W.

Edición 01 · Mayo 2026

LA TRAMPA DEL ESPEJO

Confundir imagen con presencia le cuesta caro al liderazgo.



Wanda Hernández
Executive Consulting

Cuatro palabras que no significan lo mismo

Imagen, presencia, percepción y reputación suelen mezclarse en el lenguaje ejecutivo. Pero no son sinónimos, y tratarlos como si lo fueran cuesta claridad, credibilidad y liderazgo.

En muchos entornos corporativos se sigue premiando la imagen visible antes que la presencia real. Se invierte en apariencia, en tono, en puesta en escena; pero no siempre en el fondo que sostiene la influencia. Esa confusión produce líderes que proyectan corrección, pero no necesariamente confianza.

La imagen es lo que se ve. La percepción es lo que otros interpretan. La reputación es lo que permanece cuando la experiencia confirma —o contradice— esa interpretación. La presencia, en cambio, es otra cosa: una forma de habitar el espacio con claridad, autoridad, coherencia y criterio.

Cuando una organización confunde esas categorías, empieza a tomar decisiones de liderazgo basadas en lo superficial. Y cuando lo superficial guía la elección de voceros, referentes o sucesores, el costo reputacional aparece más rápido de lo que se imagina.

La presencia es otra categoría

La presencia ejecutiva no se reduce a carisma, visibilidad ni dominio escénico. Es la capacidad de transmitir dirección antes de hablar demasiado, sostener criterio bajo presión y comunicar con un nivel de congruencia que inspira confianza.

Por eso puede haber personas muy fotogénicas y muy bien entrenadas para proyectar seguridad, pero con una presencia frágil cuando llega la complejidad. La presencia se revela cuando el contexto exige juicio, escucha, templanza y lectura del momento.

Sylvia Ann Hewlett, Amy Jen Su, Muriel Wilkins y Caroline Goyder han ayudado a ampliar esta conversación desde distintos ángulos. Todas coinciden en algo esencial: la influencia real no nace solo de cómo te ves, sino de cómo piensas, cómo comunicas y cómo haces sentir a otros cuando lideras.

> Presencia no es volumen; es coherencia visible.



La presencia deja huella porque integra fondo, forma y confianza.

01

Lo que Aristóteles sabía y el mercado olvida

Mucho antes de que habláramos de marca personal o executive presence, Aristóteles ya distinguía entre lo que persuade por apariencia y lo que persuade por carácter. En la retórica clásica, el ethos no era maquillaje; era credibilidad encarnada.

Ese recordatorio sigue siendo actual. El mercado premia visibilidad, pero la confianza profunda se construye cuando la autoridad percibida descansa sobre integridad, pensamiento y consistencia. Sin eso, la imagen seduce un momento, pero no sostiene una trayectoria.

02

El activo invisible: la confianza

La confianza es uno de los activos más decisivos y menos visibles del liderazgo. No aparece como línea contable, pero influye en velocidad de ejecución, calidad de las conversaciones, clima interno y reputación externa.

Los hallazgos de Tsankova, Vanman y Kappas recuerdan que las primeras impresiones importan, pero también que la evaluación humana es dinámica. Lo que parece sólido al principio puede desvanecerse si la experiencia no lo confirma. En liderazgo, la confianza no se anuncia: se verifica.

Las preguntas que nadie te hace primero

Antes de invertir en imagen, conviene formular preguntas más estratégicas.

¿Qué comunica tu liderazgo cuando no estás hablando?

Tu forma de decidir, escuchar, responder y sostener tensión comunica tanto como cualquier mensaje formal.

¿Lo que proyectas está respaldado por experiencia real?

La proyección sin sustancia puede impresionar; la sustancia sin narrativa puede pasar desapercibida. El liderazgo necesita ambas.

¿Tu equipo confía en tu claridad o solo en tu visibilidad?

La visibilidad genera reconocimiento.
La claridad genera seguimiento.

¿Tu presencia crea seguridad psicológica o solo distancia jerárquica?

La presencia madura no intimida por ego;
ordena, contiene y orienta.

¿Tu reputación confirma la primera impresión que produces?

La reputación convierte la percepción en evidencia repetida.



Down with Image, Up with Reality.

— Edward L. Bernays



Quién puede ayudarte — y en qué

Cuando el desafío es alinear percepción, confianza y liderazgo, la solución no es cosmética. Requiere una mirada estratégica que conecte comunicación, presencia ejecutiva, reputación y cultura.

Ese trabajo puede tomar la forma de consultoría en comunicación estratégica, desarrollo de presencia ejecutiva, liderazgo basado en confianza y coaching ejecutivo orientado a decisiones, influencia y claridad.

Referencias editoriales e intelectuales

- **Edward L. Bernays** — imagen, percepción y realidad
- **Sylvia Ann Hewlett** — executive presence
- **Amy Jen Su** — liderazgo y gravitas
- **Muriel Wilkins** — coaching ejecutivo
- **Caroline Goyder** — voz y presencia
- **Aristóteles** — ethos y persuasión
- **Tsankova, Vanman & Kappas** — primeras impresiones y evaluación social

Wanda Hernández
Executive Consulting

Strategic Communication
Executive Presence
Leadership Trust
Executive Coaching

www.wandahernandezoramas.com