FOTO: Archivo Particular

EL PODER DE UN ESLOGAN POLÍTICO: CUANDO LAS PALABRAS DEJAN DE REPRESENTAR IDEAS Y SE CONVIERTEN EN SIMPLES FRASES DE CAMPAÑA

En política, las palabras tienen poder. Construyen identidades, despiertan emociones, movilizan voluntades y, en ocasiones, logran resumir en una sola frase las aspiraciones de todo un pueblo. ***Un buen eslogan político no es simplemente una combinación de palabras bonitas: es la expresión de una visión, una convicción y una promesa que debe tener sentido para quienes la escuchan.***

Sin embargo, hoy parece que hemos confundido la creatividad política con la facilidad tecnológica. ***Basta con abrir una herramienta de inteligencia artificial, escribir «dame diez eslóganes para una campaña política» y escoger el que suene más atractivo. Así nacen frases que se repiten de candidato en candidato, de municipio en municipio y de elección en elección, cambiando apenas una palabra, un nombre o un territorio.***

Muchos eslóganes, pero pocas ideas. Muchas frases, pero escasa identidad. ***Mucha publicidad, pero poco contenido.***

Y es precisamente ahí donde comienza el problema.

Un eslogan político debe tener forma, pero sobre todo fondo. La forma permite que sea recordado; el fondo hace que sea creíble. ***La forma conquista la atención; el fondo conecta con las necesidades, los sentimientos y las esperanzas de la ciudadanía.***

Hoy encontramos campañas que hablan de transformación sin explicar qué quieren transformar; de renovación sin demostrar qué las hace diferentes; ***de unión mientras sus discursos dividen; y de futuro sin presentar una visión clara del presente.***

Son frases que pueden sonar bien en una valla, lucir atractivas en una camiseta o acompañar una fotografía en redes sociales, pero que, cuando se examinan con detenimiento, no dicen absolutamente nada.

Un eslogan sin identidad es publicidad vacía. ***Y una campaña sin contenido es simplemente una estrategia para conquistar votos, no para construir confianza.***

No se trata de satanizar la inteligencia artificial. La tecnología es una herramienta extraordinaria cuando está al servicio del pensamiento, la investigación y la creatividad. ***El problema aparece cuando dejamos que piense por nosotros, cuando sustituimos el conocimiento del territorio por respuestas automáticas y cuando pretendemos construir una identidad política a partir de frases que cualquiera podría utilizar.***

Porque una máquina puede sugerir palabras, pero no puede reemplazar la experiencia de caminar las calles, escuchar a las comunidades, conocer sus dificultades y comprender aquello que verdaderamente las mueve.

Un eslogan auténtico no debería surgir únicamente frente a una pantalla. ***Debería nacer de una historia, de una causa, de una trayectoria y de una propuesta política que tenga algo real que comunicar.***

Cuando una frase trasciende la campaña

La historia política demuestra que algunas consignas consiguen ir más allá de una elección. ***No necesariamente porque todos compartan las ideas que representan, sino porque logran asociarse con una figura, una trayectoria o una forma particular de hacer política.***

En ***Colombia***, «Mano firme, corazón grande», asociado a Álvaro Uribe Vélez ***desde su campaña presidencial de 2002, ilustra cómo una frase puede quedar vinculada durante años a un liderazgo.*** La combinación de firmeza y sensibilidad produjo una expresión fácilmente reconocible, más allá de las distintas valoraciones que despierta su legado político.

Más recientemente, «Firme por la Patria», utilizado por Abelardo de la Espriella, muestra cómo un eslogan puede convertirse también en marca e identidad de un proyecto político. Su presencia como consigna y distintivo de campaña invita a observar cómo una frase busca reunir a sus seguidores bajo un mismo nombre. Pero convertir un lema en una marca no equivale, por sí solo, a convertirlo en una propuesta de gobierno.

En el escenario internacional, Alexandria Ocasio-Cortez empleó en su campaña de 2018 la expresión «The Courage to Change» («El valor de cambiar»). La frase se vinculó con un discurso de renovación y participación política. Su interés no reside únicamente en la sonoridad de las palabras, sino en la relación entre el mensaje, la trayectoria de la candidata y los temas que llevó al debate público.

FOTO: Archivo Particular

Y en ***La Guajira*** existe un recuerdo especialmente cercano: el «Caminando» asociado al exgobernador ***Hernando de Luque Freyle***. Todavía hay quienes evocan y gritan en las calles «¡Caminando con ***Nando!»***. Esa permanencia en la memoria popular habla de la fuerza que puede adquirir una expresión sencilla, rítmica y conectada con el lenguaje cotidiano de la gente. Estos ejemplos, pertenecientes a épocas y escenarios distintos, comparten una característica: ***las palabras se vuelven reconocibles cuando encuentran una identidad a la cual asociarse. Pero la recordación no prueba, por sí misma, que una promesa se haya cumplido ni que una propuesta sea suficiente.*** Un eslogan puede permanecer en la memoria y, aun así, necesitar ser examinado a la luz de los hechos.

La diferencia entre recordar y representar

La política necesita recuperar el valor de la palabra. ***Necesita entender que comunicar no es llenar espacios publicitarios y que conectar con la ciudadanía exige mucho más que una frase pegajosa.***

También vale la pena preguntarnos: ¿cuántos candidatos podrían intercambiar sus eslóganes sin que nadie notara la diferencia? ¿Cuántas campañas utilizan las mismas palabras porque, en el fondo, no han logrado construir una identidad propia?

La respuesta debería preocuparnos.

Porque cuando todos prometen lo mismo, hablan igual y utilizan las mismas expresiones, la política pierde personalidad y el ciudadano termina enfrentado a una oferta electoral en la que cambian los rostros, pero no los mensajes.

Un verdadero eslogan político debe resistir una pregunta sencilla: ¿qué dice esta frase sobre quien pretende gobernarnos?

Si la respuesta es nada, entonces no estamos frente a una identidad política, sino ante un ejercicio de mercadeo sin sustancia.

Los grandes mensajes políticos no se construyen únicamente para ganar una elección. ***Se construyen para representar una causa, dejar una huella y sostener una coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.***

Por eso, antes de pedirle a la inteligencia artificial que invente un eslogan, quizás muchos aspirantes deberían hacerse una pregunta más importante: ¿qué tengo realmente para decirle a mi gente?

Porque la inteligencia artificial puede ayudar a encontrar las palabras, pero jamás debería ser utilizada para disimular la ausencia de ideas.

Al final, el poder de un eslogan político no está en lo bonito que suena, sino en la verdad que representa.

Y cuando no existe una verdad detrás de las palabras, por más que se repitan, por más que se impriman y por más que se publiquen, seguirán siendo eso: palabras vacías.

FOTO: Gobernación de La Guajira

CINTHYA
ARDILA
SOCARRÁS

cinthyardila
soycinthyardila