



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Trabajo Final de Licenciatura

El caso “Cris Morena como marca personal”

Estudio de Rebelde Way y estereotipos corporales

Nombre y apellido del alumno: Milagros Villarreal Vizoso

Director de la carrera de Publicidad: Lic. Daniel Gutiérrez

Tutora: Prof. Lic. María Florencia Naudy

Sede: Centro

Buenos Aires, 2023

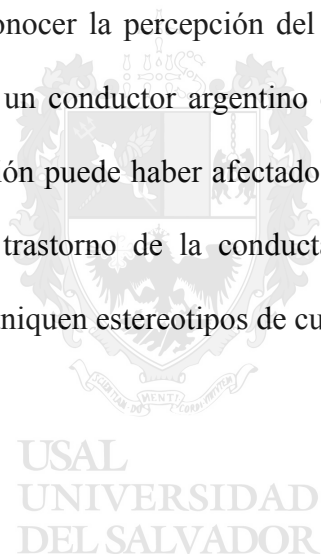
Abstract

En el presente trabajo de investigación realizaremos un estudio sobre Cris Morena como marca personal.

Todos sus éxitos, aquellos que creó y produjo y aquellos en los que participó ayudaron a crear una imagen de marca muy fuerte, justamente como una de las productoras más prestigiosas de Argentina. Sin embargo, la forma en la que ha tratado ciertos temas en sus novelas y en entrevistas, han causado que esa imagen de marca se vea perjudicada.

Por lo tanto, este trabajo plantea como objetivo principal analizar la imagen de Cris Morena como marca personal.

Subsidiariamente, se tratará de conocer la percepción del público sobre Cris Morena como marca luego de sus dichos sobre un conductor argentino durante el 2021 en redes sociales; indagar sobre cómo la globalización puede haber afectado su imagen y, finalmente, analizar la posibilidad de desarrollar un trastorno de la conducta alimentaria luego de consumir productos audiovisuales que comuniquen estereotipos de cuerpo.



Palabras clave: Marca personal - Cris Morena - Rebelde Way - Estereotipos corporales

Índice

Introducción	pág 1
Objetivos principales	pág 3
Objetivos específicos	pág 3
Capítulo 1- Estereotipos	pág 4
1.1 Definición de estereotipos	pág 4
1.2 Tipos de estereotipos: estereotipos corporales y estereotipos de género.....	pág 5
1.3 Estereotipos en la publicidad Argentina.....	pág 7
1.4 Personalidades Argentinas consideradas icónicas a lo largo de la historia Argentina	pág 10
Capítulo 2. Globalización	pág 14
2.1 ¿Qué es la globalización?	pág 14
2.2 Instagram, marcas y publicidad	pág 15
2.3 Tiktok y su formato innovador	pág 17
2.4 Twitter	pág 18
2.5 Youtube y la tecnología on demand	pág 20
Capítulo 3. Adolescencia y trastornos alimenticios	pág 25
3.1 La adolescencia como parte del ciclo de vida	pág 25
3.2 ¿Qué es un trastorno alimenticio?	pág 28
3.3 Anorexia	pág 29
3.4 Bulimia	pág 33
3.5 Trastorno por atracón	pág 35
Capítulo 4. Marcas	pág 38
4.1 Lógica de Marca.	pág 38

4.2 Funcionalidad de Marca	pág 41
4.3 Marketing operativo vs marketing estratégico	pág 43
4.4 La identidad de marca	pág 46
4.5 Notoriedad de Marca	pág 50
Capítulo 5: Marco metodológico	pág 52
5.1 Análisis de caso	pág 53
Conclusiones	pág 62
Bibliografía	pág 69
Anexo	pág 71



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

En el presente trabajo de investigación realizaremos un estudio sobre Cris Morena como marca personal. La productora argentina nacida en 1959 es considerada una de las más conocidas del país, con múltiples éxitos en su haber, como Casi Ángeles, Floricienta, Chiquititas, entre otros.

Todos sus éxitos, aquellos que creó y produjo y aquellos en los que participó ayudaron a crear una imagen de marca muy fuerte, justamente como una de las productoras más prestigiosas de Argentina. Sin embargo, la forma en la que ha tratado ciertos temas en sus novelas y en entrevistas, han causado que esa imagen de marca se vea perjudicada.

