

WASHINGTON

2024 - NÚMERO 8 - WASHINGTON DC - USA

COMPOL



Napolitans 2024
Conozca a los
NOMINADOS Y
GANADORES

Entrevista con

**MARIO
PADRÓN**

"Madame President"

**MARILÚ
BRAJER**

Un legado de vida

COMPOL 100

Class of 2024

Los cien profesionales
más influyentes de la
comunicación política

Entrevista con

**JAVIER
SÁNCHEZ
GALICIA**

Alamy





SUMARIO

4

NAPOLITAN VICTORY AWARDS

Nominados y ganadores de la edición 2024

11

¿FUNCIONARON LAS INVERSIONES MILLONARIAS PARA MONETIZAR LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES DE 2024 EN EE.UU?

Por César Taki Tudares

22

POLÍTICA, CONECTAR MÁS QUE COMUNICAR

Por Maite F. Valderas

24

LA DEMOCRACIA NO ES PERFECTA PERO...

Por Mauricio Jaitt

26

CÓMO ATACAR LAS FAKE NEWS Y VIOLENCIA POLÍTICA DIGITAL

Por Alejandra López Martínez

28

LA DISCIPLINA, EL MÉTODO Y LA ACTUALIZACIÓN PERMANENTE SON FACTORES DE ÉXITO EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

Entrevista a Javier Sánchez Galicia por Jéssica Osorio

34

COMPOL 100

Los 100 exponentes de la industria política más destacados del 2024

48

3 LECCIONES DE LIDERAZGO POLÍTICO QUE HICIERON HISTORIA EN 2024

Por Miguel Ángel Matilla Blanco

50

ENTREVISTA A KIF NAVA: “LA GENTE ESTÁ ÁVIDA DE QUE LE CUENTES UNA HISTORIA”

Por Romeo León

54

CUANDO EL ESCÁNDALO POLÍTICO TOCA A TU PUERTA

Por Braulio González

56

LA IMPORTANCIA DE LOS DATOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Por Leonardo Pérez Bustos

58

ENTREVISTA A GABRIEL SLAVISKY: “LA COMUNICACIÓN REQUIERE DE UNA DOSIS DE DISRUPCIÓN Y PROVOCACIÓN”

Por Jéssica Osorio

62

SENSACIÓN POLÍTICA

Por Gabriel Slavinsky

64

CÓMO SOBREVIVIR LA DISRUPCIÓN ALGORÍTMICA

Por Víctor Mancera C.

66

MARILÚ BRAJER, SU VIDA Y SU LEGADO

Por Washington COMPOL

70

MUJER Y POLÍTICA: EL ABC DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA AGENDA POLÍTICA CON ENFOQUE DE GÉNERO

Por Fanny Ramírez Esquivel

72

ENTREVISTA A MARIO PADRÓN: “EN LAS BATALLAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA GANA QUIEN LOGRA INCIDIR EN LA OPINIÓN PÚBLICA”

Por Jéssica Osorio

74

DEMOCRACIAS DIGITALES: LA CARRERA POR ADAPTARSE A LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Por Leslie Mendoza Zavaleta

77

5 CLAVES PARA LOGRAR UN IMPACTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Por: Gustavo Zúñiga Colín

78

DIRECTORIO DE PROFESIONALES

83

DIRECTORIO DE EMPRESAS



¡UN RECONOCIMIENTO MÁS QUE MERECIDO!

La Washington Academy of Political Arts & Sciences® felicita a todos los ganadores de la doceava edición de los Napolitan Victory Awards. Nos llena de orgullo informar que este año se rompió nuevamente el récord de participación a los considerados como los premios más prestigiosos y codiciados del mundo político.

Estos son los ganadores de categorías especiales:

YOUTH LEADERSHIP AWARD



ADEMIR JEANPIERRE JORDÁN HOLMOS, regidor de la Municipalidad Provincial de Chincha, Perú, publicó su primer libro a los 15 años de edad y organizó el proyecto Steam Girls Chincha, junto a la Embajada

de los Estados Unidos, con el objetivo de desarrollar competencias científicas y tecnológicas en 30 niñas destacadas del área.



ALEJANDRO TORRES, politólogo colombiano especialista en políticas públicas, impulsor de campañas masivas de cuidado y bienestar animal, logró por medio de una acción jurídica detener la tala masiva de

árboles en su localidad y ha impulsado la ciencia por medio de la lectura. Fue nombrado embajador joven de la Cumbre del Agua.



ALEXANDRA INGRID REYES BONIFAZ, peruana que a sus 28 años se desempeña como Regidora Provincial y fundadora de la organización juvenil Exprésate Huaral, iniciativa orientada a promover la educación de calidad.

Su trabajo ha inspirado a jóvenes para continuar sus estudios y suma más de una década de impulsar proyectos en su comunidad.



ANDRÉS KROHNE, joven de 17 años fundador y presidente de la organización Fuerza de Juventud Consolidada. Ha acompañado en la realización de 3 campañas a las elecciones regionales y destaca por su interés en visibilizar a los

jóvenes en la política, por medio de varios espacios académicos y estudiantiles.



ANER ANSORENA MARQUIGUI, oriundo de España, es director de Hauda Comunicación. Ha dirigido 5 campañas electorales en municipios en un año (todas victoriosas) y ha participado en

más de 100 programas de televisión y radio hablando sobre política española.



GABRIELA ALONSO JARAMILLO, colombiana de 22 años con múltiples reconocimientos académicos y cuya cuenta en redes sociales incide a nivel nacional como una fuente de información y una herramienta para orientar a los jóvenes en política.



ISABELLA PEÑA IDROBO, consultora política colombiana especialista en marketing político y estrategias electorales, formó parte del equipo de estrategia general para más de 16 campañas locales en las elecciones territoriales de Colombia 2023 y logró acompañar 9 victorias de alcaldes, gobernadores y concejales.



JHONATAN JOSUJÉ ARANIVA VALLADARES, salvadoreño staff de Politólogos Digitales que ha integrado iniciativas y proyectos a nivel nacional e internacional, fomentando el liderazgo juvenil y el servicio comunitario. También ha participado en proyectos de transparencia y participación ciudadana, promoviendo la rendición de cuentas y el acceso a la información.



JOSÉ JAIME SORTO MENDOZA, estudiante salvadoreño de ciencias políticas impulsor de foros nacionales sobre la juventud salvadoreña y su participación en la democracia constitucional cuyos resultados se presentaron en el Senado de los Estados Unidos, la Cámara de Representantes y la Organización de Estados Americanos (OEA).



JOSÉ RODRIGO QUINTANILLA SÁNCHEZ, director general del Instituto Municipal de la Juventud, en San Pedro Garza García, México y coordinador de relaciones institucionales de la oficina particular del alcalde en dicha área. Desarrolló el proyecto Prepa en Juventud, dirigido a jóvenes que no pudieron concluir sus estudios.



JUAN ROIS, diputado del departamento de Córdoba, Colombia. Fue el concejal de Montería más votado hace cuatro años y lucha por causas que benefician a su comunidad relacionadas con la economía de la zona rural y lucha por mejorar el servicio eléctrico en el área.



JULIANY MINYETY MÉNDEZ, oriunda de República Dominicana, posee varios logros académicos, fue seleccionada como embajadora juvenil de cambio climático y como delegada ante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el cambio climático en representación de su país. Sus acciones promueven el liderazgo juvenil.



KARLA VANESSA GÓMEZ SÁNCHEZ, obtuvo un reconocimiento como líder que inspira a su país, México. Por medio de su trabajo se generan convenios con organizaciones, universidades y gobiernos estatales. Fue acreedora al galardón Mujeres que Inspiran 2023 y es secretaria general de la organización Jóvenes Líderes de México.



KENNY YADIRA RIVAS ASPRILLA, concejal del municipio de Istmina, Colombia. Impulsa proyectos y trabajos sociales con niños en corregimientos, y participa en la recuperación de espacios ambientales y brigadas de salud. También genera espacios de empoderamiento y lucha por establecer mejoras sociales.



LAURA RIVERA BURBANO, activista colombiana que trabaja para apoyar comunidades vulnerables y que lucha contra la desigualdad y exclusión por medio del impulso de causas como la articulación con el sector privado para la donación de alimentos para personas en condición de calle y niños en estado de indefensión.



MANUEL DE LA SOTA, consultor político argentino, quien destacó desde las aulas universitarias y es el impulsor de campañas políticas exitosas y en estrategias sobre comunicación política y plataformas audiovisuales. Fundador de Spaz Digital y VivirEnBarrioJardín. Es asesor de funcionarios estatales.



MARÍA GUADALUPE GALVÁN GARCÍA, socióloga mexicana. Desarrolló una caja de herramientas para la prevención de la violencia política contra las mujeres por razón de género en el Estado de México. Ha participado de manera activa en la promoción de derechos políticos y electorales desde una visión incluyente.



PATRICIA QUETZALLI BAEZA CALZADA, consultora política digital mexicana. Contribuyó a la investigación en ciencias sociales y nuevas formas de interacción desde el área académica. Está comprometida con la consultoría y capacitación en el análisis de tendencias digitales.



SOPHIE WASZKIEWICZ, activista y migrante venezolana quien con su proyecto logró el empoderamiento del diálogo intercultural. Participa en espacios de liderazgo e impacto social para visibilizar a jóvenes migrantes y poblaciones vulnerables. Se dedica a la mejora de ciudades en su país y Colombia.



VALERIA RESTREPO, oriunda de Colombia, es columnista de El Tiempo. Asesoró 25 campañas en elecciones locales de su país, alcanzando la victoria en 17 de estas. Transformó una empresa en su rol como gerente para que respondiera a las nuevas necesidades del mercado, convirtiéndola en la mejor agencia de marketing político en el área.

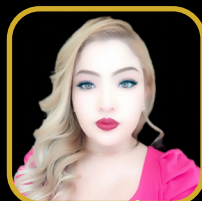
RISING STARS



BRISA MARION FERNÁNDEZ ANGUIANO, consultora y estratega digital mexicana, coordinadora de la estrategia digital de una campaña política en Guanajuato que aprovechó las últimas tecnologías y tendencias en comunicación para conectar de manera efectiva con el electorado. Su trabajo impactó en los estándares de la comunicación política.



CAROLINA ROJAS GONZÁLEZ, servidora pública municipal y activista social mexicana, coordinadora del colectivo VIRINTAD que empodera a las adolescentes y juventud en materia de derechos y participación social. Su proyecto Sexualidad sin fakes fue expuesto como uno de los casos de éxito en Latinoamérica.



CINTHIA ESTEFANÍA TIPÁN SALAS, politóloga internacional, periodista y abogada ecuatoriana, directora provincial de Pichincha en la Red Mundial de Jóvenes Políticos y presidenta de esta red en Ecuador. Su trabajo ha sido reconocido a nivel internacional en varias premiasiones, posicionándose como un ejemplo para la juventud.



CITLALI STEPHANY PÉREZ LUQUE, consultora política y coordinadora de Politólogos Digitales México. Consejera electoral, ha dirigido y publicado importantes proyectos, es analista y difunde temas de investigación y trabajos realizados en campañas. Es reconocida por su trabajo en la consultoría y en la incentivación a la participación ciudadana.



ESTEFANÍA ANDREÍNA HERRERA GUALTA, consultora política y estratega digital venezolana. Es subdirectora de Polítólogos Digitales y ha liderado campañas en varios países de Latinoamérica. Con su trabajo

posicionó e hizo triunfar a un candidato de oposición en la alcaldía de Morazán, El Salvador.



FERNANDO TREJO LUGO, consultor político mexicano y destacado académico que trabaja en campañas electorales nacionales e internacionales. Fundador de la Asociación de Consultores Políticos de Querétaro.

Impulsa la investigación y desarrollo académico de la comunicación política.



GEORGINA CÁRDENAS ACOSTA, doctora en Antropología Social, investigadora y profesora. Realizó un posdoctorado en temas de violencia política, integra y representa varios comités, redes y grupos de trabajo en materia

de género y política. Trabaja en la construcción de programas de prevención en dichos ámbitos.



GIOVANNI PAOLO BERROA OQUENDO, consultor político digital peruano. Estratega de varias campañas triunfadoras, colabora con especialistas en procesos creativos, de investigación, politólogos y comunicadores para

promover mejoras en marcas políticas. Subdirector de la consultora Polítólogos Digitales.



JUANFRAN VELASCO, oriundo de España. Líder de opinión en medios como Huffingtonpost. Lideró la coordinación del Mes Europeo de la Diversidad en España, así como el movimiento inclusivo más extenso, que

involucró empresas, líderes y medios. Destaca por redefinir la comunicación y percepción de instituciones europeas y por promover valores positivos.



