

ENTREVISTA

EN PORTADA

EL DATO NO MIENTE, EL EGO SÍ

La política mexicana atraviesa una mutación silenciosa. Mientras los reflectores siguen enfocados en giras, discursos y espectaculares, la verdadera disputa se libra en otra dimensión: la percepción. No en la plaza pública, sino en el algoritmo. No en el mitin, sino en la conversación fragmentada de millones de pantallas.

En ese nuevo tablero, donde la reputación puede subir o caer en cuestión de horas y donde la emoción pesa tanto como la ideología, ha surgido una generación de estrategias que sustituyó la intuición por métricas, la ocurrencia por modelado de datos y la propaganda tradicional por microsegmentación quirúrgica.

Óscar Martínez es parte de esa generación.

Lejos del estereotipo del consultor carismático que vende discursos grandilocuentes, **Martínez se define por su frialdad analítica.** Habla en porcentajes, en comparativos, en curvas de crecimiento. **Su lenguaje no es el de la consigna, sino el del comportamiento medible.** Para él, la política no es un acto de fe; es un sistema que puede leerse, interpretarse y optimizarse.

Su trayectoria comenzó en el activismo digital temprano, cuando las campañas apenas entendían el alcance de las redes sociales. **Evolucionó en paralelo con el ecosistema digital, pasando de operar contenidos a diseñar estructuras integrales de percepción:** data, pauta, neuroanálisis, narrativa, gestión de crisis y segmentación conductual.

Hoy encabeza una agencia que opera bajo un modelo 360, donde cada decisión estratégica debe estar respaldada por evidencia cuantificable. En su visión, no basta con "gustar"; hay que generar recordación, reducir estrés cognitivo y provocar conversación orgánica.

En entrevista con Sufragio, Martínez reflexiona sobre la transformación de la consultoría política, el papel del ego en las derrotas electorales, la mitología alrededor de las marcas partidistas y la creciente tensión entre narrativa oficial y malestar social.

ÓSCAR MARTÍNEZ

Estratega Político Digital
CEO Strategik COMPOL & ANALYTICS

 @soy_oscar_martinez

STRATEGIK "Políticamente" INCORRECTOS

Sufragio (SFG) ¿Quién es Óscar Martínez fuera del ruido político?

Óscar Martínez (OM). Soy una persona estructurada, analítica y leal. Creo profundamente en las alianzas. La política es un negocio de relaciones; llegar puede parecer sencillo, mantenerse es lo complejo. Si quieres trascender, necesitas entender que esto no es individual, es colectivo.

(SFG) Tu entrada a la consultoría fue casi accidental. ¿Qué cambió en ti cuando entendiste el potencial digital?

(OM) Entré en 2011 en una campaña eminentemente digital. En ese momento descubrí que el activismo ya no dependía solo de estructura territorial, sino de movilización en red. Ahí entendí que el poder empezaba a desplazarse hacia la percepción digital.

Lo que antes requería ejércitos físicos, hoy puede programarse. Pero el fondo no cambia: sigue siendo estrategia, no ocurrencia.

(SFG) Hablas constantemente de números. ¿Cuándo decidiste que la data debía ser el eje de tu modelo?

(OM) Cuando entendí que la percepción del "cuarto de guerra" casi siempre está distorsionada. Los políticos atacan lo que creen que duele. La data te muestra lo que realmente duele.

En una campaña entendí algo clave: no se trata de golpear donde el candidato quiere, sino donde la ciudadanía ya está hablando. Cuando conectas con ese punto, la narrativa se expande orgánicamente.

(SFG) Fuiste pionero en integrar neuroanálisis al estudio de memes políticos. ¿Qué descubriste?

(OM) Descubrimos algo contundente: el contenido institucional eleva el estrés y baja la recordación. El meme reduce el estrés, aumenta la recordación y genera mayor activación emocional. El cerebro reacciona distinto ante lo que percibe como entretenimiento versus propaganda. Y eso cambia completamente la manera en que diseñamos mensajes.

