Emprendedor político

Tiempo de lectura: 2 min.

Juan Gonzalo Aguilar

Mar, 31/01/2023 - 06:08

La difusión del mensaje en la política tiene un valor capital, el mismo en esencia debe diseñarse en función del o los receptores y de los intereses de estos, así mismo, el mensajero debe gozar en primer lugar de credibilidad y de la confianza entre los que reciben dicho mensaje.

En el pasado reciente, el uso del cara a cara, reuniones grupales, de puerta en puerta y mítines entre otros, era utilizado por el político para exponer sus ideas, sus propuestas y promesas de cambio de situación a favor del ciudadano. Sin embargo, el poder de la radio y la televisión como medio de comunicación masiva fue alejando dicha práctica y si se le suma la pandemia del Covit 19, podemos establecer que la cuesta se empino mucho más a la hora de transmitir el mensaje.

No hay que olvidar que en el caso de Venezuela, tanto la televisión como la radio, son medios de difusión de la propaganda del régimen opresor.

Con este marco, queda a los interesados políticos opositores adaptarse, buscar alternativas, convertirse en un emprendedor de la política a la hora de hacer llegar su mensaje.

Así, aunque las redes sociales estén penetradas por el régimen, estas constituyen, por ahora, la vía expedita que el político tiene en sus manos para la difusión de su mensaje.

Para ello, y, es un punto de vista personal, el político debe debe transformarse en un protagonista del hecho, no desde el mismo hecho, mas bien desde afuera, como un periodista describiendo lo que ocurre y narrando lo que el público quiere escuchar. Es un fin en sí mismo, es la magia de la comunicación a las masas, es el encuentro con la política en la calle.

Notas adicionales

1. Vencer la contrainformación no solo es una necesidad, es un deber, y debe formar

parte de la estrategia.
2. No se trata de informar, más bien de formar conciencia en el ciudadano.
3. La siembra de esperanza va de la mano con las propuestas que se hagan para solucionar el problema.
El emprendedor político es un actor y como tal debe levantar emociones y motivar a quien lo escucha que si se puede.
El lenguaje, aunque directo, debe evitar lo vulgar y estridente.
Lo obvio, aunque lo sea, hay que machacarlo hasta el cansancio para que quede en el consciente y el inconsciente del auditorio (quienes escuchan al emprendedor)
La improvisación es sustituida por un guión previamente concebido y adaptado al hecho o evento que se piensa difundir.
En el guión está contenido el mensaje en sí.

#loquequepaquesesepa

ver PDF
Copied to clipboard