Marcas de emprendimientos privados en Cuba

Por Julio Cesar Serrano Caballero

Cuba es un lugar atipico para las marcas; el propio gracejo del cubano ha recreado en su diario quehacer multiples muestras de su creatividad y humor criollo.

CUBA es un paraíso, eso nadie lo discute. Su exuberancia de playas y paisajes, los carros americanos mantenidos a tuerca y marea, la arquitectura, las tradiciones y un pueblo carismático y servicial componen ese ajiaco de nacionalidad. Desde la apertura a los emprendimientos privados,[1] el humor cubano, la resistencia diaria a las múltiples y complejas madejas de nuestra vida cotidiana, funciona también como eje creativo para el diseño de marcas de locales en las que aparece el doble sentido y la picardía que nos caracteriza. Muchos emprendedores cubanos están utilizando estos recursos como gancho para atraer clientes.

«A pululu» es una expresión popular cubana surgida de un programa de televisión, cuyo origen es el término «pulular» (abundar y moverse mucho en un lugar).

El pensamiento creativo nace de cualquier circunstancia. La apropiación de expresiones surgidos en programas de televisión como *«A pululu»* de uso popular sirve como marca para un local gastronómico, no solo por su valor en cuanto a inmediatez y actualidad, sino con una doble lectura de su terminología al ser sinónimo de abundancia, de cantidad, de algo que esta ahí a la mano. Este recurso permite crear asociaciones mentales más vinculadas a la identidad cubana que al pensamiento mercadotécnico, aunque en su concepción sus dueños no se hayan asesorado con ningún especialista en comunicación.

El uso de contrasentidos también es recurrente no solo en el sector informal sino en las mismas instituciones del estado. Por ejemplo, en Matanzas, mi ciudad, existe una bodega llamada *La Placita y viceversa*. Esta denominación refiere a ambos tipos de establecimientos: la bodega es un local donde se expenden los alimentos de la canasta básica normada, de cualquier tipo, excepto viandas, frutas y vegetales que se venden habitualmente en las placitas.

En el símbolo de KinBar se sugiere una relación sexual, en alusión a la expresión local «quimbar».

Para un extranjero el nombre «KingBar» se refiere a «bar del rey», por su traducción del inglés. Sin embargo, esa expresión puede recibir una interpretación muy diferente en Cuba, ya que el termino *«quimbar»* se asocia a la relación sexual. En este caso la idea ha sido reforzada en el símbolo: una letra K modificada para sugerir una pareja en pleno acto sexual.

Marca construída a partir de satirizar otra marca muy conocida. Se toma una marca muy conocida, se la interviene de forma evidente y se le da otro nombre para que no queden dudas.

Ejemplos como estos pueden encontrarse miles en las calles cubanas, que reflejan cómo la creatividad, el humor y el ingenio, en muchos casos ayudan a suplir la falta de recursos y a lleva adelante negocios exitosos.

Publicado el 11/01/2016

1. No hace mucho que Cuba se ha abierto a que sus ciudadanos desarrollen emprendimientos privados, que allí se los denomina «emprendimientos particulares».

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/marcas-de-emprendimientos-privados-en-cuba