JUAN PABLO ALVARADO HERRERA, abogado, psicólogo y consultor colombiano. Aporta a la construcción e implementación del "Proyecto Curie", el cual busca el empoderamiento femenino, el fortalecimiento de las habilidades

en ciencia, tecnología, Ingeniería y matemáticas en adolescentes con entornos de violencia con prácticas y acompañamiento psicosocial.



LEANDRO FAGÚNDEZ SIMMARI, conferencista uruguayo de 29 años de edad, fundador y CEO de OGreat Comunicación & Marketing, agencia que ha trabajado en campañas políticas presidenciales

y departamentales, además de comunicación de Gobierno. El impacto de su organización llega a instituciones educativas de alto nivel con proyectos innovadores.



LUIS BERNARDO NAVA GUERRERO, oriundo de México, ejerce su segundo período como presidente municipal de Querétaro y está posicionado entre los tres alcaldes mejor evaluados del país. Destaca por su desempeño como

servidor público, gracias al impulso de programas sociales que son modelos a nivel nacional.



ÓSCAR MARTÍNEZ, estratega político mexicano. Con su trabajo de investigación, análisis de datos, manejo de crisis y generación de contenido, entre otros, logró revertir la candidatura del partido opositor para garantizar el triunfo

de su campaña con un equipo que se posicionó como una de las agencias más importantes del año.



RICARDO CHONG RUIZ, consultor y estratega político digital mexicano, especializado en marketing. Generador de un ecosistema digital que permite la simulación de campañas digitales y ecosistemas digitales para la

formación de equipos de campaña o de comunicación social a bajo costo y alto impacto.

MUJER INFLUYENTE DEL AÑO



ANA TERESA CASAS GONZÁLEZ, presidenta Municipal de Jilotzingo, México. Lideró una iniciativa para implementar una app móvil que facilita el acceso a servicios de emergencia con énfasis en grupos vulnerables, lo cual visibilizó posibles delitos y proporcionó más atención a problemas locales para mejorar la calidad de vida de la población.



ANDREA RAIZA HENAO CHOQUE, boliviana y CEO de Despega Bolivia Hub. Académica con tres licenciaturas y becaria de prestigiosos centros de estudios. Embajadora para el Harvard Undergraduate Women in Business. Desarrolló los proyectos Girls in Startups y Women Entrepreneurs Bolivia, facilitando la formación de mujeres emprendedoras.



ANDREINA GARCÍA, ingeniera civil, colombiana especialista en agua y saneamiento básico, estudiante de derecho constitucional. Es gerente de la Empresa de Servicios Públicos de La Guajira y ha impulsado gestiones que se traducen en más de 2,500 empleos que impactan a más de 300 mil personas por medio del apoyo para llevar agua a comunidades indígenas.



ESTELA GONZÁLEZ DE ROJAS, directora general de la Sede de Posgrado Columbia de la Universidad de Columbia en su país, Paraguay. Impulsora de convenios académicos nacionales e internacionales quien ha demostrado su compromiso con la sociedad y en el impulso a los estudiantes.



ILEANA ANGÉLICA GARCÍA FRANCO, estratega en comunicación política mexicana con más de 15 años de experiencia asesorando a gobiernos y actores políticos, CEO de GobComm, quien ha elaborado estrategias para más de 20 municipios en el Estado de México y más de 40 actores políticos entre presidentes municipales, regidores, diputados y senadores.



MARCELINA ROMERO, consultora argentina quien se desempeñó como directora del Seminario Comunicación Estratégica con expertos de varios países y de la Cumbre Internacional de Mujeres Líderes, actividad que visibilizó el liderazgo de las féminas en Latinoamérica. Sus actividades buscan desarrollar la capacidad comunitaria y el involucramiento en la política.



VANESSA AGUILAR MORENO, colombiana que ha destacado por su trabajo para reivindicar los derechos políticos de las mujeres negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras en su país. Promueve la educación inclusiva a través de convenios académicos con universidades africanas y colombianas.



VIVIANA ARIAS JIMÉNEZ, empresaria y consultora política colombiana que promueve espacios regionales presenciales del libro El poder de ellas, con entrenamientos y entrega de herramientas para que puedan impulsar proyectos empresariales y políticos. Con su labor se han beneficiado mujeres de manera directa e indirecta a nivel nacional e internacional.



XITLALIC CEJA GARCÍA, presidenta del Organismo Nacional de Mujeres Priíftas en México. Impulsa la capacitación de mujeres en la política con especial atención en quienes están en comunidades rurales. Su objetivo es brindarles las herramientas necesarias para iniciar o continuar su formación en este ámbito para su desarrollo.



JAIME ORELLANA SÁNCHEZ, mexicano con múltiples estudios académicos que funge como director Nacional de Young Panglobalist, organización que defiende la democracia y los derechos humanos. Es diputado federal suplente y es un referente juvenil internacional. Ha obtenido tres Napolitan Victory Awards y ha estado entre los COMPOL 100.

GLOBAL DEMOCRACY AWARDS: INDIVIDUOS



CARLOS MANUEL SOLÍS PANTOJA, activista, consultor y abogado mexicano, fundador de la organización Propósito Juvenil, reconocida por promover la democracia, participación ciudadana y empoderamiento de los jóvenes. Ha liderado campañas e impulsado la participación de jóvenes en política.



JOSÉ LUIS CRUZ VÁZQUEZ, consultor en comunicación mexicano. Organizador y coordinador de la II Semana Iberoamericana de Comunicación, Estrategia y Marketing, la cual impulsó, promovió y desarrolló resultados trascendentales por medio de la conexión de consultores, así como estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México.



CÉSAR MERCADO, magistrado del Tribunal Superior de San José del Guaviare, Colombia, especialista en derecho administrativo, laboral, constitucional, en derechos humanos e internacional humanitario. Docente impulsor de la participación ciudadana en los nuevos departamentos de su país y de llevar la academia a la Amazonia.



LÁZARO JIMÉNEZ AQUINO, asesor político y diputado federal mexicano, capacitador de jóvenes, cuadros y militantes del PRI Nacional, miembros de partidos políticos en Latinoamérica y El Caribe, así como migrantes residente en los Estados Unidos.



DIEGO ADRIÁN DE LEÓN SEGOVIA, consultor internacional mexicano y miembro fundador de la Coalición Under2, la red de gobiernos estatales y regionales para la acción climática. Aboga por una acción climática multilateral inclusiva y equitativa que tenga en cuenta las necesidades y experiencias de la comunidad LGBTQ+.



LUIS BERNARDO NAVA GUERRERO, político mexicano que impulsa programas sociales cuya administración está posicionada como la ciudad con menor percepción de corrupción en el país, así como un modelo para la prevención social de la violencia y la delincuencia. Impulsó la creación de un centro de innovación y tecnología creativa.



MIGUEL FELIPE ARAGÓN GONZÁLEZ

es un joven representante de la etnia wayuu que llegó a ser alcalde del municipio de Maicao, La Guajira, Colombia. Lideró la promoción e incentivo de la ordenanza

impulsada desde la asamblea a los jóvenes destacados de su departamento e impulsó la seguridad en el corregimiento de Carraipia, que era azotada por la delincuencia.



OMAR ANDRÉS REINA MUÑOZ

alcalde del municipio de Anserma, Caldas, en Colombia. Construyó un programa de gobierno inclusivo recorriendo los barrios y veredas del municipio para entender las necesidades

y crear estrategias claves para la recuperación agroindustrial del área. Con su labor, su área destaca por trabajo en conjunto con equidad e inclusión.



OMAR GARCÍA LORIA

presidente nacional del Instituto de Formación Política Jesús Reyes Hroles, de México. Actúa como nexo entre la ciudadanía y el gobierno local, representando los intereses de los vecinos en la toma

de decisiones municipales. Consultor en el Senado de la República y asesora para lograr una presencia digital, robusta y efectiva.



WILLIAM YEFFER VIVAS

LLOREDA, abogado colombiano y defensor de derechos humanos. Logró la implementación de un sistema de formación para la prevención y protección de

DDHH, así como la creación de un grupo de asuntos étnicos, migrantes y refugiados. Comprometido con el apoyo a las poblaciones más desprotegidas de Medellín.

GLOBAL DEMOCRACY AWARDS: ORGANIZACIONES / ENTIDADES



APCO WORLDWIDE, entidad fundada en 1984 integrada en su mayoría por mujeres impulsoras de iniciativas para protección de periodistas en México y la Franja de Gaza, así como una actividad con la Relatora de Especial de

Naciones Unidas Irene Khan, para conmemorar a periodistas asesinados.



FUNDACIÓN GENALGUACIL PUEBLO MUSEO

iniciativa contra la despoblación que convierte las calles en un museo abierto en el que arte, vida y naturaleza cohabitan en un área rural de Málaga, Andalucía,

España, que ha logrado atraer fijar y atraer población en un entorno adverso con generación de empleo de calidad.



SAMU FIRST RESPONSE

organización humanitaria con base en Washington, D.C. que brinda respuesta a migrantes solicitantes de asilo que son enviados desde la frontera con México para

garantizar que sean recibidos de manera digna en esa ciudad y en Maryland. Impactan en la vida de quienes salen de sus países en busca de oportunidades.



TBC MULTIMEDIA LLC / DBA

VPITV, canal de televisión digital con presencia en Miami, Florida; Bogotá, Colombia y Caracas, Venezuela. Sus contenidos buscan conocer los planteamientos de los actores políticos. Son la

fuente principal de información en Venezuela y de organizaciones de derechos humanos.

¿FUNCIONARON LAS INVERSIONES MILLONARIAS PARA MONETIZAR LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES DE 2024 EN EE.UU.?

Por César Taki Tudares* | @cesartakit

Las elecciones presidenciales de 2024 en Estados Unidos demostraron que el dinero invertido en campañas políticas, aunque considerable, no garantiza el triunfo electoral.



Los candidatos Kamala Harris y Donald Trump desplegaron estrategias y recursos millonarios en diversos canales, revelando marcadas diferencias en sus enfoques y prioridades financieras.

Por un lado, la campaña presidencial de Kamala Harris alcanzó una recaudación histórica superior a los 5,000 millones de dólares, lograda gracias al apoyo de destacados donantes como JB Pritzker y Dustin Moskovitz, junto con una sólida participación de pequeños contribuyentes a través de plataformas como ActBlue y el Harris Victory Fund.

Una porción significativa de estos recursos -cerca de 301 millones de dólares-, se destinó a publicidad en estados clave como Pensilvania, Michigan, Georgia y Arizona, buscando optimizar su visibilidad y alcance electoral.

En cuanto a publicidad digital, Harris invirtió aproximadamente 113 millones de dólares en anuncios difundidos principalmente en Facebook e Instagram de julio a octubre de 2024, con un 99.8% de estos anuncios concentrados en dichas plataformas. Esta estrategia resalta un esfuerzo por captar audiencias específicas mediante canales digitales, especialmente en los estados clave.

Por otro lado, Donald Trump y sus aliados recaudaron cerca de 1,800 millones de dólares, con una significativa participación de pequeños donantes, quienes aportaron un promedio de 60 dólares cada uno. De esta cifra, se destinaron aproximadamente 1,600 millones a actividades de campaña, destacando la inversión en publicidad en estados estratégicos.

En cuanto al ámbito digital, la inversión fue más modesta, con 17 millones de dólares dirigidos principalmente a anuncios en Facebook. A pesar de un alcance limitado en plataformas digitales, la campaña se benefició del apoyo de prominentes multimillonarios como Timothy Mellon y Elon Musk, además de asegurar 329.4 millones de dólares adicionales a través de super PACs republicanos como el WinRed.

A pesar de la ventaja financiera de Harris sobre Trump, el resultado final dependió de otros factores como la movilización de votantes, la conexión con sus preocupaciones y la percepción pública de los candidatos. Aunque Harris superó en recaudación y gasto digital, su campaña no logró asegurar la presidencia, lo que subraya que las estrategias, los mensajes clave y las dinámicas externas fueron más decisivos que el presupuesto invertido. Asimismo, la segmentación de audiencias y la inversión en swing states resultaron clave para ambos candidatos, pero los republicanos lograron movilizar su electorado, conectándolos con mensajes dirigidos a preocupaciones específicas de su base, y un enfoque estratégico en estados clave.

En conclusión, las elecciones de 2024 destacan que, aunque el financiamiento es esencial para amplificar los mensajes de campaña, su impacto real depende de una estrategia bien ejecutada y de factores externos como el contexto político y social. Estos elementos, más allá del presupuesto, son los que finalmente determinan el éxito o el fracaso en la contienda electoral.



A pesar de la ventaja financiera de Harris sobre Trump, el resultado final dependió de otros factores”.

*Columnista experto en comunicación persuasiva.



