



**Mi Universidad**

*Nombre del tema: Antecedentes de la publicidad*

*Parcial: I*

*Nombre de la Materia: Mercadotecnia*

*Nombre del profesor: Cristina Carreri Flores*

*Nombre de la Licenciatura: Diseño Gráfico*

*Cuatrimestre: 5to Cuatrimestre*

Anteriormente ha habido casos de empresas y marcas que han puesto en riesgo su producto e incluso su reputación, esto por razones de hacer promoción a marcas, figuras, publicas, productos, etc. Causando esto desde consecuencias negativas en el marketing hasta meterse a circunstancias legales con terceros y perjudicando gravemente en sus ganancias y tener una significativa perdida de sus consumidores, estos actos y estrategias que han optado dichas marcas/empresas reflejan la ética y moral que manejan con el objetivo de obtener la atención de su público y convencerlos de comprar su servicio o producto, pero se vuelve contraproducente en engañar, estafar o incluso obligar a los consumidores en innovar sus artículos solo para mantener la relación que tienen con los compradores. Esto se podría considerar como un método poco ético solo para tener más éxito en el mercado y poder superar a su competencia y hacer lo posible para no entrar en crisis con sus ventas y de acoplarse a las nuevas demandas y cambios que hay en nuestro entorno. Así que a continuación damos a conocer dos casos de empresas o marcas que se hayan visto en crisis en la que se vio involucrada la mercadotecnia y la ética.

### *Levi's y la apropiación cultural de México*

*Levi's es una empresa estadounidense que desde hace décadas ha sido famoso por sus pantalones vaqueros y demás prendas hechas con mezclilla, existió una campaña en la que se tuvo que afrontar con el gobierno de Mexico por querer apropiarse de diseños de origen indígena, este caso resultó que la misma marca hacia promocion de sus nuevas prendas con diseños que eran similares a los diseños mazatecos, tachándolos de haber hecho "apropiación cultural" utilizando en sus redes sociales con la frase "Llegamos a Oaxaca", llamando esto la atención a un grupo de artesanas mazatecas con el nombre de "Las mujeres de texturas de Oaxaca" expresando su inconformidad por querer apropiarse e invisibilizar a las personas y comunidades que están detrás de hacer dichos bordados.*

*Además, el colectivo expuso su descontento con el gobierno federal porque no les permitieron participar en el evento llamado "Original", que tuvo lugar del 18 al 21 de noviembre en el Complejo Cultural Los Pinos, Ciudad de México. Las mujeres indicaron que no hubo una convocatoria pública para que los colectivos de artesanos presentaran su trabajo y pudieran participar en dicho encuentro.*

*En tanto, colectivos indígenas y activistas reprobaron que el ayuntamiento de Oaxaca hubiera permitido la instalación de una tienda Levi's en la zona del centro histórico, cuando, anteriormente, el artista plástico Francisco Toledo se manifestó en contra de la instalación de una tienda de Mc Donald's y esta ocasión se otorgaron todas las facilidades para la tienda de ropa. Después de los acontecimientos, la presidenta de Jalapa Fernanda Barbosa, pidió a la población defender los bordados de plagio por parte de empresas transnacional por medio de una publicación de Facebook.*

*No solamente Levi's era el afectado por este problema, sino que también se vio perjudicado con su socio Dracco textil, quien está a cargo de la confección de sus prendas, tras haber sucedido esto, el gobierno de México exigió una explicación de lo que hizo la marca, en el que se justificaron de que era una "colaboración" con la gente mazateca cuando en realidad era falso, ya que no especificaron con quien o quienes había colaborado, por lo que a través de la Secretaría de Cultura procedió enviar una carta a Levi's y otra para Dracco textil para explicar con que fundamentos se comercializa y privatiza una propiedad colectiva, ya que existen leyes que respaldan y protegen los derechos de los pueblos indígenas, en la que la Ley Federal de Derechos de Autor, que establece que "el Estado mexicano otorga protección a las obras literarias, artísticas y artesanales de las culturas populares", gracias a una reforma que se aprobó por unanimidad en abril del pasado año 2021 en la Cámara de Diputados. Además, señala que la multinacional debería haber pedido permiso al usar los bordados, y no "deformar la obra" original.*

*Dentro de esa misma carta que mandó la Secretaría de Cultura, menciona que se trata de un principio de consideración ética que, local y globalmente, los obliga a hacer un llamado de atención y poner en la mesa de la discusión pública un tema impostergable, el proteger los derechos de los pueblos originarios que históricamente han sido invisibilizados.*

