ANTES DE GANAR EL VOTO, HAY QUE GANAR LA CONFIANZA



> **ANTES DE DISPUTAR EL VOTO, HAY QUE CONSEGUIR ALGO CADA VEZ MÁS DIFÍCIL: QUE TE ESCUCHEN Y ENCUENTREN UNA RAZÓN PARA CREERTE.**

POR: DANIEL IVOSKUS

El principal adversario de un candidato puede ser alguien que nunca aparecerá en la boleta.

Es la indiferencia de una sociedad que aprendió a seguir de largo cuando la política empieza a hablar.

México se encamina hacia una elección decisiva. En junio de 2027 estarán en juego 17 gubernaturas, la Cámara de Diputados federal y numerosos gobiernos municipales y congresos locales, pero el calendario electoral no organiza las preocupaciones de los ciudadanos. **Mientras los partidos discuten candidaturas y alianzas, las personas evalúan su seguridad, sus ingresos, los servicios que reciben y las oportunidades que tienen.**

DANIEL IVOSKUS

Consultor político, estratega, académico y ex político argentino, ampliamente reconocido a nivel internacional por ser el presidente del Comité Organizador de la Cumbre Mundial de Comunicación Política.

@divoskus
@divoskus



Esa distancia es el primer desafío estratégico. Una campaña puede dominar la conversación entre dirigentes y resultar irrelevante fuera de ella; puede llenar un acto, conseguir millones de reproducciones y seguir sin responder una pregunta elemental: ¿qué tiene que ver este candidato con mi vida?

Las sociedades son más exigentes porque pueden comparar, cuestionar y exhibir contradicciones. Un discurso convive con el archivo de quien lo pronuncia. Una promesa se enfrenta con la experiencia cotidiana. Una respuesta ensayada puede derrumbarse ante una pregunta que el equipo prefirió evitar. La credibilidad se juega en esa relación entre lo que se dice y lo que se puede demostrar.

Por eso, escuchar debe modificar decisiones. Si la investigación sólo sirve para confirmar lo que el candidato ya piensa, se convierte en decoración. Investigar exige descubrir qué preocupa, qué ofende, qué genera esperanza y qué palabras perdieron valor; también obliga a reconocer que dos personas con el mismo problema pueden esperar respuestas diferentes.

Después viene una tarea que muchas campañas subestiman: elegir. Una estrategia necesita prioridades, un sentido reconocible y propuestas que puedan explicarse sin un traductor.

Cuando un candidato quiere representar todas las demandas y participar de todas las polémicas, termina dejando en manos de sus adversarios la definición de quién es.

La comunicación también compite por tiempo. En una misma pantalla conviven una propuesta electoral, un partido de fútbol, una conversación familiar y un video de entretenimiento. La solemnidad no garantiza atención. Hay que aprender a contar, emocionar y despertar curiosidad, pero el recurso creativo debe conducir a una idea política. Si todos recuerdan el video y nadie entiende al candidato, la campaña consiguió espectáculo y dejó pendiente la persuasión.

Otro error es confundir visibilidad con apoyo. Las reproducciones muestran circulación; las urnas exigen una decisión. Entre ambas hacen falta confianza, organización y personas dispuestas a movilizarse. El territorio, los medios y los espacios digitales deben trabajar sobre una misma estrategia. Un mensaje de cercanía pierde fuerza cuando nadie responde al ciudadano que intenta acercarse.



> **SI TODOS RECUERDAN EL VIDEO Y NADIE ENTIENDE AL CANDIDATO, LA CAMPAÑA CONSIGUIÓ ESPECTÁCULO Y DEJÓ PENDIENTE LA PERSUASIÓN.**

Quienes quieran ganar en 2027, necesitan prepararse ahora; formar equipos, interpretar cambios sociales y aprender de experiencias concretas requiere tiempo. La improvisación suele descubrir sus límites cuando ya resulta demasiado costoso corregir.

Con esa convicción realizaremos la próxima Cumbre Mundial de Comunicación Política en la Ciudad de México, los días 24, 25 y 26 de noviembre de 2026. Será un espacio para confrontar ideas, compartir experiencias y fortalecer las capacidades que exige la próxima competencia electoral. Quienes aspiran a ganar tienen una cita con su preparación.

Las inscripciones están abiertas en www.cumbrecp.com. Podemos seguir esta conversación en mis redes sociales, @divoskus. La próxima elección empieza mucho antes de la campana, empieza cuando alguien encuentra una razón para volver a escuchar.



@divoskus
@divoskus