The 2024
NAPOLITAN
VICTORY AWARDS

CONOCE A LOS NOMINADOS Y GANADORES DE LA EDICIÓN 2024

A1-TH – CAMPAÑA DEL AÑO

ARBOVIRUS Brasil

CAMPAÑA AUDIOVISUAL PARA EL LANZAMIENTO DE LA CANDIDATURA PRESIDENCIAL BIDEN-HARRIS 2024 EN FLORIDA Estados Unidos

CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE ESPAÑA, PEDRO SÁNCHEZ-PSOE España
» **WINNER 2024**

CÓRDOBA PRIMERO Colombia

EXPERIENCIA Y AUTORIDAD Colombia

MAURICIO KURI - GOBIERNO DEL ESTADO DE QUERÉTARO México

MI QUERÉTARO LINDO México

NYC SHOOK THINGS UP Estados Unidos

PAN EDOMEX México

PLEBISCITO CONSTITUCIONAL CHILE Chile
» **WINNER 2024**

A2-TH - CONSULTOR DEL AÑO

ALEIX SANMARTÍN España
» **WINNER 2024**

CÉSAR CALDERÓN AVELLANEDA España

FEDERICO ARANDA México

JORGE GEREZ Brasil

MIGUEL JARAMILLO LUJÁN Colombia

A3-TH - ESTRATEGIA DEL AÑO

ALEIX SANMARTÍN España

CARLOS FERNANDO SÁNCHEZ DUQUE Colombia

JORGE GEREZ Brasil

LUIS DAVID DUQUE GARCIA Colombia
» **WINNER 2024**

OSCAR MARTÍNEZ México

RODRIGO AGUILAR BENIGNOS México

A4-TH - FIRMA CONSULTORA DEL AÑO

EQUILICUÁ S.A. Ecuador

ESTRATEGIA & COMUNICACIONES S.A.S. Colombia

JARAMILLO LUJÁN ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN S.A.S. Colombia

OJIVA CONSULTORES México
» **WINNER 2024**

TAKTICOM España

A5-TH - CAMPAÑA ELECTORAL DEL AÑO

CÓRDOBA PRIMERO Colombia
» **WINNER 2024**

ECUADOR SIN MIEDO Ecuador

PAN EDOMEX México

PRIMERO LA PALABRA CAMPAÑA LA GUAJIRA Colombia

UNIDOS PARA AVANZAR Colombia

A6-TH - CAMPAÑA GUBERNAMENTAL DEL AÑO

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA Colombia

ARBOVIRUS BRASIL

MAURICIO KURI - GOBIERNO DEL ESTADO DE QUERÉTARO México

MI QUERÉTARO LINDO México
» **WINNER 2024**

OBRAS (PERTO X LONGE) Brasil

SEMENTES DA RESPONSABILIDADE Brasil

TRABAJO QUE LO LOGRA Brasil

VALLARTA: EDUCACIÓN SEGURA, DESARROLLO SOCIAL Y SERVICIOS PARA LA TRANSFORMACIÓN México

A7-TH - CAMPAÑA DIGITAL DEL AÑO

ARBOVIRUS Brasil

» **WINNER 2024**

CÓRDOBA PRIMERO Colombia

OMAR GARCÍA HARFUCH - JEFE DE GOBIERNO México

PAN EDMEX México

» **WINNER 2024**

THE BIAS REMAINS Uruguay

A8-TH - CAMPAÑA AUDIOVISUAL DEL AÑO

ECUADOR SIN MIEDO Ecuador

MÉTODO PARANÁ - PSD Brasil

» **WINNER 2024**

WILLIAM, LA GENTE TE QUIERE Colombia

A9-TH - SPOT DEL AÑO

5 VECES - JORGE REY - CAMINANDO, ESCUCHANDO, GOBERNANDO Colombia

COMPRA EN EXTREMEÑO España

EL JUGADOR #12 Colombia

MÉTODO PARANÁ - PSD Brasil

PERSEVERANCIA Colombia

» **WINNER 2024**

QUERÉTARO LA CIUDAD QUE QUEREMOS - BLOQUE México

QUERÉTARO LA CIUDAD QUE QUEREMOS - PROGRAMAS SOCIALES PARA MUJERES México

THE BIAS REMAINS Uruguay

A10-TH - CONSULTOR REVELACIÓN DEL AÑO

ALBERT SAGARRA BRUGUERA España

» **WINNER 2024**

ARLEY DARIO BASTIDAS-BILBAO Colombia

» **WINNER 2024**

DANTE AGUILAR CALVO México

» **WINNER 2024**

EDUARDO REINOSO Ecuador

» **WINNER 2024**

HERVEY ARTEAGA ZAMORA México

» **WINNER 2024****ELECCIÓN GUBERNAMENTAL ESTATAL/REGIONAL**

CAMPAÑA PRESIDENCIAL AUTONÓMICA VALENCIANA España

CÓRDOBA PRIMERO Colombia

EXPERIENCIA Y AUTORIDAD Colombia

GANAR CON NEGATIVOS. ESTRATEGIA DE CAMPAÑA PREFECTURA DE PICHINCHA ECUADOR 2023 Ecuador

VAMOS A DESPERTAR SAN JUAN! Argentina

» **WINNER 2024****ELECCIÓN MUNICIPAL DEL AÑO**

ANDRÉS ALCALDE DE SINCÉ, COLOMBIA - SIGAMOS AVANZANDO Colombia

CAJICÁ IDEAL Colombia

ELECCIÓN PARA ALCALDE/ INTENDENTE DE LA CIUDAD DE LA PLATA EN ARGENTINA Argentina

» **WINNER 2024**

LA ESPERANZA POSIBLE España

OPOSICIÓN CIUDADANA Colombia

ELECCIÓN PARA CONGRESO/ PARLAMENTO

LA ESPAÑA DE TODOS España

» **WINNER 2024****PUESTOS MISCELÁNEOS**

JONNATHAN VELA, CONCEJAL Colombia

» **WINNER 2024****INFORME/REPORTE GUBERNAMENTAL**

ALEJANDRO NAVARRO SÍ CUMPLE - SEGUNDO INFORME DE GOBIERNO México

INFORME DE ACTIVIDADES "ALE PEÑA" México

» **WINNER 2024**

IPVA FACILITADO Brasil

LUIS NAVA RESULTADOS CONTIGO México

SEGUNDO INFORME LEGISLATIVO DE LABORES México

CAMPAÑA MARCA CIUDAD O PAÍS

AÑELO, CORAZÓN DE VACA MUERTA Argentina

» **WINNER 2024****CAMPAÑA DE IMPULSO TURÍSTICO**

CAMPAÑA #VISIT VALLE DEL CAUCA Colombia

» **WINNER 2024****CAMPAÑA GUBERNAMENTAL MUNICIPAL DEL AÑO**

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA Colombia

MI QUERÉTARO LINDO México

RESCATEMOS BABAHOYO Y

TORINOTAS Ecuador

» **WINNER 2024**

TU INDIFERENCIA ME MATA México

YO AMO A MI CIUDAD. CIUDAD DE LA PLATA. ARGENTINA Argentina

CAMPAÑA GUBERNAMENTAL DE BIEN PÚBLICO DEL AÑO

ARBOVIRUS Brasil

» **WINNER 2024**

LIGA 075 México

TU INDIFERENCIA ME MATA México

DIRECTOR/GERENTE DE CAMPAÑA DEL AÑO

LESTER TOLEDO Venezuela

» **WINNER 2024**

CONSULTOR DE ORATORIA Y DEBATE DEL AÑO

FANNY RAMÍREZ ESQUIVEL Costa Rica

GABRIEL SLAVINSKY Argentina

GUSTAVO ZÚÑIGA COLÍN México

IGNACIO DE MOYA España

» **WINNER 2024**

MIGUEL ÁNGEL MATILLA BLANCO España

» **WINNER 2024**

CONSULTOR DEL AÑO: EN UNA CAMPAÑA DIGITAL

AUREOLA DEL SOL CASTILLO PERALTA México

» **WINNER 2024**

CARLOS AUGUSTO SUÁREZ ROJAS Colombia

JULIÁN KANAREK Uruguay

OSCAR MARTÍNEZ México

ENCUESTADOR/A DEL AÑO

LEONARDO PÉREZ BUSTOS Argentina

» **WINNER 2024**

COACH POLÍTICO DEL AÑO

CARLOS ANDRÉS ARIAS ORJUELA Colombia

ESTEBAN VICUÑA MARTINEZ Venezuela

» **WINNER 2024**

GABRIEL SLAVINSKY Argentina

GILDARDO ARIAS VIDALES Colombia

YURY CONSTANZA RAMIREZ DIAZ Colombia

FIRMA REVELACIÓN DEL AÑO

CANCHITA, BOUTIQUE PRODUCTORA México

CONEXIÓN Estados Unidos

» **WINNER 2024**

HAUDA COMUNICACIÓN España

SER DIGITAL BY AUREOLA DEL SOL México

AGENCIA DIGITAL DEL AÑO

CIUDADANA Uruguay

ENTER COMUNICACIÓN Argentina

STRATEGIK COMPOL & ANALYTICS México

» **WINNER 2024**

AGENCIA AUDIOVISUAL DEL AÑO

CIUDADANA URUGUAY EL DIA D -LATAM- Colombia

» **WINNER 2024**

I LATINA Argentina

FIRMA ENCUESTADORA DEL AÑO

ATENEA México

CIEES CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS ESPECIALIZADOS Ecuador

» **WINNER 2024**

ESTRATEGIA MARKETING POLÍTICO Colombia

CAMPAÑA DIGITAL ELECTORAL DEL AÑO

LA CULPA ES DE LIBERACIÓN Costa Rica

» **WINNER 2024**

CAMPAÑA DIGITAL GUBERNAMENTAL DEL AÑO

ARBOVIRUS Brasil

EXPERIENCIA Y AUTORIDAD Colombia

» **WINNER 2024**

TRABAJO QUE LO LOGRA Brasil

CAMPAÑA DIGITAL MUNICIPAL/ REGIONAL DEL AÑO

ALCALDÍA DE COYOACAN México

» **WINNER 2024**

TECNOLOGÍA DEL AÑO APLICADA A LA POLÍTICA

A.DATA Colombia

CAPISCI, ANÁLISIS DE OPINIÓN PÚBLICA DIGITAL México

» **WINNER 2024**

ESTUDIOS NEUROCIÉNTIFICOS NHC México

LUIS NAVA RESULTADOS CONTIGO México

VALIDACIÓN DE CONTENIDOS CON NEUROCIENCIA (SER DIGITAL BY AUREOLA DEL SOL Y NEUROHIPERCUBO) México

IMPACTO DEL AÑO EN REDES SOCIALES (CAMPAÑA/PROYECTO)

CAMPAÑA DE RE-SIGNIFICACIÓN DE LA MARCA LIBERACIÓN NACIONAL
Costa Rica

JAVIER GRAMAJO ALCALDE Guatemala

SEGUNDO INFORME LEGISLATIVO DE LABORES México
» **WINNER 2024**

WEBSITE POLÍTICO DEL AÑO

WWW.SUFRAGIO.ORG México
» **WINNER 2024**

MEJOR USO DE AI (INTELIGENCIA ARTIFICIAL)