*También se menciona que, la empresa norteamericana "Levi's Premium, Original Trucker Jacket" contiene en sus pantalones y chaquetas elementos bordados que pertenecen a la cultura mazateca de la comunidad San Felipe, Jalapa de Díaz, de Oaxaca, al sur de México. Según la dependencia, la compañía no utilizó el "mecanismo adecuado para obtener el permiso de dicha comunidad". La titular Alejandra Fraustro, miembro del organismo de la Secretaría de Cultura de México, con sus palabras dijo: "esta 'colaboración' de Levi's con 'artesanos representativos' no es más que otro ejercicio de apropiación cultural y de invisibilizar las personas*

*y comunidades que estamos detrás de las piezas bordadas”, en el mismo sentido, la comunicación de la secretaría reclama: “Se nombran a las empresas y a los artistas visuales detrás del proyecto y se omite el nombre de las artesanas o artesanos que realizan la labor de bordado” y también comentó lo siguiente: “se trata de un principio de consideración ética que, local y globalmente, nos obliga a hacer un llamado de atención y poner en la mesa de la discusión pública un tema impostergable: proteger los derechos de los pueblos originarios que históricamente han sido invisibilizados. Le invitamos a desarrollar un trabajo respetuoso con las comunidades indígenas dentro de un marco ético que no socave la identidad y la economía de los pueblos y apegado siempre a un comercio justo que coloque en un plano de igualdad a los creadores indígenas, empresarios y diseñadores”.*

### *Apple y la obsolescencia programada*

*La obsolescencia es una practica que utilizan las empresas para volver inútil productos viejos y obligando a sus consumidores comprar nuevos modelos para seguir comprando su tecnología, esto se hace mediante la utilización de materiales de baja calidad o la implementación de actualizaciones de software que hace que el producto sea menos funcional con el tiempo. Un ejemplo de esto seria la denuncia que levantó la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) hacia la compañía por ocultar información de la actualización del software y dañaría el rendimiento de terminales, esta denuncia iba dirigida al fabricante que programó y que se vuelva obsoleto el modelo Iphone 6 y quitando así a 4,000 usuarios el uso de dicho móvil, al enterarse de esto la OCU presentó una demanda colectiva para defender en juicio a los afectados y que es un abuso de obsolescencia programada en la gama del Iphone 6, considerando que la compañía ha incurrido a “prácticas injustas, engañosas y agresivas”.*

*Según la OCU, Apple habría actuado “de manera fraudulenta” ocultando información a los usuarios, vulnerando la Ley de Competencia Desleal y la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, también señaló que Apple actualizó el “software” en los diferentes modelos del Iphone 6 “para enmascarar los problemas de rendimiento de sus baterías, sabiendo que causaría una ralentización y pérdida de rendimiento de teléfonos”, con este cambio, los usuarios pensaron que el teléfono móvil se había quedado anticuado por funcionar de forma lenta y llevándolos a cambiar modelo.*

*La actuación "deliberada" de Apple supuso un perjuicio económico para los consumidores de entre 40 y 80 millones de euros, según los cálculos de la Organización. Asimismo, la OCU ha solicitado a Apple una compensación por los daños morales, por lo que eleva la cifra a entre 99 y 189 euros por afectado. «Desde la Organización asumiremos el gasto necesario para entablar esta contienda judicial, pagando los honorarios de abogados y procuradores, para que los afectados no tengan que incurrir en coste alguno», han explicado desde la OCU. Además, en caso de perder la acción judicial, los afectados tampoco tendrán que asumir las costas del proceso. Esta acción se enmarca en la campaña de la OCU para animar a los usuarios afectados a luchar contra la obsolescencia programada. En sentido, busca movilizar a todos aquellos consumidores «que no están dispuestos a tolerar este tipo de acciones deliberadas en contra sus derechos» a que se unan a la campaña y que den su apoyo necesario para poner freno a estas prácticas.*

*Para finalizar este tema, podemos ver que empresas que son conocidas por su público en ofrecer calidad a sus consumidores, a veces se puede notar el tipo de ética que llegan a tener a la hora de vender su mercancía y en como la pueden promocionar, sobre todo en estos últimos tiempos donde el uso de las redes sociales es mas sencillo desenmascararlos y denunciarlos por cometer un delito que puede tener un impacto negativo tanto para la misma marca y/o empresa que para el consumidor, con solo cometer el mínimo error, publicidades cuestionables o usar métodos que resulten ser un beneficio para ellos mismos que para sus clientes; pero el uso de estas practicas ponen en riesgo su propia ética y tener consecuencias desfavorables como afrontar a cuestiones legales (derechos legales, abuso de poder, alteración del producto original, etc.). Es por eso que deben tener cuidado con su imagen para no entrar en conflicto o controversia alguna cuando se trata de lanzar o promover sus servicios o productos.*