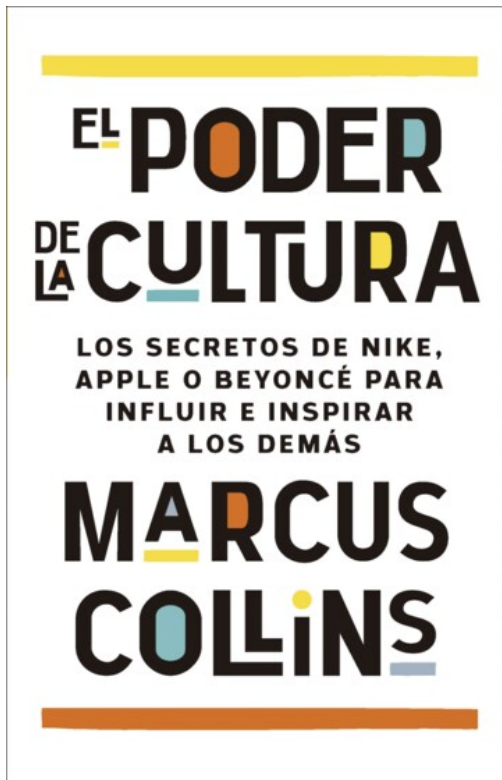




Fecha de publicación:
21/01/2026

Sello Editorial:
Ediciones Península

Contacto de prensa

Nombre: Laura Fabregat

Teléfono: 934928947

Email: lfabregat@planeta.es

Nombre: Laia Barreda Vicent

Teléfono: 93 492 8308

Email: laia.barreda@planeta.es

Nombre: Erica Aspas

Teléfono: 934928752

Email: easpas@planeta.es

El poder de la cultura

Marcus Collins

El creador de campañas de marketing icónicas nos revela su secreto para influir en la sociedad: la conexión cultural

El creador de algunas de las campañas publicitarias más icónicas del siglo revela cuál es el secreto para llegar a las masas: la conexión cultural

Todos somos vendedores, de una forma u otra. El empleado que presenta un proyecto, el emprendedor que busca inversores, el activista que intenta sumar al público a su causa o el *influencer* que nos dice cómo vestir o por qué consumir un producto determinado.

Marcus Collins revela el proceso creativo detrás de las campañas que ha dirigido para Beyoncé y Jay-Z, Nike, Apple o McDonald's, y demuestra que el compromiso cultural es la fuerza más poderosa para influir en el comportamiento humano. Pone en palabras los mecanismos detrás de esa intuición capaz de transformar un producto o una idea en un fenómeno cultural. Y más allá de la teoría, comparte herramientas prácticas para conectar con el público, inspirarlo y apelar a los valores que realmente lo mueven.

«Este libro es la nueva biblia para cualquiera interesado en aprender a influir en el comportamiento a través de la cultura. Lleno de ejemplos brillantes e historias fascinantes.» **Lorraine Twohill CMO, Google**

«Te aviso: te vas a pasar la noche entera atrapado leyéndolo.» **Scott Galloway**



Marcus Collins

Marcus Collins es un publicista y profesor universitario. Ha sido director de estrategia en Wieden + Kennedy New York y profesor de Marketing en la Ross School of Business de la Universidad de Michigan. Reconocido por *Advertising Age* entre los *40 Under 40* y miembro del *Advertising Hall of Achievement*, fue incluido por *Thinkers50* y *Deloitte* en su *Radar List 2023* como uno de los 30 pensadores que están dando forma al futuro. Sus estrategias creativas han impulsado proyectos como la tecnología Real Tone de Google, el festival Made in America y el lanzamiento del equipo Brooklyn Nets, entre otros. Antes de dedicarse a la publicidad, trabajó en las colaboraciones iTunes + Nike y dirigió la estrategia digital de Beyoncé. Doctor en Marketing por la Temple University, Collins investiga el contagio social y la creación colectiva de significado. Vive en Ann Arbor, Michigan.