COMPRA EN EXTREMEÑO España

CONSTITUCION.AI Chile
» **WINNER 2024**

ELLOS TE INVITAN Uruguay

THE BIAS REMAINS Uruguay

SPOT ELECTORAL DEL AÑO

CAMINANDO, ESCUCHANDO, GOBERNANDO Colombia
» **WINNER 2024**

ECUADOR SIN MIEDO Ecuador

FOR US (2023) Estados Unidos
» **WINNER 2024**

JUGUEMOS JUNTOS Colombia

NUESTROS SUEÑOS (2023) Estados Unidos

MEJOR USO DE HUMOR DEL AÑO EN UNA PIEZA O CAMPAÑA AUDIOVISUAL

ECUADOR SIN MIEDO “SUBIENDO”
Ecuador
» **WINNER 2024**

MEJOR USO DE ANIMACIÓN

LIGA 075 México
» **WINNER 2024**

SPOT GUBERNAMENTAL DEL AÑO

GRACIAS, QUERÉTARO, POR SER LA CIUDAD QUE QUEREMOS México

LUIS NAVA RESULTADOS CONTIGO
México
» **WINNER 2024**

MORELIA BRILLA México

QUERÉTARO LA CIUDAD QUE QUEREMOS - CUMBRE DE CIUDADES INTELIGENTES TAIPEÍ, TAIWÁN México

SPOT DEL AÑO: LOGRO VIRAL

DO SOMETHING Estados Unidos

ES TIEMPO DE ELEGIR BIEN Colombia
» **WINNER 2024**

MORELIA BRILLA México

SOY DIEGO... BAILAMOS? Colombia

SPOT DEL AÑO: CAUSA NOBLE

WE FIGHT, WE WIN Estados Unidos
» **WINNER 2024**

CAMPAÑA AUDIOVISUAL ELECTORAL DEL AÑO

CAMINANDO, ESCUCHANDO, GOBERNANDO Colombia
» **WINNER 2024**

CAMPAÑA AUDIOVISUAL GUBERNAMENTAL DEL AÑO

NYC SHOOK THINGS UP Estados Unidos
» **WINNER 2024**

PARANÁ FORÇA MÁXIMA Brasil

YO AMO A MI CIUDAD. CIUDAD DE LA PLATA. ARGENTINA Argentina

CAMPAÑA AUDIOVISUAL DEL AÑO: CAUSA NOBLE

SUMA CON TUKI México
» **WINNER 2024**

PELÍCULA, SERIE O DOCUMENTAL POLÍTICO DEL AÑO

LÍDERES Y LEYENDAS Colombia
» **WINNER 2024**

PIEZA IMPRESA / GRÁFICA DEL AÑO

THE BIAS REMAINS Uruguay
» **WINNER 2024**

CAMPAÑA IMPRESA/GRÁFICA DEL AÑO

ELLOS TE INVITAN Uruguay

JONNATHAN VELA, CONCEJO MUNICIPAL Colombia

SÍ A MARIO Argentina
» **WINNER 2024**

THE BIAS REMAINS Uruguay

LOGO DEL AÑO

LOGO DE LA RED JÓVENES X MÉXICO - NUEVA IMAGEN México

OMAR GARCÍA HARFUCH México

SANTIAGO TABOADA. THE CHANGE COMES México
» **WINNER 2024**

CONCEPTO GRÁFICO PARA FINES DE MERCHANDISING

LOGO LA RED - RED JÓVENES X MÉXICO
México

» **WINNER 2024**

JINGLE POLÍTICO DEL AÑO

CAMINANDO, ESCUCHANDO, GOBERNANDO Colombia

ECUADOR SIN MIEDO Ecuador

HIMNO EL DESPERTAR DE COLOMBIA
Colombia

LA CUMBIA DEL CAMBIO. PSOE CEUTA
España

» **WINNER 2024**

UNIDOS PARA DEFENDER México

PIEZA MUSICAL DEL AÑO

HIMNO EL DESPERTAR DE COLOMBIA
Colombia

» **WINNER 2024**

ME SUMO AL VERDE México

MORELIA BRILLA México

POR FELIPE, FIRMO YO! Colombia

UNA VOZ DE ESPERANZA SILENCIADA POR LA VIOLENCIA Colombia

MEJOR USO DE UNA CANCIÓN O MELODÍA EXISTENTE

CANGA NO ESTÁ España

» **WINNER 2024**

PIEZA PARA FINES PARA DE LLAMADAS TELEFÓNICAS

LA LLAMADA DEL FUTURO Colombia

» **WINNER 2024**

CAMPAÑA DE CONTRASTE/ ATAQUE DEL AÑO

CONTRASTE COSTA RICA Costa Rica

ELLOS Panamá

HISTÓRICO CAMBIO RADICAL. COLOMBIA Colombia

MIGHTY ALE México

PEREIRA ESTÁ VUELTA MIERDA
Colombia

» **WINNER 2024**

ENCUESTA/INVESTIGACIÓN DEL AÑO

EL CAMBIO ES YA Colombia

ESTUDIOS NEUROCIÉNTIFICOS DE RENTABILIDAD ELECTORAL México

RANKING DE POSICIONAMIENTO DIGITAL CANDIDATOS GOBERNACIONES Y ALCALDÍAS 2023
Colombia

» **WINNER 2024**

RUMBO A LA JEFATURA DE GOBIERNO DE LA CDMX 2024 México

ESLOGAN POLÍTICO DEL AÑO

AÑELO, CORAZÓN DE VACA MUERTA
Argentina

MILENA TORO ¡COMPROMETIDOS A MÁS! Colombia

PRIMERO LA PALABRA Colombia

» **WINNER 2024**

INNOVACIÓN POLÍTICA DEL AÑO

FONDO GAUSS ZAFTRA EL PRIMEIRO FONDO ELECTORAL DEL MUNDO Brasil

» **WINNER 2024**

PSICOLOGÍA/NEUROLOGÍA APLICADA A LA POLÍTICA

ESTUDIOS PSICOLÓGICOS/ NEUROCIÉNTIFICOS México

NEUROBRANDING POLÍTICO COSTA RICA Costa Rica

» **WINNER 2024**

NEUROMARKETING APLICADO AL VOTANTE COLOMBIANO Colombia

CAMPAÑA DE IMAGEN / BRANDING DEL AÑO

ADELANTE POR EDOMÉX México

JONNATHAN VELA, CONCEJAL Colombia

OMAR GARCÍA HARFUCH - JEFE DE GOBIERNO México

» **WINNER 2024**

YO AMO A MI CIUDAD. CIUDAD DE LA PLATA. ARGENTINA Argentina

MÉRITO A LA EXCELENCIA EN LA ENSEÑANZA

ESTELA GONZÁLEZ DE ROJAS Paraguay

» **WINNER 2024**

GABRIEL SLAVINSKY Argentina

IGNACIO DE MOYA España

JOSÉ DOMINGO AGUSTÍN CUREÑO JIMÉNEZ México

LUIS BARROSO Venezuela

» **WINNER 2024**

PROGRAMA DE EDUCACIÓN POLÍTICA DEL AÑO

ENTER DIGITAL SCHOOL

INSTITUTO DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN POLÍTICA DEL PRI NACIONAL JESÚS REYES HERÓLES A.C.

» **WINNER 2024**

INSTITUTO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

ONMPRI PUEBLA

POSGRADO COLUMBIA DE LA UNIVERSIDAD COLUMBIA DEL PARAGUAY - ESCUELA DE GOBIERNO**INVESTIGACIÓN ACADÉMICA / TESIS DEL AÑO****RESULTADOS ELECTORALES Y ACCESO A LAS CURULES LEGISLATIVAS POR PARTE DE LAS AGRUPACIONES POLÍTICAS SURGIDAS A PARTIR DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA COLOMBIANA DE 1991** Colombia» **WINNER 2024****LIBRO POLÍTICO DEL AÑO****EL CEREBRO POLÍTICO** Argentina**ENTRE VOTOS Y CANÍBALES: EL LADO B DE LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS EN REDES SOCIALES** Argentina**GANAR ES UNA DECISIÓN: LA COMUNICACIÓN POLÍTICA POSTPANDEMIA** Colombia» **WINNER 2024****MARKETING GUBERNAMENTAL** México**SOLO PARA INICIADOS: LO QUE UN CONSULTOR POLÍTICO PROFESIONAL DEBE SABER** México**BLOG POLÍTICO DEL AÑO****BLOG DE MIGUEL MATILLA BLANCO** España**BLOG POLÍTICO ETIK** España» **WINNER 2024****DLPODER.COM BLOG POLÍTICO** México**HAUDA.ES** España**PUBLICACIÓN POLÍTICA DEL AÑO****DIVERGENTE: DE URUGUAY AL MUNDO**

Uruguay

LA REVISTA DE ACOP España» **WINNER 2024****PRAXIS POLÍTICA** México**SUPLEMENTO SUFRAGIO** México**COLUMNA POLÍTICA DEL AÑO****ARGENTINA RUMBO AL BALLOTAGE: ENTRE EL MIEDO Y LA BRONCA** Argentina**COLUMNA SUFRAGIO** México**EL PÉNDULO POLÍTICO EN AMÉRICA LATINA: REFLEXIONES SOBRE EL RETORNO DE LA IZQUIERDA Y EL SURGIMIENTO DE NUEVAS ALTERNATIVAS** Venezuela» **WINNER 2024****MÉRITO EN LA EXCELENCIA AL PERIODISMO POLÍTICO DEL AÑO****CÉSAR AUGUSTO HERNÁNDEZ ALONSO**

México

» **WINNER 2024****PROGRAMA RADIAL O PODCAST POLÍTICO DEL AÑO****ANÁLISIS DE CONSULTOR BY GABRIEL SLAVINSKY** Argentina**LA CARA B DE LA POLÍTICA (RNE)**

España

LO QUE PASA EN EL MUNDO POR MDO RADIO PODCAST Venezuela**POLÍTICA 360** Paraguay» **WINNER 2024****IMPACTO EN REDES SOCIALES (MEDIO/CREADOR/ CUENTA)****LUCIANA BECCASSINO** Colombia**RICARDO CHONG RUIZ** México**VALVULA POLITICA** Venezuela» **WINNER 2024****IMPACTO EN REDES SOCIALES (MEDIO/CREADOR/ CUENTA)****LUCIANA BECCASSINO** Colombia**CAMPAÑA DE BIEN PÚBLICO / CONCIENTIZACIÓN DEL AÑO****ARBOVIRUS** Brasil» **WINNER 2024****CAMPAÑA / ESFUERZO PARA IMPULSAR EL VOTO****TODOS A VOTAR** México» **WINNER 2024****CAMPAÑA O PROYECTO AD HONOREM/PRO BONO DEL AÑO****HABLAN LOS CANDIDATOS** Venezuela» **WINNER 2024****CAMPAÑA ONG DEL AÑO****TOMA NOTA** Uruguay**O1-REG - EXCELENCIA EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL****AGUASCALIENTES PAN** México» **WINNER 2024****CAMPAÑA DE TERRITORIO NAYIB****BUKELE 2024** El Salvador» **WINNER 2024****CON MÁS FUERZA QUE NUNCA** México» **WINNER 2024****DESPIERTA CHUBUT** Argentina» **WINNER 2024**

EXCELENCIA EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL JORGE REYES México
» **WINNER 2024**

