GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

El marketing ha devorado a la comunicación

Actualidad Empresarial | 29/04/2025 | 00:00

En un mundo donde las estrategias de marketing digital parecen haber tomado el control absoluto de la comunicación, Esther Parejo, mentora especializada en comunicación, visibilidad y autoridad de marca personal, alerta sobre un fenómeno preocupante: la uniformización del mensaje. En esta entrevista, esta experta explica por qué diferenciarse es hoy más difícil que nunca y cómo recuperar el poder de una comunicación auténtica.

Esther, afirmas que el marketing ha devorado la comunicación. ¿A qué te refieres exactamente?

En los últimos años, el marketing digital ha impuesto fórmulas y estructuras que se replican hasta el extremo. Las estrategias que en su origen estaban diseñadas para ayudar a las marcas a posicionarse y diferenciarse, han terminado por generar mensajes calcados entre sí. Si observamos el panorama actual, encontramos discursos repetitivos, frases hechas y promesas vacías que ya no generan conexión real con la audiencia.

Entonces, ¿las marcas han perdido su esencia en el proceso?

En muchos casos, sí. Se ha priorizado la captación rápida y la conversión inmediata sobre la construcción de una identidad sólida y una comunicación con propósito. Esto ha llevado a que muchas marcas personales suenen iguales, sin transmitir lo que realmente las hace únicas. La presión por vender ha eclipsado el valor de comunicar desde la autenticidad.

¿Cómo pueden los emprendedores y profesionales evitar caer en esta trampa?

Lo primero es revisar su comunicación desde la coherencia y la identidad propia. No se trata solo de utilizar técnicas de marketing, sino de preguntarse: ¿Estoy contando algo que realmente representa mi esencia? ¿Mi mensaje está alineado con lo que quiero proyectar a largo plazo? Trabajar la comunicación como un activo estratégico y no solo como una herramienta de captación es clave para construir una marca con autoridad.

En este contexto, ¿qué papel juega la visibilidad?

Un papel fundamental, pero bien entendida. La visibilidad no consiste en estar en todas partes, sino en estar donde realmente importa con un mensaje claro, diferenciador y humano. La autoridad de marca no se logra repitiendo lo que hacen otros, sino ocupando un espacio propio en la mente de tu audiencia. Para ello, es imprescindible trabajar una comunicación con

identidad, propósito y coherencia.

Para cerrar, ¿qué consejo le darías a quienes buscan destacar en este entorno saturado de información?

Que vuelvan al origen. Que se pregunten qué tienen que decir y cómo pueden decirlo de manera que resuene de verdad con su audiencia. La diferenciación no está en las estrategias de moda, sino en la capacidad de comunicar con autenticidad. Y eso, más que una táctica, es una decisión estratégica.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/267285-el-marketing-ha-devorado-a-la-comunicacion.htm