

As Tribos Urbanas

Após a globalização, vem a focalização. Esta “evolução”, no fundo, não é mais do que um ciclo que se renova de tempos a tempos. As empresas, que há pouco tempo globalizaram as suas marcas, procuram agora focalizar os seus negócios para nichos de mercado, tentando criar uma relação de qualidade com o seu consumidor.



Neste sentido surge o marketing tribal. Cada vez mais existe uma tendência de agrupamento de certos indivíduos em torno de um determinado estilo de vida. É assim com os góticos, os punks, os hippies, os surfistas, os vegetarianos, os metrosssexuais, os ambientalistas, etc. As empresas querem “entrar” nos seus mundos e fidelizar a respectiva tribo ao seu produto/serviço.

A comunicação apela cada vez mais às fortes amizades, ao núcleo de amigos (que vamos influenciar) ao modo como nos vestimos, falamos, comemos e agimos. Não é por acaso que termos como “moche” ou “tag” são apresentados como marcas, assim como a necessidade de comunicar com os nossos amigos está no topo das prioridades dos jovens de hoje. Qualquer adolescente tem hoje um telemóvel, usa o msn com frequência e tem um blog ou uma página pessoal no hi5 e está associado a dois ou três grupos que lhe são referência.

Os marketeers perceberam que, ao fidelizar um consumidor dentro de um grupo, têm grandes probabilidades de chegar a todos os seus “amigos”. Para isso utilizam, adaptam as suas publicidades à linguagem que se usa no grupo, com todos os termos e elementos gráficos que farão o consumidor identificar-se com o produto.

Slogans como “Think Different.” da Apple ou “Live in your world, play in ours.” da Sony PS2 são indicadores do posicionamento que certas marcas pretendem ter no mercado. Harley Davidson, Apple, Mini Cooper, VW Beetle e Transporter, Moleskine e Vespa são também algumas das referências que se destacam por não comunicar para massas, mas sim para públicos específicos. É o colocar em prática de um velho ditado: Mais vale pouco mas bem, do que muito e mal.

^ Criativo / Designer

Nelson Gago [^]

00:10 quarta-feira, 27 agosto 2008

 [Comentar esta notícia \[0 comentários\]](#)

 [Enviar a um amigo](#)

 [Imprimir esta notícia](#)

 [Criar alerta Flash-Mail](#)