

L U M B R E



Comunicar para acordar: el básico

Materia: Comunicación y Negociación

24/10/2026

Antes de empezar

Muchos cargos públicos hablan mucho y comunican poco: confunden el micrófono con el entendimiento. Esta primera lección del curso fija el básico: tu mensaje no es lo que dijiste, es lo que la gente entendió y recuerda; el ruido (ruido real, de canal y de desconfianza) decide la mitad del resultado; y la coherencia entre lo que dices, lo que haces y lo que otros dicen por ti es el verdadero multiplicador.

QUÉ APRENDERÁS

- Entender la comunicación política como transmisión de sentido en el receptor: identificar ruido, elegir canal y sostener coherencia entre dicho, hecho y contexto.

Tu mensaje no es lo que dijiste: es lo que quedó en el otro

La primera regla, incómoda y liberadora: **el mensaje vive en el receptor, no en tu bocina** (PRINCIPIO de la teoría de la comunicación —quien emite no garantiza la recepción: el sentido se construye con los códigos, humor y desconfianza de quien recibe—). De tu anuncio del nuevo reglamento de tránsito, la vecina no retiene el artículo 14: retiene «les van a quitar lugares a los vecinos» si así se lo contó el que quiere pelear contigo. Comunicar en política es **trabajar del lado del receptor**: anticipar cómo se deforma, quién lo reexplica y con qué filtro emocional llega. Segunda regla: **el ruido decide**. Hay ruido físico (el parlante del foro que no se escucha), ruido de canal (un mensaje de tres párrafos técnicos en historia de WhatsApp: se pierde en el resumen del resumen) y **ruido de desconfianza**: la interferencia más cara —si la gente ya no te cree, todo mensaje pasa por el filtro «seguro miente», y ninguna redacción lo compensa: se paga con conducta sostenida (PRINCIPIO: la credibilidad es el ancho de banda; sin ella, no pasa señal)—. Por eso un político nuevo con agenda ambiciosa comunica mejor con tres promesas chicas cumplidas que con un plan maestro de cuarenta páginas.

Tercera regla: **el canal no es neutro**, y en política el canal es parte del mensaje. Un acuerdo de cabildo enviado por oficio dice «institucional»; la misma idea explicada en la plaza con la gente presente dice «rindo cuentas»; y el audio de sesenta segundos en el grupo de colonos dice «somos muchos y esto sirve». El error clásico del equipo político es tratar la comunicación como **megafonía**: bombardear todos los canales con la misma pieza larga. Cada canal pide su versión: el boletín manda el dato, la rueda de prensa manda la respuesta a la pregunta que ya circula, la visita a domicilio manda la cara y el trato (BUENA PRÁCTICA de comunicación pública: un hecho, varias piezas —no una pieza, veinte lecturas—). Y cuarta regla, la que separa comunicar de actuar:

coherencia entre tres voces —la que tú dices, la que haces (tu voto, tu gasto, tu agenda real) y la que otros dicen por ti (tu bancada, tus mandos medios, tus simpatizantes en redes)—. La gente no te escucha a ti: **te triangula**. Si tu discurso dice «austeridad», tu facturas dicen lujo y tu coordinador dice «es una forma nueva del gasto», ya no hay mensaje: hay caso. Este curso completo —mensaje, oratoria, escucha, negociación— existe porque gobernar es, de punta a punta, **lograr acuerdo entre personas que no están obligadas a creerte**: comunicar es la primera mitad de negociar.

Los cuatro fallidos típicos de un mensaje político y su corrección de fondo.

Fallido	Cómo se ve	Corrección
Mensaje en tu código	El titular técnico que «todo el mundo entendió» menos el vecino	Bajar al terreno del receptor: un solo beneficio, en su idioma
Ruido de canal	El párrafo largo que se reexplica como rumor	Un hecho, varias piezas: versión por canal
Ruido de desconfianza	«Haga lo que digo»: credibilidad gastada	Primero conducta, después discurso; promesas chicas cumplidas
Incoherencia de voces	Tú dices una cosa, tu bancada otra, tu gasto la tercera	Alinear dicho-hecho-entorno o no soltar el tema

1. Un alcalde anunció con bombo la tarifa del agua: la redujo 8 % y quedó por debajo del promedio estatal. A la semana, en el mercado la gente dice «la subió». ¿Dónde falló más probablemente la comunicación?

- ☐ En el dato: la reducción del 8 % era muy chica para merecer anuncio.
- ☐ En el ruido de desconfianza y la ausencia de prueba simple: sin historial creíble y sin un comparativo que la gente pueda verificar (recibo anterior vs nuevo), el titular compite contra el rumor y pierde.
- ☐ En el canal: los anuncios de tarifas solo pueden hacerse por cabildo.
- ☐ En la oratoria: el alcalde leyó el discurso en lugar de improvisar.

2. Si el mensaje se redactó claro y llegó a mucha gente, la comunicación fue exitosa.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

Autocomprobación

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

3. Cuatro prácticas que recomienda el asesor de comunicación de un director de instituto político. En cuál se coló el error:



4. Elige el último mensaje importante que tú (o tu organización) hayas lanzado. Hazle la autopsia con la lección: ¿vivió en tu código o en el del receptor? ¿qué ruido —físico, de canal, de desconfianza— lo mató o lo deformó? ¿qué canal le tocaba y cuál usaste? ¿las tres voces (dicho, hecho, entorno) eran coherentes o el mensaje se desmintió solo? Escribe la versión corregida en tres frases, una por canal que tu audiencia realmente usa, y di cómo la probarías en treinta personas fuera de tu círculo.

Si la autopsia revela que el mensaje nunca pensó al receptor, no es tu fracaso personal: es un proceso ausente. Y los procesos se instalan mañana.

Referencia curricular

Materia:	Comunicación y Negociación
-----------------	----------------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://politica.lumbre.lat/object/tco-neg-r01-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat