 4.472 kilómetros por carretera entre Moscú y Algeciras (Cádiz), a los que se agregarían otros 1.220 kilómetros por barco hasta Arrecife (Lanzarote), contemplado con atónitos ojos por los transeúntes que se cruzaron en su camino. O la instalación en 1994 de la primera valla publicitaria en plena Gran Muralla china, un enorme cartel compuesto por tres lonas sostenidas por 600 jóvenes que adornó el tramo de Mutianyu, a 70 kilómetros de Pekín.

De todo ello da buena cuenta Romero en su 'Libro de oro del marketing de guerrilla' (Innova y Comunica Media), un volumen profusamente ilustrado cuya llegada a las tiendas coincidió con el 25 aniversario de la caída del Muro de Berlín.

Dividida en 27 apartados, asociados a otros tantos personajes, la obra explora a través de 837 imágenes acciones tan audaces como la colocación de un mensaje publicitario en la espalda del nadador polaco Rafal Szukala, campeón de estilo mariposa en los Campeonatos del Mundo de Natación de Roma de 1994. Toda una invitación a descubrir las peripecias de este auténtico guerrillero del marketing.

COLCHONERÍAS MIGUEL
SOMOS ASESORES EN DESCANSO

PORQUE TE PREOCUPA EL PRECIO PERO TE IMPORTA LA CALIDAD

Marqués del Duero, 3 (detrás de la Antigua) Ctra. de Rueda, 29 (La Rubia) VALLADOLID