INCLUSIÓN Y VOZ: REPRESENTANDO A TODOS/AS/ES México
» **WINNER 2024**

JERRY CONSULTORES - HÉCTOR MAGAÑA QUERÉTARO - LO DIFERENTE México
» **WINNER 2024**

LA ESPERANZA SONRÍE México
» **WINNER 2024**

LEVANTÉMONOS Argentina
» **WINNER 2024**

LIBIA. UN NUEVO COMIENZO México
» **WINNER 2024**

MARTIN TORRIJOS 2024 Panamá
» **WINNER 2024**

PENSÁ EN GRANDE Costa Rica
» **WINNER 2024**

POR AMOR A PUEBLA - ALEJANDRO ARMENTA México
» **WINNER 2024**

POR UN MEJOR CANTÓN / MÁS Y MEJOR Costa Rica
» **WINNER 2024**

RÓMULO ROUX PRESIDENCIA DE PANAMÁ México
» **WINNER 2024**

SAMANTHA SMITH - POR EL BIEN DE GUANAJUATO México
» **WINNER 2024**

SANTIAGO TABOADA. EL CAMBIO VIENE. México
» **WINNER 2024**

SÍ, PODEMOS SOÑAR EN GRANDE Costa Rica
» **WINNER 2024**

UN GOBIERNO DE CORAZÓN México
» **WINNER 2024**

O2-REG - EXCELENCIA EN UNA CAMPAÑA DE GOBIERNO

100 DIAS JUNTOS Colombia
» **WINNER 2024**

AGUASCALIENTES ARRIBA México
» **WINNER 2024**

ARRANQUE DE LA ENTREGA DE PROGRAMAS PARA EL BIENESTAR HIDALGO 2024 México
» **WINNER 2024**

EL PODER DE SERVIR México
» **WINNER 2024**

GENALGUACIL PUEBLO MUSEO (30º ANIVERSARIO) España
» **WINNER 2024**

HACEMOS FUTURO / JUNTOS POR LA EDUCACION Argentina
» **WINNER 2024**

PRIMER INFORME DE GOBIERNO TERE JIMÉNEZ México
» **WINNER 2024**

RUTAS DE LA TRANSFORMACIÓN México
» **WINNER 2024**

O3-REG - EXCELENCIA EN CREATIVIDAD - VIDEO

100 DIAS JUNTOS - LA PELÍCULA Colombia
» **WINNER 2024**

2º INFORME DE GOBIERNO TAMAULIPAS JÓVENES México
» **WINNER 2024**

ADRIAN SI PODEMOS MÁS México
» **WINNER 2024**

AÑELO, EL CORAZÓN DE VACA MUERTA Argentina
» **WINNER 2024**

CALAVERAS AGUASCALIENTES México
» **WINNER 2024**

CÁRCEL PRD MORELOS México
» **WINNER 2024**

EL ESTRATEGA: UN JUGADOR DE PODER Panamá
» **WINNER 2024**

ÉL SÍ RESUELVE México
» **WINNER 2024**

FOSFO: DEJANDO HUELLA DE CORAZÓN México
» **WINNER 2024**

JERRY CONSULTORES - "LA CHINA" SENADORA DURANGO México
» **WINNER 2024**

LA CARA DE LA TRANSFORMACIÓN México
» **WINNER 2024**

LEO MONTAÑEZ México
» **WINNER 2024**

LEVANTÉMONOS Argentina
» **WINNER 2024**

LIBIA. UN NUEVO COMIENZO México
» **WINNER 2024**

LLAMADO ANDRÉS VELÁZQUEZ México
» **WINNER 2024**

MÁYNEZ PRESIDENTE ANIME FUTBOL México
» **WINNER 2024**

MULINO, EL LEGADO MARTINELLI Panamá
» **WINNER 2024**

RÓMULO ROUX PRESIDENTE DE PANAMÁ - CAMPAÑA AUDIOVISUAL
Panamá

» **WINNER 2024**

RÓMULO ROUX, PRESIDENTE DE PANAMÁ - SPOT Panamá

» **WINNER 2024**

SANTIAGO TABOADA. EL CAMBIO VIENE México

» **WINNER 2024**

SICARIATO DIGITAL: LOS ROSTROS DE LA CIBER VIOLENCIA POLÍTICA EN LATAM México

» **WINNER 2024**

SIKUA Y MOTE Colombia

» **WINNER 2024**

SOY JUAN CARLOS VALLADARES Y ESTA ES MI HISTORIA México

» **WINNER 2024**

UN DIA Argentina

» **WINNER 2024**

UNA FLOR PARA EVITA
Argentina

» **WINNER 2024**

UN PRESIDENTE EN TIEMPO DE CRISIS
República Dominicana

» **WINNER 2024**

UNA PUEBLA PARA TODAS Y TODOS
México

» **WINNER 2024**

VIDEO LLAMADO AL VOTO - #VOTATODOMORENA México

» **WINNER 2024**

VIDEOCLIP EL PODER DE SERVIR México

» **WINNER 2024**

O4-REG - EXCELENCIA EN CREATIVIDAD - AUDIO/MUSICAL

ARTURO Y CLAUDIA México

» **WINNER 2024**

AUDIO MUSICAL JORGE REYES México

» **WINNER 2024**

CAPITAL IMPARABLE México

» **WINNER 2024**

DESPIERTA CHUBUT ARGENTINA

» **WINNER 2024**

ESTA VAINA ESTÁ PA' MARTÍN Panamá

» **WINNER 2024**

JERRY CONSULTORES - "LO DIFERENTE" HÉCTOR MAGAÑA
PRESIDENTE México

JINGLE - VOTA TODO MORENA México

» **WINNER 2024**

JUNTOS SOMOS MÁS México

» **WINNER 2024**

LIBIA. UN NUEVO COMIENZO México

» **WINNER 2024**

PLAN DE VUELO RADIO México

» **WINNER 2024**

PODCAST ¿MORIRÁ EUROPA? ESPECIAL ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO 2024 España

» **WINNER 2024**

RAP COVARRUBIAS México

» **WINNER 2024**

RESOLVAMOS JUNTOS México

» **WINNER 2024**

SIGAMOS TRABAJANDO México

» **WINNER 2024**

TEMA MUSICAL "EL PODER DE SERVIR"
México

» **WINNER 2024**

O5-REG - EXCELENCIA EN CREATIVIDAD - GRÁFICA/IMPRESA

AGUASCALIENTES PAN México

» **WINNER 2024**

DEJANDO HUELLA POR CUNDINAMARCA Colombia

» **WINNER 2024**

DESPIERTA CHUBUT Argentina

» **WINNER 2024**

GRÁFICO IMPRESO JORGE REYES
México

» **WINNER 2024**

JERRY CONSULTORES - HECTOR MAGAÑA PRESIDENTE México

» **WINNER 2024**

LIBIA. UN NUEVO COMIENZO México

» **WINNER 2024**

MAESTRO DE SOMBRAS: LA CONSTRUCCIÓN DEL LIDERAZGO POLÍTICO España

» **WINNER 2024**

PARA QUE A SAN LUIS LE VAYA BIEN
México

» **WINNER 2024**

PUEBLA IMPARABLE México

» **WINNER 2024**

O6-REG - EXCELENCIA EN UN ESFUERZO DIGITAL / TECNOLÓGICO

CAMPAÑA PRESIDENCIAL JÓVENES GUATEMALA Guatemala

» **WINNER 2024**

CLARA BRUGADA ¡QUE SIGA LA TRANSFORMACIÓN! México

» **WINNER 2024**

DE PRIMERA, NO DE CUARTA México

» **WINNER 2024**

DEFENDER MÉXICO México

» **WINNER 2024**

DESPIERTA CHUBUT Argentina

» **WINNER 2024**

EL GIGANTE DE MÉXICO México

» **WINNER 2024**

ERASMO GONZÁLEZ ROBLEDO, POR MADERO ¡A DARLE! México

» **WINNER 2024**

“JUNTOS SOMOS MÁS /CEDRICK VÁSQUEZ ALCALDE MORAZÁN SUR OBRAS NO PALABRAS” El Salvador

» **WINNER 2024**

LEVANTÉMONOS Argentina

» **WINNER 2024**

LIBIA GOBERNADORA. UN NUEVO COMIENZO. México

» **WINNER 2024**

OBRAS NO PALABRAS México

» **WINNER 2024**

PARA QUE A SAN LUIS NOS VAYA BIEN México

» **WINNER 2024**

POR AMOR A PUEBLA - ALEJANDRO ARMENTA México

» **WINNER 2024**

RÓMULO ROUX PRESIDENCIA DE PANAMÁ Panamá

» **WINNER 2024**

07-REG - EXCELENCIA EN INVESTIGACIÓN / ENCUESTAS

ESTUDIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y DEMANDAS CIUDADANAS Argentina

» **WINNER 2024**

POR AMOR A PUEBLA - ALEJANDRO ARMENTA México

» **WINNER 2024**

PROCESO Y METODOLOGÍA DE AJUSTE PARA APLICACION DE TRACKING ROBOTICO INTEGRADO A LA INVESTIGACIÓN ESTRATEGICA (CASO DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES PANAMÁ 2024) Panamá

» **WINNER 2024**

RUTA COSTA RICA 2024-2026

Costa Rica

» **WINNER 2024**

P1-HM - HONORABLE MENTION: CAMPAÑAS

“FÒK NOU PALE” (NO NOS CALLARÁN)

Haiti

» **WINNER 2024**

DANIEL RENDÓN, ¡CUNDINAMARCA PUEDE! Colombia

» **WINNER 2024**

EL GUERRERO ALCALDE México

» **WINNER 2024**

TEMPORADA DE HURACANES SOLIDARIDAD, QUINTANA ROO

Honduras

» **WINNER 2024**

YA NO MÁS VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES Costa Rica

» **WINNER 2024**

P2-HM - HONORABLE MENTION: VIDEO / AUDIOVISUAL / IMPRESO

ADRIAN SI PODEMOS MÁS México

» **WINNER 2024**

LA BANDERA DEL AMOR Argentina

» **WINNER 2024**

P3-HM - HONORABLE MENTION: EDUCACIÓN / ENSEÑANZA

ESCUELA DE GOBIERNO MERCEDES PULIDO Venezuela

» **WINNER 2024**

FANNY RAMÍREZ ESQUIVEL Costa Rica

» **WINNER 2024**

GABRIEL SLAVINSKY Argentina

» **WINNER 2024**

OGREAT COMUNICACIÓN & MARKETING Uruguay

» **WINNER 2024**

P4-HM - HONORABLE MENTION: LOGRO PERSONAL/INDIVIDUAL

ANA ISABEL FIAFILIO RODRÍGUEZ Perú

» **WINNER 2024**

CRISTOBAL CAICEDO ANGULO Colombia

» **WINNER 2024**

DANIEL MAURICIO PINZÓN Colombia

» **WINNER 2024**

GUSTAVO ELÍAS HINCAPIÉ MOSQUERA Colombia

» **WINNER 2024**

JHOSELIN LOZANO MENA Colombia

» **WINNER 2024**

LIGIA DEL CARMEN CÓRDOBA MARTÍNEZ Colombia

» **WINNER 2024**

LORENA LUZ RADA DE LA HOZ Colombia

» **WINNER 2024**

LUC ANDRÉ DIOUF DIOH Senegal

» **WINNER 2024**

PAULINO RIASCOS RIASCOS Colombia

» **WINNER 2024**

POLÍTICA, CONECTAR MÁS QUE COMUNICAR

Por **Maite F. Valderas** | @EtikMaite

Me encanta esa diferencia tan especial entre coincidir y conectar; lo primero es básico, lo segundo es magia. La política de hoy tiene mucho más de conectar que de comunicar. Ese aspecto real y demostrado de eficacia frente al puro marketing político cortoplacista.

La conexión es sinónimo de éxito, es esa sensación que nace fruto de las necesidades de ambas realidades; es como si la otra persona te aportara justo eso que necesitas, que te satisface, y que ni siquiera puedes llegar a ser consciente de ello.

Conectar es sentir cierto magnetismo que provoca que nuestro cerebro se ilumine, así lo explican los neurocientíficos.

La psicología de la conexión tiene un alto grado de profundidad; desarrolla

parámetros científicos que nos llevan a realidades de satisfacción y de alto autoconcepto. Judith E. Glacer, psicóloga y antropóloga organizacional de la Universidad de Harvard, es una referencia mundial y lideró el concepto de “Deep Connection”.

Nuestro cerebro se ilumina y reacciona el córtex prefrontal, que nos lleva al sorprendente despertar neuronal, donde acontecen nuestros procesos cognitivos abstractos, complejos y casi inexplicables para nuestra consciencia. La conexión realmente se origina por la interacción y el trato. La desarrollamos a través de eso que compartimos con la otra persona. Cuando revelamos nuestras confidencias, nuestros gustos, nuestras pasiones, nuestros deseos; ahí establecemos un nivel de confianza tan íntimo que provocamos de forma natural esa conexión maravillosa para

nuestro propio valor.

La conexión químicamente se vincula a la liberación de serotonina, dopamina y oxitocina, produciéndonos satisfacción. La curiosidad es que ese estado de confianza es provocador de sensaciones de comodidad, de felicidad y especialmente de un sentimiento que es mi favorito: “sentirnos a salvo”.

Tu apertura condicionará la apertura de la otra persona y de esta manera, la ciencia explica que la atracción en sí es algo realmente subconsciente. Nuestro cerebro actúa liberando esas sustancias y provoca la búsqueda de esa recompensa. Y durante todo esto no estamos siendo conscientes...

Por ello, ese liderazgo de conexión gana. Hay factores determinantes para llegar y conectar con las personas, ciudadanía y equipos. La energía es un factor determinante, los valores



son fundamentales y por ello es tan necesario el desarrollo de la Marca Personal; estar enfocados nos guía a ser muy determinantes. Y la compasión, más que la empatía, es factor de éxito. Tus ideas llevadas a una causa provocarán esa identidad y te diferenciarán dentro de ese mar de peces que es la política, lo que facilitará todos los procesos futuros de reelección.

La comunicación bidireccional es otro factor de éxito. No solo debemos hablar exclusivamente nosotros, es compartir y recibir la opinión de la otra persona, es interactuar en redes sociales, es escuchar desde otra perspectiva diferente a la nuestra.

La velocidad a la que vamos no nos permite detenernos, ni captar los pequeños detalles, los colores, los olores. A veces llegamos a un acto con el tiempo justo, y tras el mismo nos

marchamos, corriendo el riesgo de dejar una huella de desconexión.

Deleguemos, prioricemos temas alineados con nuestra causa para permanecer o de lo contrario conviviremos en otra realidad diferente a la que nos pertenece.

Conectar es hablar desde la otra persona, entrenar nuestro discurso desde la visión de nuestra audiencia. Es estudiar esas cuestiones del para qué y no tanto del por qué, proyectarnos no solo en entender lo que está ocurriendo, sino en ser percibidos como la persona que, además de comprenderte, su deseo interior y público es solucionar tus preocupaciones.

Necesitamos hacer un análisis de nuestra realidad como líderes, realidad emocional, territorial y orgánica. Analizar las opciones y a partir de ahí, comunicar.

“

Conectar es hablar desde la otra persona”.

***Psicóloga – Coach Político**

LA DEMOCRACIA NO ES UN SISTEMA PERFECTO PERO...

Por **Mauricio Jaïtt**

Presidente de The Washington
Academy of Political Arts & Sciences®

En el mundo de hoy, donde los procesos de cambio se dan en términos de tiempo cada vez más breves, el mundo de la política no podía ser ajeno a este fenómeno y es así como muchos conceptos que parecían inalterables han debido adaptarse para continuar vigentes.

