

Las ideas que pegan: por qué algunos mensajes se recuerdan... y otros desaparecen

Por Manuel Muro – Especialista en Comunicación y Oratoria Moderna

¿Qué hace que algunas ideas permanezcan en la mente de las personas mientras otras simplemente se olvidan?

Vivimos en una época donde las empresas comunican más que nunca... pero conectan menos.

Todos los días vemos presentaciones, campañas, juntas, anuncios, correos, videos y publicaciones que intentan captar nuestra atención. Sin embargo, la mayoría desaparece rápidamente de nuestra memoria. No generan impacto. No provocan acción. No se recuerdan.

Gran parte de la respuesta está en algo que muchas empresas todavía subestiman: **la forma en que comunican sus mensajes.**

El problema no siempre es la idea... sino cómo se transmite

En el mundo empresarial es común ver empresas con grandes productos, excelentes servicios o proyectos sólidos que no logran posicionarse con claridad.

Y al mismo tiempo vemos marcas, campañas o líderes que logran quedarse en la mente de las personas incluso con mensajes simples.

La diferencia muchas veces no está en el presupuesto, sino en la capacidad de construir mensajes que sean claros, memorables, emocionales y fáciles de repetir.

Porque una idea poderosa no sirve de mucho si nadie la recuerda.

¿Qué hace que un mensaje “pegue”?

Los mensajes que permanecen suelen tener algunas características en común.

Son simples. Las ideas más memorables suelen poder explicarse con claridad y rapidez. Cuando un mensaje necesita demasiada explicación, pierde fuerza.

Generan emoción. Las personas recuerdan más aquello que las hace sentir algo. Por eso las historias y experiencias suelen tener más impacto que los datos aislados.

Son concretos. Los mensajes ambiguos rara vez permanecen. En cambio, cuando una idea se aterriza con ejemplos claros y situaciones reales, se vuelve mucho más fácil de recordar.

Son creíbles. La confianza sigue siendo uno de los activos más importantes en la comunicación empresarial. Los testimonios y casos reales generan más conexión que los discursos exagerados.

Se pueden repetir fácilmente. Las mejores ideas son aquellas que las personas pueden compartir con otros sin complicarse.

La comunicación también construye cultura

Este principio no aplica solamente para publicidad o ventas. También sucede dentro de las empresas.

Muchas organizaciones tienen visión, valores y objetivos bien definidos... pero nadie los recuerda porque fueron comunicados de forma complicada o poco emocional.

Un mensaje claro y bien construido puede mejorar liderazgo, cultura organizacional, motivación de equipos, ventas y posicionamiento de marca.

Porque cuando las personas entienden y recuerdan un mensaje, es más fácil alinearse a él.

El nuevo reto empresarial: comunicar para ser recordado

Hoy el reto ya no es únicamente comunicar más. El verdadero reto es **comunicar mejor**.

En un mundo saturado de información, las empresas que logren simplificar sus mensajes, conectar emocionalmente y construir ideas memorables tendrán una enorme ventaja competitiva.

Porque las marcas más fuertes no siempre son las que hablan más fuerte... sino las que logran quedarse en la mente de las personas.

Cierre

Tal vez una de las preguntas más importantes que cualquier empresario debería hacerse hoy no es solamente:

¿Qué quiero comunicar?

Sino también:

¿Mi mensaje realmente está siendo recordado?

Porque en un entorno donde todos compiten por atención, las ideas que permanecen son las que verdaderamente generan impacto.

*Este artículo fue desarrollado a partir de la experiencia profesional del autor, inspirado en conceptos del libro **Ideas que pegan** de Chip Heath y Dan Heath, y co-creado con el apoyo de Inteligencia Artificial.*