

Opinión

# La marca de Elon Musk



**Maciel Campos**  
Director Escuela de Publicidad y Relaciones Públicas UDLA

COLUMNA DE OPINIÓN

Nuestra sección de OPINIÓN es un espacio abierto, por lo que el contenido es de exclusiva responsabilidad de su autor, y no refleja necesariamente la opinión de esta publicación.

Lunes 15 abril de 2024 | 13:08

Leer más tarde



Agencia EFE

1193 visitas

**E**n marketing, el concepto de "posicionamiento" se define como el lugar que ocupa una marca en la mente de las personas. Los productos y servicios se ordenan en escalas mentales, donde las menos prominentes intentan escalar a cuotas de liderazgo más notorias mediante sus estrategias publicitarias.

Al pensar en marcas de automóviles; ¿cuántas podría enumerar? Estudios afirman que siete es el número promedio.

Ahora, piense en bancos, moda, políticos, artistas, incluso colegas y familiares. ¿A quiénes recuerda rápidamente? ¿Quiénes figuran en su top siete?

Este fenómeno es interesante, ya que usted podría conducir un automóvil de marca distinta al que primero se viene a su mente, o incluso no apetecer algunas de las bebidas de fantasía mencionadas. Sin embargo, aparecerán casi automáticamente, pues ya tienen configurada en usted su posición mental, aun cuando esos nombres le generen sentimientos encontrados.

Elon Musk: disrupción, excentricidad y poder

Ahora, traiga a su memoria personalidades planetarias. Si llega a siete o menos, es muy probable que **Elon Musk** aparezca en su lista, ocupando un nicho casi exclusivo en las categorías: disrupción, excentricidad y poder.

Desde sus inicios más pueriles, el sudafricano ya mostraba un carácter "diferenciado", factor clave para lograr su nicho de posicionamiento en los públicos. Para bien o para mal, el dueño de SpaceX, Tesla y Neuralink, más allá de ser el hombre más rico del mundo, que en sí mismo ya prefigura su propio estrato de posición, se presenta como un ícono de vanguardia, pero también como un símbolo de polarizaciones. Al pensar en él, es indisoluble reconocer su talento al mismo nivel que sus polémicas.

Cambiar el nombre de una red social exitosa por una letra podría ser el típico sello de un empresario que no le teme al riesgo, pero Musk va aún más allá.

Una y otra vez hizo estallar cohetes de varios millones de dólares de su empresa aeroespacial hasta lograr un aterrizaje perfecto. Ya antes había apostado por completo a su compañía de automóviles eléctricos, y cuando probó la resistencia de los cristales de su nuevo camión, ni se inmutó cuando en dos ocasiones seguidas sus vidrios laterales se hicieron añicos.

Tampoco se avergonzó de aspirar marihuana en un programa de radio, o de tiempo en tiempo, hacer declaraciones conspirativas. Ahora, ha pedido la destitución de un juez de la Corte Suprema de Brasil que ordenó el bloqueo a usuarios de extrema derecha en su red social.

Lee también...



### Corte Suprema de Brasil abre investigaciones contra Elon Musk por dichos contra sistema judicial

En la actualidad, este magnate ya imagina su futuro, y el de todo el mundo. Se agrega a su lista de mega empresas Grok, su propia interpretación de lo que debería ser la Inteligencia Artificial.

Aunque en un comienzo fue bastante crítico con estas tecnologías, ahora está entusiasmado sobremanera. En sus propias y recientes palabras: ***“Tendremos una IA que será más inteligente que cualquier ser humano. Probablemente hacia finales del próximo año”***, expresó en una entrevista con el director ejecutivo de un famoso banco noruego.

Esta es la inmensa escalada del hombre que confesó sufrir del síndrome de Asperger en “Saturday Night Live” hace algunos años. Elon Musk no solo está construyendo su propia marca, está redefiniendo lo que significa liderar en un mundo que cambia con rapidez.

Para él, construir posicionamiento implica no solo elegir qué decir, sino también dónde y cómo decirlo, desafiando así las convenciones y perfilando un nuevo estándar en las estrategias que construyen marca personal.