No se trata de banalizar la política. Se trata de entender cómo procesa información el votante.

(SFG) Has sido crítico del ego en campañas. ¿Por qué?

(OM) Porque el ego mata procesos estratégicos. He visto campañas perderse no por falta de recursos, sino por exceso de soberbia.

El político que cree que su marca basta, se equivoca. La marca puede sostener una base, pero la competitividad real depende del candidato y del contexto.

Hoy no existe una oposición estructural fuerte, existen figuras antagónicas a la narrativa oficial. Y lo mismo aplica dentro del oficialismo: no basta con la marca, necesitas consistencia.

(SFG) ¿Cómo evolucionó tu agencia?

(OM) Pasamos de volumen a calidad. Al inicio trabajábamos con múltiples clientes pequeños. Aprendimos que eso genera desgaste y microgestión constante.

Hoy priorizamos proyectos ejecutivos y estructuras integrales 360: data, pauta, percepción, branding y manejo estratégico de crisis. **No vendemos redes sociales; vendemos arquitectura de narrativa.**

(SFG) ¿Qué campaña te marcó más?

(OM) La reelección en Morelia. Porque fue mi tierra. Porque rompimos el récord histórico de votación. Y porque competimos contra estructuras mucho más grandes.

Aquí confirmé que la metodología funciona cuando el candidato escucha y hay disciplina estratégica.

(SFG) ¿Qué viene para México en términos políticos?

(OM) Veo dos realidades coexistiendo. Un gobierno que intenta sostener su narrativa y un erajo social creciente que todavía no encuentra un vehículo claro.

Las próximas contiendas no se definirán solo por partidos, sino por quién logre interpretar correctamente ese malestar y convertirlo en narrativa estructurada.

La política ya no es territorio contra territorio. Es percepción contra percepción.

En la política de hoy, el poder ya no se ejerce únicamente desde el territorio físico, sino desde el territorio perceptual. La batalla no ocurre solo en plazas públicas o congresos; ocurre en pantallas, en conversaciones privadas, en métricas invisibles que determinan estados de ánimo colectivos.

Óscar Martínez pertenece a una generación de estrategias que entendió ese desplazamiento antes que muchos actores tradicionales. Su evolución no fue ideológica, fue metodológica. Pasó de la intuición al análisis, del activismo digital al diseño estructural de narrativa, del volumen de clientes a la precisión estratégica.

Su enfoque rompe con dos mitos recurrentes en la consultoría política mexicana: que el carisma sustituye estrategia, y que la marca partidista garantiza triunfo.

Para Martínez, ni el ego ni la tradición ganan elecciones. Lo que gana es la lectura correcta del contexto. Y esa lectura se construye con datos, interpretación emocional y disciplina narrativa.

En un país donde la polarización se ha convertido en combustible electoral, su planteamiento resulta incómodo para ambos extremos: ni el oficialismo puede confiar eternamente en su marca, ni la oposición puede sobrevivir sin liderazgos capaces de canalizar el malestar social.

Más allá de partidos, su tesis es clara: la política ya no premia al más ruidoso, sino al más preciso.

En un ecosistema saturado de mensajes, el verdadero diferencial no es quién habla más fuerte, sino quién entiende mejor qué está sintiendo el electorado.

Y ahí, en esa frontera entre emoción y métrica, es donde hoy se define el poder.

“NO ES LO QUE EL POLÍTICO QUIERE POSICIONAR; ES CÓMO LA GENTE YA LO ESTÁ PERCIBIENDO”



@soy_oscar_martinez

strategik
COMPOL & ANALYTICS

strategik[®]

COMPOL & ANALYTICS



CONSULTORÍA ESTRATÉGICA y Análisis Especializado

- Análisis político
- Opinión pública
- Data analytics
- Estrategia y comunicación
- Manejo de Percepción Pública

FROM MEXICO WITH 



Strategik, Compol & Analytics



strategik.compol