En este marco, reflexionar sobre el rol que tenemos los **consultores** en el proceso político nos ayudará a comprender la importancia de nuestra actividad en el fortalecimiento de la **democracia**.

En este mundo cambiante al que hacía mención al comienzo, la **democracia** en muchos de nuestros países pelea a brazo partido para mantenerse vigente a partir de un axioma muy simple: **no es un sistema perfecto, pero es el mejor de los sistemas**.

Debemos tomar conciencia de que la **democracia** hoy se ejerce de manera horizontal; la verticalidad de antaño ha cedido ante la realidad de que muchos líderes han perdido influencia en beneficio del interés personal y donde lo que predomina es nada más y nada menos que la **realidad**. Una **realidad** donde lo que importa, en términos políticos, son las necesidades de la gente.

Esta es la agenda a la que se deben ajustar nuestros políticos por aquello que dijo alguien con más autoridad que nosotros: la única verdad es la realidad.

Y en este escenario los **consultores políticos** debemos tener más presente que nunca que importante es el **candidato** y no el **consultor**, que los reflectores deben alumbrar al primero y no a nosotros.

“

Lo importante es el candidato y no el consultor”.



Este es un error en el que últimamente han incurrido muchos consultores. La duda es si esta realidad no ha sido fomentada por los mismos candidatos que encuentran en el consultor una especie de chivo expiatorio en quien deslindar responsabilidades ante posibles errores...es como decir que ante la victoria ganó el candidato y frente a la derrota perdió el consultor.

Es una trampa en la que no debemos caer.

Esto se logra cultivando el bajo perfil, priorizando el trabajo en equipo por sobre los esfuerzos individuales, el estudio sobre la intuición, la creatividad sobre la rutina, la investigación como soporte y la comunicación como la gran herramienta.

Trabajar dentro de estos límites nos

permitirá acumular la experiencia necesaria como el mayor atributo a la hora de exhibir nuestros merecimientos.

No todos lo entienden así, pero la cantidad y calidad de los trabajos presentados para los **Premios Napolitan** nos indican que vamos por el buen camino y que son más los que tienen una vocación real, una actitud ingenua pero honesta.

A ellos, los veteranos de muchas batallas tenemos la obligación de incorporarlos, de darles una oportunidad, de mostrarles el mundo real; esta es una obligación que tenemos los mayores con la nueva generación de consultores, y es también un compromiso ineludible con nuestra profesión para que siga siendo una garantía de honestidad profesional y valores éticos.

“

La democracia no es un sistema perfecto, pero es el mejor de los sistemas”.

CÓMO ATACAR LAS FAKE NEWS Y VIOLENCIA POLÍTICA DIGITAL

Por **Alejandra López Martínez*** | @LaChif

La inteligencia artificial (IA) ha transformado la comunicación política, reduciendo costos y acelerando procesos. Sin embargo, su proliferación también ha intensificado la difusión de noticias falsas y actos de violencia política digital, especialmente hacia las mujeres. Esto genera un dilema ético que requiere atención urgente.

La IA ha revolucionado sectores que demandan creatividad, incluida la comunicación política. Por un lado, permite generar contenido de calidad para campañas con presupuestos limitados; por otro, fomenta discursos superficiales y facilita la creación de deepfakes, contenidos audiovisuales falsificados con IA que alteran la realidad de manera alarmantemente realista. Estas herramientas han sido utilizadas para desacreditar a figuras políticas, frecuentemente mediante la difusión de imágenes sexuales u ofensivas, lo que representa una forma de violencia de género digital.

Desde hace años, las redes sociales y la tecnología ocupan un rol central en las campañas políticas, combinando medios tradicionales con herramientas

digitales para innovar y captar atención. Sin embargo, la efectividad de los mensajes generados por IA depende de un análisis estratégico de datos, del conocimiento del contexto territorial y de la capacidad del equipo que rodea a las candidaturas. En un ecosistema saturado de mensajes, tanto positivos como negativos, surge una pregunta crucial: ¿a quién logran convencer?

En la era del prosumerismo —donde los ciudadanos son tanto productores como consumidores de contenido—, lo que otras personas dicen de un candidato o candidata puede influir más que lo que él o ella comunican. Esto amplifica el impacto de las campañas de contraste y las noticias falsas, que a menudo se propagan con rapidez en plataformas y otros

medios digitales.

La omnipresencia de la IA plantea desafíos éticos y legales complejos. A pesar de intentos por regular los derechos de autor, aún no está claro quién debe ser considerado responsable cuando una imagen creada o alterada con IA viola los derechos de terceros. Este vacío legal complica la protección de las personas frente a daños reputacionales o emocionales.

Además, la capacidad de la IA para generar contenido ofensivo y altamente realista intensifica los riesgos. Las fake news y los deepfakes son herramientas poderosas para campañas negativas, capaces de incriminar a candidatos opositores en escenarios ficticios de corrupción, violencia o pornografía.

La difusión de imágenes íntimas no consentidas o falsificadas con IA



“

**La tecnología avanza,
pero la ética y la
regulación no pueden
quedarse atrás”.**

representa una forma de violencia política que exige sanciones contundentes. Estas prácticas no solo afectan a los candidatos, sino también a la confianza pública en los procesos democráticos.

Sin embargo, es importante diferenciar entre críticas legítimas —parte inherente de la vida pública— y actos de violencia digital. La línea ética entre ambas es fundamental para preservar la integridad del debate político.

La velocidad con la que avanza la tecnología contrasta con la lentitud de las leyes para adaptarse. Es urgente que las autoridades regulen el uso de la IA en campañas políticas para prevenir abusos. Al mismo tiempo, la consultoría política tiene la responsabilidad de promover prácticas éticas que prioricen la dignidad de los

candidatos y la protección del proceso democrático.

La inteligencia artificial es, sin duda, una herramienta poderosa que puede transformar positivamente las campañas, pero también puede ser usada para socavar la democracia y vulnerar los derechos humanos. Frente a esto, es imperativo generar leyes para aprovechar sus ventajas sin comprometer los principios éticos ni la privacidad de quienes participan en la vida pública.

La tecnología avanza, pero la ética y la regulación no pueden quedarse atrás. El desafío es claro: equilibrar el potencial innovador de la IA con la responsabilidad de proteger la integridad de las personas y la democracia.

*Politóloga y consultora en comunicación política con perspectiva de género.

LA DISCIPLINA, EL MÉTODO Y LA ACTUALIZACIÓN PERMANENTE SON FACTORES DE ÉXITO EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

Por **Jéssica Osorio**

Para el consultor mexicano **Javier Sánchez Galicia** la disciplina es fundamental y predicar con el ejemplo, imprescindible. En esta entrevista con Washington COMPOL, conoceremos sobre los inicios y proyectos del estratega que no ha escatimado para compartir su conocimiento a las nuevas generaciones.

Además, tras una prominente trayectoria que supera las tres décadas, con participación en gobiernos y campañas, los aportes a la literatura política de Sánchez Galicia son referencia en la industria.





¿Cómo inició su trayectoria como consultor?
 En realidad tengo casi 35 años de trayectoria y cuento mis primeros pasos en las campañas electorales y mis primeros discursos elaborados para personajes de gran trayectoria política, cuando tenía apenas 22 años de edad.

¿Cuál fue su primera campaña y qué grandes lecciones le dejó?

Trabajé en mi primera campaña a los 23 años como jefe de la mesa de redacción de una elección de gobernador, hace apenas 37 años.

Aprendí lo mismo que ahora: constancia y disciplina, ganar la campaña y volver a empezar.

¿Cuál debería según su criterio, ser la motivación para quienes se desenvuelven en la industria política?

Ayudar a los demás. Enseñar a otros. Ser ejemplo.

¿Algún error o desatino constante que usted observa en las campañas hoy en día?

Sólo ver el árbol, y no ver el bosque.

Según su experiencia, cuáles son los principales obstáculos que impone un político al momento de recibir asesoría política?

La falta de disciplina.

Sus aportes a la literatura política han dejado una gran huella en la industria. ¿Qué le motivó a escribir y cuál es su obra favorita?

Después de muchos años de trabajar para gobiernos y campañas, decidí que era importante dejar por escrito toda esa experiencia adquirida.

Dicen que “el hombre trasciende por su obra”, y creo que es una forma de dejar huella.

Sin embargo, el legado editorial no es respecto de anécdotas o acerca de mi vida (espero hacerlo algún día),

sino acerca del sentido correcto del lenguaje político.

Por eso creo que *Treinta claves para entender el poder. Léxico para la nueva comunicación política*, es mi principal obra.

Es un proyecto que busca reunir en 10 volúmenes los conocimientos más significativos y representativos, a manera de léxico, de la nueva comunicación política.

¿Hay algún tema pendiente que le gustaría abordar en una nueva entrega?

Desde luego que hay muchos temas emergentes. Por ejemplo, con la pandemia se volvió a hablar de comunicación de riesgo, de biopoder o biopolítica.

Estoy en proceso de publicar un libro, producto de una investigación que duró poco más de 5 años (tiempo en que hice mi doctorado en investigación de la



comunicación), y que se refiere a temas como desafección política y malestar mediático. Se llamará *La guerra de los spots*.

Pero también estoy por publicar otro texto que se denominará *El arte de comunicar el Gobierno*.

Hay muchos temas por abordar. Por ejemplo: la democracia y la Inteligencia Artificial, la alfabetización digital, entre otros, que seguramente convertiré en libros.

¿Qué aspectos destacaría de la coyuntura latinoamericana como ejemplo para quienes buscan desarrollarse como consultores de campañas políticas?

La coyuntura latinoamericana ha puesto en escena tres fenómenos que explican los cambios políticos de la última década: la polarización, el populismo y la posverdad.

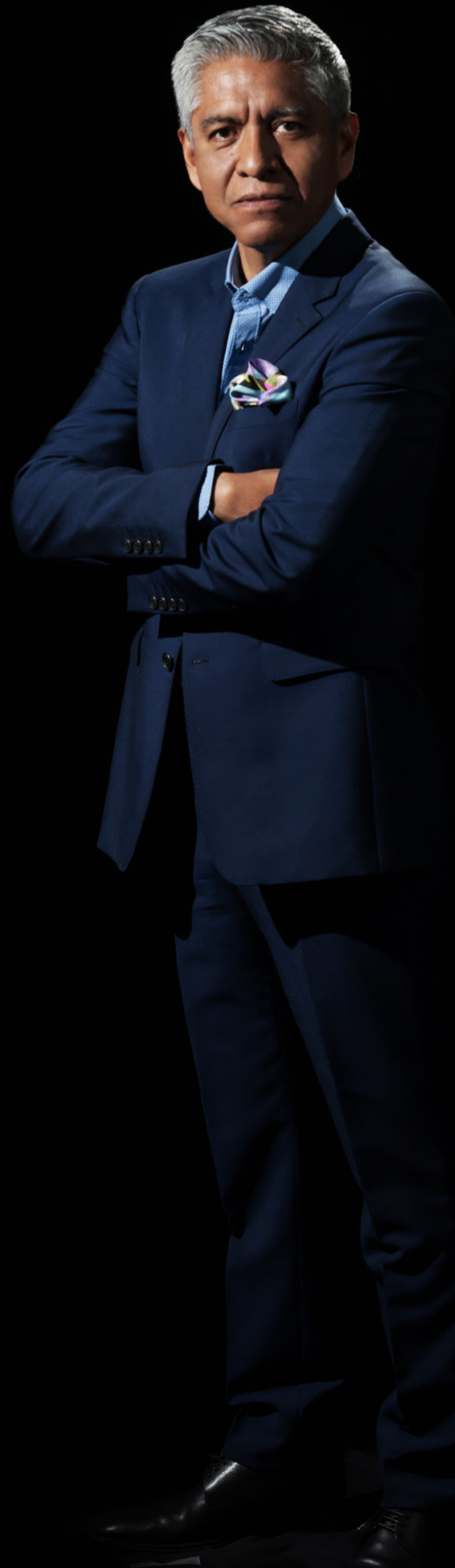
Sobre este último tema, publiqué un libro que desarrollé desde la victoria de Donald Trump en 2016.

La posverdad, acompañada de populismo, la hemos visto en países como Brasil, Argentina, Colombia, y México, sólo por citar cuatro naciones. Y la polarización es una estrategia política que, en particular, he utilizado desde hace 20 años, con mucho éxito en diversos países de América Latina.

¿Qué le motiva en esta industria tras alcanzar grandes éxitos en sus campañas?

