



*Darío Mendoza*

- *Tu voz*

## REGLAS DE ORO DE LA COMUNICACIÓN

- julio 16, 2024

Los líderes políticos más sobresalientes e inspiradores tienen como principal herramienta su comunicación personal. Tienen una causa, la expresan, pero también cuidan el cómo la difunden. Es decir, la comunicación política tiene un fondo y una forma. El fondo es el mensaje; la forma es el cómo se dice ese mensaje. La forma ayuda a transmitir de manera efectiva el fondo.

¿Qué es lo que falla en muchos aspirantes a candidatos o a los que desean convertirse en líderes políticos? En primer lugar, deben tener muy clara su causa, su mensaje, su evangelio, es decir, un fondo. Pero eso no basta, un fondo sin forma hará que el mensaje, por muy bueno que sea, no tenga impacto y no inspire a nadie.

Sin embargo, hay que decir también que la **forma** de comunicar, por muy bien diseñada que esté, que se formule de manera creativa, si carece de fondo, tendrá como consecuencia la falta de credibilidad. Será llamativa, pero no confiable. Y esto es lo que suele pasar cuando los protagonistas políticos buscan más su lucimiento personal, que comunicar con honestidad el valor de su causa, porque tal vez ni la tengan.

Y esto suele pasar la mayor parte de las veces entre los dirigentes y burocracias en el quehacer político. La raíz de esta falla se encuentra en la falta de conocimiento de uno mismo, ni siquiera somos capaces de identificar las verdaderas intenciones detrás de nuestras acciones.

Conocemos la frase “conócete a ti mismo” pero no la entendemos en realidad. El mundo del poder político está lleno de personas que saben mucho, pero entienden poco.

Las tres reglas de oro de la comunicación política son:

1. **Nunca digas algo que no creas.** La gente lo nota. La sociedad no es experta, ni tiene doctorados en lenguaje corporal, pero los ciudadanos observan, producto de su experiencia personal, y los millones de años de evolución humana, que han habilitado nuestra percepción con la capacidad de captar los pequeños micro músculos de nuestro rostro y de nuestro cuerpo, enviando señales que nos ponen en defensa.
2. **Cuanto más vivas lo que predicas, mejor lo dirás.** Muchos políticos hacen propuestas de todo tipo, sobre todo suelen repetir las que están de moda en los medios de comunicación o copian las que postulan los partidos hegemónicos (igualdad de género, sistema de cuidados, etcétera), pero no conocen de lo que hablan, o no son aspectos de su vida cotidiana, ni de su experiencia personal. Me he encontrado con candidatos que hablan del transporte público, pero en su vida han tomado el Metro o el “guajolotero”. Ellos no se dan cuenta, pero no son creíbles.
3. **Busca transmitir la verdad, no tu lucimiento personal.** Esto es aún más complejo, a muchos seres humanos les encanta ser vistos y aplaudidos, la fama y el poder son seductores. Quieren ser aclamados, pero lo disfrazan en frases vacías y causas que no comprenden. Cuando hay líderes convencidos de su causa suelen arrastrar a otros que se identifican con ello. Pero esto es posible, porque lo que importa es esa verdad en la que creen. Lo que, a los ojos de la gente, los hace auténticos.

Las crisis que viven las sociedades actuales es la falta de convicciones sólidas, los liderazgos creíbles e inspiradores. Se ha establecido el imperio de la ambigüedad, incluso en las iglesias. Pero cuando hay crisis, hay oportunidades y los que saben identificarlas a contracorriente suelen dar un gran giro a la historia.

***“A cada época la salva un pequeño puñado de hombres que tienen el coraje de ser inactuales”.***

**G.K. Chesterton.**