



[Blogs Informativos Telecinco >](#)

Al abordaje

12 Enero 2006

Marketing de tapadillo

No pasa nada si las empresas utilizan los blogs como un recurso más de marketing. Eso sí, al menos podían avisar de alguna manera que un determinado blog no incluye información de una fuente independiente, sino que se trata de un encargo. (Vía [Periodistas21](#)).

La película "[Brokeback Mountain](#)" cuenta con [un blog en español](#) con información sobre el film. El autor no es un fan desinteresado ni un cinéfilo con tiempo libre, sino el director de [una agencia](#) de "comunicación multimedia". Es de suponer que ha sido contratada para este fin por la distribuidora.

En el blog encontramos referencias a algunas de las críticas que esta historia de amor entre dos cowboys ha despertado en EEUU entre los grupos ultras opuestos a los derechos de los homosexuales. La intención del autor es presentar "Brokeback Mountain" como una película que merece la pena ver.

En cualquier caso, gracias al blog encontramos un detalle de marketing realmente divertido. Nos ofrece el cartel utilizado por la productora para "promocionar "Brokeback Mountain" en publicaciones especializadas dirigidas a exhibidores y profesionales del cine".

Algo tendrá que ver esta imagen de la familia tradicional con la historia que cuenta, pero no es desde luego la que cualquiera relacionaría con una historia de amor homosexual que es ya favorita [para aspirar](#) a los Oscar.



Por **Iñigo Sáenz de Ugarte**

[4 comentarios](#) - [Envía el tuyo](#)

4 comentarios · [Escribe aquí tu comentario](#)

Hola Iñigo

Soy Alex Lamikiz, el autor del blog de Brokeback Mountain, y te voy a contar cómo se ha gestado este tema. Te voy a dar la razón en que tiene algo de operación de marketing, pero no de la película sino del libro. Formó parte, aunque muy a mi aire, del equipo de comunicación del libro de Brokeback Mountain (es curioso que el más que respetable Juan Varela haya dicho en Periodistas 21 que "el Blog no promociona el libro de Annie Proulx"). No tengo reparo alguno en decirlo. Y me siento muy orgulloso de hacerlo porque creo que el libro es jodidamente bueno.


Lo que me preocupa es que todavía tengamos que lidiar con gente que opina que "el buen paño en el arca se vende". Y, sobre todo, cuando se gana la vida con Telecinco, una cadena propiedad de Berlusconi.

No tengo nada contra tí y tu comentario me parece un digno ejemplo de mantener la dignidad dentro del periodismo (respeto tu trabajo), pero me hubiese parecido más coherente haberlo recibido desde un web anti-globalización. Te espero en mi blog. Tú juegas.


 lo dijo [Alex Lamikiz](#) · [13 Enero 2006](#) | [02:43 AM](#)

Toma ya! ahora vas y lo cascás.

xDDD La frase queda que ni pintada.

 lo dijo Albert · [13 Enero 2006 | 03:23 AM](#)

Fabuloso libro, gran película. Habrá muchos que no quieran ver más allá de lo obvio pero esta es una gran historia que alguien tenía que contar.

 lo dijo Mo · [13 Enero 2006 | 07:57 AM](#)

Yo miro hacia arriba y veo TELECINCO.

En el blog marketinero: NO veo "equipo de comunicación del libro de Brokeback Mountain", TAMPOCO veo tu perfil y que estás orgulloso de cobrar por promocionar un libro jodidamente bueno.

Esa es la diferencia, que tu blog no deja de ser un anuncio de esos de "personas de a pie" que han descubierto las bondades de determinado producto.

Y eso no tiene absolutamente nada que ver con la globalización, sino con la ética.

 lo dijo Anti-glob · [13 Enero 2006 | 11:28 AM](#)

Nombre

Correo-e (no aparecerá publicado)

Tu página web

Comentario