



FOTO: Archivo Particular

LA ESTRATEGIA DE MARKETING PUBLICITARIO DE LA FAMILIA MORALES

Desde mi formación profesional en mercadeo siempre he creído que muchos hechos que parecen espontáneos en la vida pública, en realidad pueden analizarse desde la lógica de la estrategia y el posicionamiento. ***En el mundo actual, donde la atención de la gente se disputa todos los días, aparecer nuevamente en la conversación pública puede ser tan valioso como una campaña publicitaria.***

Por estos días ha generado comentarios una entrevista en la que el reconocido artista vallenato Miguel Morales, junto con sus hijos Kanner y Keiner Morales, manifestaron que si la izquierda volvía a ganar las elecciones en

Colombia considerarían irse del país. La declaración rápidamente empezó a circular en redes sociales, grupos de WhatsApp y conversaciones cotidianas, logrando que sus nombres volvieran a estar en el centro de la opinión pública.

Más allá de la posición política que cada persona tenga, este tipo de situaciones pueden analizarse desde el marketing. ***En términos de posicionamiento, pocas cosas funcionan tanto como la polémica o la opinión fuerte en momentos de alta sensibilidad política. La política genera emociones, discusión y visibilidad inmediata.***

No es la primera vez que ocurre algo así. **En las elecciones en las que resultó elegido el actual presidente Gustavo Petro, la cantante Marbelle también afirmó públicamente que si él ganaba se iría del país. Sus declaraciones generaron titulares, debates y una fuerte presencia mediática durante semanas.** Su nombre volvió a escucharse en todos los escenarios de opinión.

Desde la perspectiva del mercadeo estratégico, entrar en el radar de la opinión pública es una forma efectiva de recordación. **Cuando un artista vuelve a estar en el voz a voz de la gente, vuelve a estar vigente. Su nombre circula, sus canciones se recuerdan y su imagen vuelve a posicionarse.**

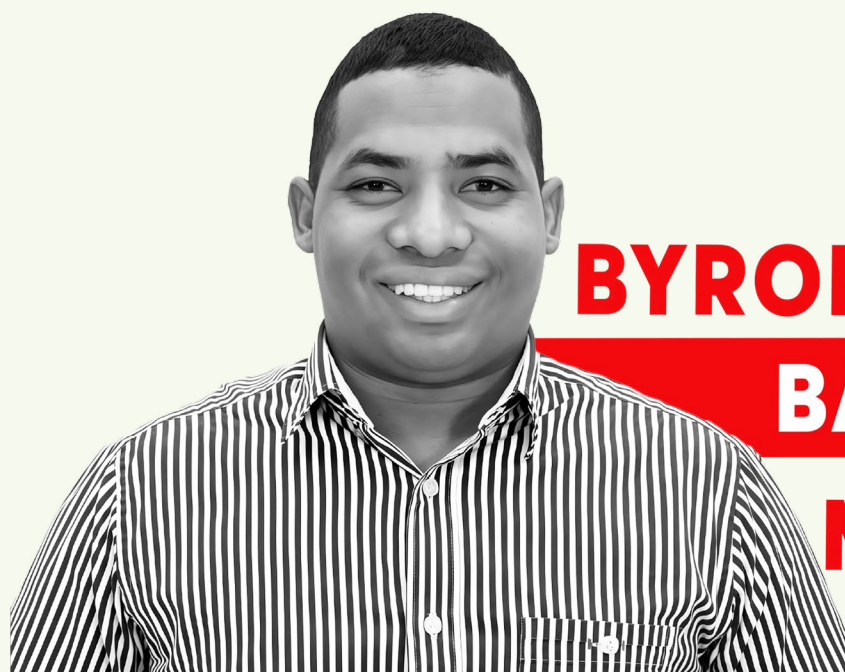
No se trata de afirmar si estas declaraciones obedecen o no a una estrategia planeada. **Lo que sí resulta evidente es que este tipo de**

mensajes logran exactamente lo que cualquier estrategia publicitaria busca: visibilidad, conversación y recordación.

Vivimos en una época donde la política también se ha convertido en escenario de comunicación y posicionamiento. **Las campañas no solo las hacen los candidatos; muchas veces también las hacen quienes logran atraer la atención del público.**

Como profesional del mercadeo entiendo que la visibilidad es un activo valioso. **Pero como ciudadano también creo que debemos aprender a mirar estos fenómenos con criterio y entender que no todo lo que parece espontáneo lo es necesariamente.**

Porque en estos tiempos, aparecer en el debate público puede ser casualidad... pero muchas veces también puede ser estrategia.



**BYRON MIGUEL
BARROS
MEJÍA**