En la serie Rebelde Way, estrenada en 2002 el personaje de Angeles Balbiani, Felicitas Mitre, es constantemente agredido y discriminado por su peso y su contextura física. La serie fue recientemente subida a Netflix, una de las plataformas de streaming más utilizadas. Esto permitió que la manera en la que se abordó la gordura volviera a hablarse e incluso a molestar en quienes vieron el proyecto audiovisual luego del 2020. Esto está relacionado con el avance en la sociedad, ya que quizá, en el 2002 era aceptado denigrar a alguien por su cuerpo. Sin embargo, en 2022 eso es inconcebible, porque la sociedad ha avanzado y las mentalidades han cambiado desde entonces. Movimientos como el Body Positive han tenido que ver en estos avances, dado que su objetivo es empoderar a personas con sobrepeso, a la vez que desafiar y cuestionar las maneras en que la sociedad presenta y observa el cuerpo humano.

Sumado a lo mencionado, también durante el año 2021, la productora argentina asistió como invitada al programa de Jey Mammon, llamado “Los Mamones” en donde le hizo un comentario al conductor diciéndole que para conducir la remake de “Jugate conmigo” debía considerar primero bajar de peso.

Creemos pertinente realizar un análisis de la globalización y el avance de la misma, dado que su imagen ha comenzado a ensuciarse ya que los clips de lo sucedido, tanto con el conductor como en la serie Rebelde Way, comenzaron a viralizar en redes sociales, lo que permitió que la información llegara a miles de personas en cuestión de horas. Este fenómeno, no solo posibilita la difusión de la información de manera más rápida sino que también favorece la migración de los usuarios desde los medios de comunicación tradicionales. Esto sucede también con las marcas, las cuales ahora tienen mucha presencia en redes sociales justamente porque facilita la llegada a su target objetivo. Es por eso que haremos un análisis de la teoría de la marca, para conocer en profundidad los ejes de éstas y así poder comprender qué elementos la conforman. Es importante hacer hincapié en el concepto de identidad de marca, que es aquello que distingue a las diferentes marcas de sus competidores en la mente del consumidor.

Los estereotipos son construcciones generalizadas sobre un grupo de personas. Si bien existen muchos tipos de estereotipos, en este trabajo de investigación nos centraremos en los estereotipos corporales, que son aquellas creencias en las que los cuerpos deben verse de cierta manera para considerarse con ciertas características.

Creemos de suma importancia tratar este tema dado que en Rebelde Way, proyecto que trabajaremos, se ha planteado una diferencia muy cruel entre personajes como el de Luisana Lopilato, quien interpretaba a Mia Colucci y Angeles Balbiani, quien interpretaba a Felicitas Mitre. Sus cuerpos eran planteados como extremadamente opuestos, y una de ellas (Luisana) era planteada como la linda y a otra como la fea, teniendo en cuenta únicamente su cuerpo. Si bien las sociedades han cambiado lo suficiente para entender que eso no es correcto y eso no sucede en la vida real, es una información peligrosa de comunicar, sobre todo ahora que se encuentra en una de las plataformas de streaming más utilizadas.

La comunicación de información de este tipo puede causar severas consecuencias en aquellas personas cuyo cuerpo se asemeja al del personaje que está siendo agredido. Es por eso que creemos necesario el análisis profundo de los trastornos de alimentación cuyos patrones más se repiten en niños y adolescentes dado que son aquellos a quienes va dirigido el programa televisivo. Para esto, hablaremos sobre la anorexia, un desorden alimenticio caracterizado por la distorsión en la imagen corporal, la no ingesta de comida y el miedo al aumento de peso; la bulimia, trastorno de la conducta alimentaria relacionada a la purgación del cuerpo, con métodos como la inducción del vómito para facilitar la no absorción de calorías de la comida ingerida; y del trastorno por atracón, que no es muy conocido y se basa en condición en la cual la persona come generalmente una cantidad de comida mucho mayor de lo normal, todo al mismo tiempo.

Objetivo principal

- Analizar la imagen de Cris Morena como marca personal

Objetivos específicos

- Conocer la percepción del público sobre Cris Morena como marca luego de sus dichos sobre un conductor argentino durante el 2021 en redes sociales
- Indagar sobre cómo la globalización puede haber afectado su imagen.
- Analizar la posibilidad de desarrollar un trastorno de la conducta alimentaria luego de consumir productos audiovisuales que comuniquen estereotipos de cuerpo