**Abstract de la conferencia “Cántalo, grítalo, abrázate. Historias de una pelota que no se mancha, pero se marketiniza”**

El marketing llegó a nuestras vidas a mediados de los años cincuenta del siglo pasado, y lo hizo para quedarse. Para los optimistas, como una herramienta para la consecución del bienestar público y privado, y para sus detractores, como un instrumento para la creación y manipulación de necesidades, deseos y voluntades. Situándonos en la primera de estas posiciones, pero sin renunciar a una visión crítica, la actividad propuesta se centra en una serie de historias de marketing mayoritariamente relacionadas con el negocio del fútbol, que describen la evolución de la disciplina, el contexto que debe contemplarse al emplearla y el aprovechamiento de la tecnología y las técnicas proporcionadas por las neurociencias para conocer nuestra reacción ante los estímulos marketineros.