El profesionalismo y la especialización. En el reciente libro que publiqué titulado *Sólo para iniciados*, analizo esta actividad que se ha multiplicado de manera desorbitante y que en el camino ha dejado a candidatos insatisfechos por la mala calidad entre los autodenominados “consultores políticos”.

Pero también creo que el éxito en campaña no se debe a un solo actor o factor, sino es multicausal (candidato, coyuntura, equipo, estrategia, etcétera).



La disciplina, el método, la actualización permanente, entre otros, son factores de éxito en las campañas electorales.

¿Cómo evalúa las nuevas formas de comunicar en la era digital? Realmente han desbancado lo tradicional?

Como pasó con la aparición de cada medio: la radio, luego la televisión y ahora la internet, han ocupado su espacio y función específica.

Sin embargo, la internet es transversal a la actividad humana.

La tecnología y los avances en la inteligencia artificial, en la red semántica, en la generación de aplicaciones para resolver los problemas de la vida cotidiana, más que desbancar, lo que han hecho es generar otros modos de vida.

¿Cuáles considera que deben ser los talentos de un consultor político?

Como lo señalé anteriormente, la actualización permanente, el método, la disciplina, el orden, la constancia y combinar adecuadamente la práctica con la academia.

¿Cuál ha sido la experiencia más enriquecedora de su trayectoria en la industria política?

Transmitir el conocimiento.

Mi trabajo al frente del Instituto de

Comunicación Política A.C. me ha permitido formar a muchos interesados en este ámbito.

Decir que más de 50 mil personas han sido mis alumnos de manera directa o indirecta, virtual o presencial, es por decir, lo menos.

¿Qué fortalezas debe tener un candidato según su experiencia?

Debe ser disciplinado, Si acude a un experto buscando consejo o asesoría, debe iniciar por hacer caso de las orientaciones.

Sucedo, en mi experiencia, con quienes hacemos una campaña con más orden, es con aquellos que tienen más experiencia política, que han ocupado algún cargo público o ya han participado en alguna campaña como candidatos.

¿Se puede saber a cuál de sus colegas admira? y de mencionar alguno, por qué.

Admiro a todos, particularmente a aquellos que son discretos y sencillos en el éxito. Que combinan el conocimiento con la práctica y que la humildad crece, en la medida en que crece su número de triunfos.

Recomiéndenos una película y un libro de su predilección.

Siempre he dicho que la trilogía de El Padrino es mi preferida, con especial

énfasis en el primer largometraje. De libros, no puedo dejar de mencionar a *El Príncipe* de Maquiavelo o el *Arte de la Guerra* de Sun Tzu.

Años atrás y antes de iniciar en esta apasionante carrera, pensó en dedicarse a algo más?

Sí. Pensé en ser arquitecto. Pero el mundo de la comunicación y la política me atrapó.

¿Cuál es el mejor consejo que ha recibido y en qué le ha aportado para su carrera?

Poner los pies en la tierra. A veces es mejor ser cabeza de ratón, que cola de león.

Aspirar a lo más alto, pero siempre, con una dosis de realidad.

En sus tiempos libres, ¿a qué se dedica?

A leer y a escribir. Y cuando no puedo dormir, escribo, y escribo.

Tiene en mente alguna campaña reciente o antigua que se pueda usar como modelo sobre cómo llevarla exitosamente?

Sí. En la que recientemente ganamos, diseñamos un modelo de comunicación digital que denominamos de "Círculos Concéntricos".

¿Se arrepiente de algo en la vida?

NO.



Conozca a los
COMPOL
100

Class of 2024

La Revista Washington COMPOL presenta a continuación la lista de los cien exponentes de la industria política que más destacaron durante **2024**. Se trata de un centenar de consultores, analistas, comunicadores y políticos, entre otros, que han logrado dejar huella este año gracias a sus valiosos aportes.



ADRIAN SAENZ

USA

Co-fundador de Conexión y asesor sénior de creatividad latina y gasto en las campañas de Harris for President y Biden for President.



AUREOLA DEL SOL CASTILLO

México

Consultora Política Digital, directora de SER Digital by Aureola del Sol. Participó en la campaña interna de Morena para elegir a su candidata presidencial, Claudia Sheinbaum y con la hoy jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada.



ALVARO AZOFEIFA

Costa Rica

Consultor y Estratega Político, CEO RED GURÜ. Estratega de Cinco Campañas Presidenciales en México, Panamá, República Dominicana, y actualmente en Estados Unidos y Ecuador.



CARLOS ROJAS

República Dominicana

Consultor político, CEO FiatLux strategy group. Participó en las campañas notables en la República Dominicana de Luis Felipe Fermín y Cecilio García.



ANDREA DE ANDA

México

CEO de Ojiva Consultores y creadora de Capisci. Bajo su liderazgo, Ojiva Consultores es una de las principales empresas de estrategia digital a nivel global, ganando las campañas de 18 candidatos solo en México en el 2024.



COLIN ROGERO

USA

Co-Fundador y Director Creativo de Conexión. Director Creativo Ejecutivo de la Campaña de Medios Latinos Pagados para Harris for President y Biden for President.



ARLEY DARIO BASTIDAS-BILBAO

Colombia

Estratega político, académico y conferencista colombiano, con 14 años de experiencia. Ganador en los Napolitans como Consultor Revelación del Año 2024.



DANIEL SANTOS FLORES

México

Asesor de Comunicación estratégica del Gobierno del Estado de Tamaulipas. Coordinó la campaña a diputada de Magaly Deandar, primer lugar como la mejor votada del estado, y quedó en el top 10 nacional de mejor votación.



EDUARDO REINOSO

Ecuador

Estratega, experto en comunicación y referente en neurociencia y conducta humana. Consultor revelación Napolitans Victory Awards 2024. Este último año ganó

27 campañas en Colombia, logrando la victoria de 2 diputados, 2 alcaldes, 21 concejales y 2 ediles.



GUSTAVO ZÚÑIGA COLÍN

México

Consultor político, director de la Agencia Imperium Político y la Revista Praxis Política. Politólogo por la UNAM y certificado en comunicación persuasiva por el MIT.



ELLIOT COEN RIBA

Costa Rica

Estratega Digital. Reconocido múltiple en los Napolitans 2024, incluyendo Campaña Digital Electoral del Año.



HERVEY ARTEAGA ZAMORA

México

Pionero en el estudio de la mente humana a través de investigaciones de percepción emocional con el uso de herramientas neurocientíficas.



FERNANDO DOPAZO

Argentina

Fundador y CEO de Infinito Estrategia. Estratega con veinte años de experiencia, asesorando campañas electorales presidenciales, regionales, legislativas y locales.



JOSÉ IGNACIO LEZAMA RODRÍGUEZ

México

Consultor Político especializado en Estrategia Digital y Activismo Digital con más de 11 años de experiencia profesional. Ha participado en

campañas de comunicación para partidos políticos a nivel nacional, estatal y municipal.



GABRIEL SLAVINSKY

Argentina

Psicólogo y consultor político. Ganador de múltiples premios como consultor del año en los Napolitans y Alacop.



JOSE LUIS SAHUQUILLO OROZCO

España

Director ejecutivo de EQUÀLITAT, consultoria especializada en materia de asuntos públicos con más de 15 años de experiencia. Ha

tenido cargos directivos en numerosas e importantes asociaciones.



JOSÉ MARTÍNEZ GALAVIZ
México

Consultor político y de comunicación digital con más de 15 años de experiencia. Dirige IDEA. Ha asesorado a más de 50 campañas y al Comité Olímpico Mexicano en

los Juegos Olímpicos de París 2024, alcanzando 30 millones de cuentas.



MAURICIO MOURA
Brasil

Fundador de Gauss Zafra, el primer fondo en operar en el mercado de capitales basado en predicciones y modelos de resultados electorales.



LEONARDO J. TRECHI
Venezuela

Fundador de The Brains Bunch, agencia de comunicación de exitosas campañas internacionales. Fundador de VPITV con 1.22 millones de suscriptores y

ganadora del Global Democracy Award por tres años consecutivos.



MIGUEL ÁNGEL MATILLA BLANCO
España

Consultor de comunicación estratégica, director de Projection Code: Coaching & Consulting, formador y escritor. Ha trabajado para gobiernos,

candidatos, instituciones y empresas en España y México.



MAITE FERNÁNDEZ VALDERAS
España

Psicóloga dentro del sector privado y público. Vinculada a la firma internacional Price Waterhouse Coopers en el ámbito de consultoría y selección de altos directivos.



OSCAR MARTÍNEZ
México

Ha participado en más de 67 campañas político digitales a Senadurías, Alcaldías, Diputaciones Locales, Federales y Gubernaturas en más de 16 estados mexicanos.



MARIO PADRÓN
México

Fue Coordinador General de Comunicación en la contienda de la Gubernatura de Yucatán. Pese a las exctativas, se ganó con la votación más alta en la historia.



TATIANA LARREA ONA
Ecuador

Más de 25 años de experiencia en investigación, estrategia, comunicación política para campañas y gobiernos. Directora del Centro de Investigaciones y Estudios Especializados CIEES.



**VICTOR LOPEZ
TORRENTS**

España

Presidente y Fundador de Kayros Group, firma y red global de gestión de la reputación, comunicación y asuntos públicos líder en

Iberoamérica, certificada por el Latin American Board de Universidad de Georgetown, Estados Unidos.



JUAN COUREL

Argentina

Estratega general de la campaña "Plebiscito Constitucional Chile" que obtuvo un Napolitan 2024.



JASON MILLER

USA

Asesor sénior del Presidente Electo Donald J. Trump.



**SUSAN SUMMERALL
WILES**

USA

Directora de Campaña de Trump for President.



ALEIX SAN MARTIN

España

Consultor Principal del PSOE. Consultor del Año en los Napolitans 2024. Estratega de la reelección de Pedro Sánchez al frente del Gobierno Español y en la campaña a

la Presidencia del Uruguay de Andrés Ojeda y a la Presidencia de Cataluña de Salvador Illa.



**JENNIFER O'MALLEY
DILLON**

USA

Estratega política estadounidense que se desempeñó como directora de campaña de la vicepresidenta Kamala Harris en su campaña presidencial de 2024 y en la campaña de reelección del presidente Joe Biden en 2024.



SANTOS CERDÁN

España

Director de Campaña de la campaña presidencial de Pedro Sánchez, en España.



PABLO DÁVILA

Ecuador

Gerente de Equilicuá, ganadores en los Napolitans 2024 como Campaña Electoral del Año.



DANTE AGUILAR CALVO

México

Coordinador General de Comunicación del Municipio de Querétaro. Ganadores del Napolitan 2024 como Campaña Gubernamental del Año.



JASON CALL

USA

Director de campaña para la campaña presidencial de Jill Stein 2024.



**LÁZARO JIMÉNEZ
AQUINO**

México

Encargado de la capacitación política del PRI Nacional. Autor del libro “El ABC de la Operación Política”.



STEVE DASBACH

USA

Director de campaña para la campaña presidencial de Chase Oliver 2024.



GISELA RUBACH

México

Directora General de Consultores y Marketing Político. Una de las estrategias mexicanas más reconocidas e influyentes del medio con más de 400 campañas electorales en Latinoamérica.



ALEX BRUESEWITZ

USA

Asesor de la campaña de Trump. CEO de Xstrategies.



MIGUEL VALDEZ SILLER

México

CEO de Cuandragular. Dirigió la campaña digital de la presidenta Claudia Sheinbaum.



CHRIS LACIVITA

USA

Codirector de campaña para la campaña presidencial de Trump 2024.



BETSY ANKNEY

USA

Se desempeñó como Directora Política del Comité Senatorial Republicano Nacional durante el ciclo electoral de 2020. Fue la directora de campaña presidencial de Nikki Haley en 2024.



**LUIS DAVID DUQUE
GARCIA**

Colombia

Estratega con más de 15 años de experiencia. Lideró varias campañas de Elecciones Regionales de Colombia que resultaron ganadoras.

Ganador del Napolitan 2024 como Estratega del año.



JULIÁN KANAREK

Uruguay

CEO de Ciudadana. Múltiple ganador en los Napolitans, incluyendo Consultor del Año en una campaña digital en 2023. Ciudadana fue ganadora como Agencia

Audiovisual del año de los Napolitans 2024.



MARCO SIFUENTES

México

CEO de la firma de comunicación política MKF. Múltiple nominado y ganador en los NAPOLITANS 2024.



EDUARDO CONTRERAS

México

Director de la agencia de comunicación President Machine, nominados y ganadores como mejor uso de animación en los Napolitans 2024.



**JAVIER SÁNCHEZ
GALICIA**

México

Consultor de comunicación política, maestro de Ciencias Políticas y Gestión Pública. Presidente del Instituto de Comunicación Política. Autor

de varios libros ganadores de los Napolitans.



