

09/03/2016

---

## **Así es la estrategia de comunicación de Hillary Clinton**

ANÁLISIS DE MERCEDES PESCADOR, FUNDADORA DE MEDIALUNA COMUNICACIÓN

Mercedes Pescador, fundadora de Medialuna Comunicación, ha realizado un análisis de la comunicación y el poder de seducción de la candidata a presidenta de Estados Unidos Hillary Clinton en el Seminario organizado por el Instituto Franklin, de la Universidad de Alcalá de Henares, con motivo del Día Internacional de la Mujer.



Lo ha hecho el 8 de marzo, en el II Seminario de Liderazgo transformador: el poder de la superación, celebrado en el Instituto Internacional Franklin, de la Universidad de Alcalá de Henares de Madrid, en el que han participado más de un centenar de directivas y empresarias de todos los ámbitos de la sociedad española. Su conferencia estuvo centrada en el poder de la comunicación de la candidata a la

presidencia de Estados Unidos.

“¿Qué ha convertido en líder a esta mujer de fuerte temperamento, trabajadora y resistente, curtida ya en mil batallas en la siempre dura contienda electoral? Hillary se propuso hace décadas llegar a la Casa Blanca y está a punto de poder intentarlo porque presenta el conjunto de virtudes que hacen grande a un candidato: genio e inteligencia, conocimiento de la realidad, capacidad de trabajo, entusiasmo por su país, optimismo y talento para transmitirlo y los medios necesarios para que esas virtudes puedan comunicarse a los votantes”, ha explicado la politóloga y periodista Mercedes Pescador.

Pescador propuso tres respuestas a la brillante carrera de la candidata a presidenta: “Tiene personalidad, inspira confianza y domina el poder de la palabra, el discurso”. Pescador analizó durante su intervención las claves del éxito desde el punto de vista de la comunicación, entre ellas, las siguientes: “Es una mujer que desde hace tiempo se dio permiso para brillar, para amarse a sí misma. Esa fe en sí misma la transmite en su tono de voz, en su presencia rotunda, en toda su comunicación verbal y no verbal cuando se encuentra con el público”, afirmó.

Pescador comentó algunas de las grandes frases de la historia de las campañas electorales e ironizó con la pregunta: ¿Compraría usted un coche de segunda mano a Hillary Clinton? “Esta maldad -la gran frase contra Nixon- del equipo electoral de Kennedy en la campaña electoral de 1960 alcanzó tanto éxito porque sin decir nada lo dice todo”, explicó la directora de la consultora de Comunicación Medialuna, dedicada al entrenamiento de discursos públicos.

Pescador citó también a James Carville, que dirigió la campaña de Bill Clinton en 1992 e inventó la famosa frase: ¡Es la economía, estúpido!, para explicar la importancia de los mensajes que logran captar en pocas palabras los sentimientos de miles de ciudadanos.

La directora de Medialuna aseguró que la candidata domina los conocimientos de los antiguos romanos en el arte de la política y se refirió al famoso Breviario de campaña electoral, escrito por Quinto Tulio Cicerón para su hermano mayor. Mencionó las argucias y recomendaciones del pequeño de los Cicerón, autor de esta obra, que, en su opinión, siguen siendo sorprendentemente válidas, y que han sido muy utilizadas por Hillary Clinton.

Durante su conferencia, Pescador hizo un repaso por la vestimenta y el lenguaje no verbal de Hillary Clinton: “Usa colores vivos, alegres, llamativos, que ensalzan su poderío. Durante sus discursos públicos, suele extender sus brazos como si quisiera expresar amor por todos los ciudadanos. Sonríe, sonríe siempre y a menudo”, dijo.

Claves de su discurso

“Se ha escrito mucho sobre cómo viste la candidata Clinton, sobre los peinados, sobre si aparece cansada y con arrugas, en fin, sobre los muchos años que tiene. Nada igual se escribe sobre los candidatos, todos hombres, con los que compite, alguno de más edad”, matizó Pescador. Describió a Hillary como una mujer que “ha vencido la gran batalla de casi todos los miedos en el cara a cara ante las grandes audiencias, que se prepara y ejercita su talento”.

Explicó varias razones de por qué su discurso conecta con las masas, Entre ellas, relató las siguientes: “Cuenta una historia, con inicio, nudo y desenlace; piensa en su audiencia, habla para ella y de ella; revela su curiosidad, su pasión, inspira a otros; no alardea ni resulta excesiva en su ego. Se muestra a veces vulnerable, habla de sus fracasos y de cómo los ha superado; no lee o aparenta no leer; no se excede en el tiempo”, dijo.

Pescador terminó destacando la capacidad de trabajo para preparar lo que tiene que decir en cada caso y en cada lugar. “Habla bien y habla lo que debe”, dijo. “¿Cuántos se han excedido en esta máxima de decir exactamente lo que se debe? Nunca olvido lo que le ocurrió al gran Winston Churchill cuando, después de haber dirigido con mano de hierro la guerra contra Hitler, triunfante en mayo de 1945, perdió tres meses después las elecciones generales, y de manera aplastante. “Me he explicado demasiado y con demasiadas palabras”, se quejó Churchill, según la fundadora de Medialuna.

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/7852/cual-es-la-estrategia-de-comunicacion-de-hillary-clinton>