ANCIZAR CASANOVA

Colombia

Estratega con más de 23 años de trayectoria. En el último año estuvo a cargo de la estrategia general, digital y audiovisual de 7 campañas en Colombia que resultaron

ganadoras. Múltiple nominado y ganador en los Napolitans 2024.



**CARLOS AUGUSTO
SUÁREZ**

Colombia

Socio fundador de la Firma Estrategia&Poder. Múltiples nominados y ganadores en los Napolitan Victory Awards 2024.



SEBASTIAN DIAZ PEÑA
Colombia

Estratega audiovisual político. Ganador en dos categorías en los Napolitans 2024: Campaña Audiovisual Electoral del Año y Spot Electoral del Año, gracias al

trabajo realizado en la campaña para la Gobernación de Cundinamarca, Colombia, titulada Caminando, Escuchando, Gobernando.



IGNACIO DE MOYA
España

Consultor de oratoria, debate y public speaking. Múltiple nominado y ganador en los Napolitans 2024.



JORGE GEREZ
Brasil

Director ejecutivo de Gerez Branding Ltda. Estratega/director general de marketing y creación en la campaña del gobernador re-electo Carlos Massa Ratinho Junior,

múltiples nominados y ganadores de los Napolitans como Campaña Audiovisual 2024.



SACBÉ MAYORGA
España

Estratega político y digital. Ganador en los Napolitans 2024 con el Mejor Jingle Político del Año.



CÉSAR CALDERÓN
España

CEO de Redlines. Consultor político con más de una década trabajando en puestos de dirección de empresas relacionadas con Internet. Múltiples nominados y

ganadores de los Napolitans 2024.



ISABEL GARCÍA-AJOFRÍN
USA

Escritora y productora sénior de la Oficina de Comunicaciones Creativas de la Alcaldía de Nueva York. ganadores de los Napolitans 2024

por la Campaña Audiovisual Gubernamental #NYCSHOOKTHINGSUP.



JORGE SALIM ELJACH
Colombia

Estratega político, uno de los fundadores de El Día D. Múltiple ganador en los Napolitans 2024.


RICARDO CHONG RUIZ

México

Reconocido entre los "Rising Stars" en los Napolitans 2024. Participó en equipos de campañas electorales presidenciales en México y República Dominicana.


CARLOS FARA

Argentina

Presidente IAPC. Ganador del Napolitan 2024 en la categoría Elección Gubernamental Estatal/Regional.


ESTELA GONZÁLEZ DE ROJAS

Paraguay

Directora General de la Sede de Posgrados de la Universidad Columbia del Paraguay. Ganadora como Mujer Influyente y Mérito a la

Excelencia en la Enseñanza en los Napolitans 2024.


MAURICIO JAITT

Argentina

Presidente de The Washington Academy of Political Arts & Sciences.


LUIS BARROSO

Venezuela

Consultor de Comunicación Estratégica y Marketing Político. Docente de la Universidad Autónoma de Barcelona. Ganador en los Napolitans 2024 por Mérito a

la Excelencia en la Enseñanza.


ILEANA ANGELICA GARCIA FRANCO

México

Estratega de Comunicación Política y de Gobierno. Ganadora como Mujer Influyente de los Napolitans 2024.


LUCIANA BECCASSINO

Colombia

Estratega Política y Coautora del libro "Ganar es una Decisión: la Comunicación Política Postpandemia", Libro Político del Año en los Napolitans 2024.


PARKER BUTLER

USA

Nombrado por la revista Forbes como uno de los 30 bajo 30. Dirige el equipo que gestiona @KamalaHQ, la marca social de campaña para la candidatura presidencial de Harris-Walz.



AUGUSTO IÑIGO

México

Speech Trainer Internacional. Trabajó ofreciendo entrenamiento personal intensivo y desarrollo de comunicación personal para Jorge Alberto Reyes electo

Alcalde de Pachuca, capital de Hidalgo.



CÉSAR AUGUSTO HERNÁNDEZ ALONSO

México

Desarrolló más de 80 campañas cantonales en Costa Rica 2023 y 2024 con una campaña "soft" o "paraguas" para un partido político.

Múltiple reconocido en los Napolitans 2024.



EFRAIN HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ

México

Estratega Político que cuenta con cerca de 100,000 seguidores en diferentes redes sociales, uno de los creadores más influyentes de los medios digitales.



FANNY RAMÍREZ ESQUIVEL

Costa Rica

Consultora y conferencista internacional. La Corte Interamericana de Derechos Humanos la seleccionó entre más de 2000 postulaciones de

33 países, por sus aportes sobre Políticas Públicas en Derechos Humanos.



MARCELO VITORINO

Brasil

Consultor y fundador de Vitorino & Mendonça. En 2024, el periódico *Correio Braziliense* lo destacó como uno de los estrategas de marketing más recordados por los miembros del Congreso.



ANTONI GUTIERREZ RUBI

España

Asesor de comunicación y consultor político, así como director de la consultora de comunicación Ideograma. Ganador como Consultor

Político del Año en los Napolitans 2023.



VICTOR MANCERA CASTILLO

México

Co-desarrolló la #CampañaDelPueblo del gobernador Joaquín "Huacho" Díaz Mena, la primera campaña enteramente virtual

debido a un accidente que impidió realizar una campaña presencial tradicional.



JUAREZ GUEDES

Brasil

Estratega político. En 2024, lideró 8 campañas en Brasil. Fue vencedor en campañas emblemáticas como la de São Bernardo do Campo, en el estado de São Paulo, el colegio

electoral del actual presidente de Brasil.



JAIME ALFREDO MOVIL
Colombia

Embajador y precursor de la Escuela de Ciencias Políticas en la Universidad de Mackenzie (USA). Condecorado por la Cámara de Comercio en Quito,

Ecuador, como joven ejemplar.



MIKE NELLIS
USA

Exasesor principal de Kamala Harris. Fundador de Authentic HQ, incluido en la lista "40 Under 40" por la AAPC.



QUENTIN FULKS
USA

Nombrado Campaign Manager of the Year (Democrat) el 2023 por la AAPC por la campaña Warnock for Senate.



JONAE WARTEL
USA

Asesora principal de la campaña Ga-Harris 2024. Incluida en la lista "40 Under 40" por la AAPC.



BOBBY SAPAROW
USA

Nombrado Campaign Manager of the Year (Republican) el 2023 por la AAPC por la campaña "Georgians First" (Brian Kemp for Governor).



EMMA CENTENO ROA
Paraguay

Directora Ejecutiva de Strategy HUB. Como productora y conductora de "Política 360" en Central Radio 1140 AM (Paraguay), lideró al equipo que recibió

el Premio al Mejor Programa Radial Político en los Napolitans 2024.



RANDY GUTERMUTH
USA

CEO de American Viewpoint. Fue nombrado 2023 Pollster of the Year (Republican) por la AAPC.



JAMES BLAIR
USA

Director Político de la Campaña Trump 2024. Exsubjefe de Gabinete del Gobernador Ron DeSantis.



GASTON DUEK

Argentina

Estratega de la campaña "Despierta Chubut" para la gobernación de Chubut, Argentina, que convirtió a Ignacio Torres en el gobernador más joven de Argentina.



LENILSON LIMA

Brasil

Co Director General de Creación de la campaña "Arbovirus" para la Municipalidad de Recife, Brasil, una de las más sobresalientes en los

Napolitans 2024, recibiendo múltiples nominaciones y 3 triunfos.



MATIAS MANCERA

Argentina

Director de Campaña "Despierta Chubut" para la gobernación de la provincia de Chubut en Argentina. La campaña obtuvo múltiples reconocimientos en los Napolitans 2024.



BERTONE BALDUINO

Brasil

Co Director General de Creación de la campaña "Arbovirus" para la Municipalidad de Recife, Brasil. La campaña fue una de las más sobresalientes en los

Napolitans 2024, recibiendo múltiples nominaciones y llevándose 3 triunfos.



ELENA FERNÁNDEZ MONTES DE OCA

México

Estratega de la campaña de Jorge Reyes para la presidencia municipal de Pachuca de Soto, México.



DORIAN MUÑETONES

Colombia

Estratega de la campaña para la Gobernación de Cundinamarca, Colombia, llamada "Caminando, Escuchando, Gobernando"



MEMO QUINTANA

México

CEO de Somos Comarka, quienes recibieron varios reconocimientos regionales en los Napolitans 2024.

**ACOP***España*

La Asociación de Comunicación Política (ACOP) es una de las organizaciones más influyentes del medio. El 2024 se llevaron el Napolitan

por "La revista de ACOP" en la categoría Publicación Política del Año, manteniendo el récord de triunfos en esta categoría.

**CARLOS FERNANDO SÁNCHEZ DUQUE***Colombia*

Nominado como estrategia del año en los Napolitans 2024 por liderar campañas y la comunicación de gobierno en diferentes países de América

Latina. Destacando 14 campañas para Alcaldías y Gobernaciones en Colombia el 2023.

**DANIEL AGOSTI***Argentina*

Socio director de I Latina. Múltiples nominados y ganadores en los Napolitans 2024.

**KIKE DE LA TORRE***México*

Secretario de Comunicación y Vocería de Gobierno del estado de Aguascalientes, quienes recibieron varios reconocimientos regionales en los Napolitans 2024.

**JORGE IMHOF***Argentina*

Socio director de I Latina. Múltiples nominados y ganadores en los Napolitans 2024.

**APCO WORLDWIDE***USA*

Ganadores del Global Democracy Award 2024. Una firma independiente, mayoritariamente de mujeres, con más de 1200 empleados en 80 mercados.

**ANA LAURA MONTIEL***México*

Consultora y docente con gran experiencia. Recibió por la Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, un reconocimiento por impartir clases de manera

ininterrumpida por 20 años.

**TBC MULTIMEDIA LLC / DBA VPITV***USA*

Ganadores del Global Democracy Award 2024. Uno de los medios digitales más influyentes con causa noble.

Buscan vencer la censura informativa por medio de una operación por la libertad de expresión.



CARLOS SOUTO

Argentina

CEO de Souto Global Political Consultants. Reconocido consultor político, uno de los profesionales más premiados del mundo en la consultoría en comunicación política a nivel global.



MARGIE OMERO

USA

Principal de GBAO. Fue nombrada Pollster of the Year (Democratic) el 2023 por la AAPC.



KEVIN LATA

USA

Nombrado Campaign Manager of the Year, Non-Statewide (Democratic) el 2023 por la AAPC por la campaña Maxwell Alejandro Frost for Congress (FL-10).



MIKE BOCIAN

USA

Principal de GBAO. Fue nombrado Pollster of the Year (Democratic) el 2023 por la AAPC.



HEATHER BARKER

USA

Nombrada Fundraiser of the Year (Republican) 2023 por la AAPC, por la campaña Ron DeSantis for Florida.



YURY CONSTANZA RAMIREZ DIAZ

Colombia

Ganadora del Napolitan 2024 en la categoría "Puestos Misceláneos", además de 2 menciones de honor y cuatro nominaciones más.

3 LECCIONES DE LIDERAZGO POLÍTICO QUE HICIERON HISTORIA EN 2024

Por **Miguel Ángel Matilla Blanco*** | @matillablanco

No siempre hay que mirar al pasado lejano para encontrar grandes lecciones de liderazgo; porque la historia se escribe ante nuestros ojos.

Este 2024, tres líderes políticos nos han dejado momentos e imágenes icónicas, que quedarán guardadas para siempre en la memoria colectiva, evidenciando el poder de virtudes como el carisma, la firmeza y la comunicación.

EL CARISMA ESENCIAL DE NAYIB BUKELE

El presidente salvadoreño Nayib Bukele rompió los moldes de las campañas tradicionales para lograr su reelección. Con una aprobación popular arrolladora, Bukele decidió que no necesitaba grandes mítines, paseos, abrazos, ni debates televisados. La estrategia: explotar su carisma, construido durante años, a partir de una identidad muy reconocible, y de las redes sociales.

Mediante mensajes breves y contundentes, Bukele reafirmó su conexión con los votantes. Sin distracciones ni excesos, recordó sus logros, y reforzó la percepción de ser un líder moderno.

Se trata de un claro ejemplo de liderazgo construido desde la

esencia de la persona, con resultados conectados a las necesidades del país.

La autenticidad y pasión que transmite, le han permitido desarrollar ese carisma tan potente, y conseguir un resultado histórico con una campaña minimalista.

LA FIRMEZA INQUEBRANTABLE DE DONALD TRUMP

En Estados Unidos la victoria electoral de Donald Trump fue un recordatorio de que la firmeza es un atributo fundamental en el liderazgo político.

Transitando con la confianza que le caracteriza en un contexto muy polarizado, y con la experiencia política que ya posee, Trump jamás se desvió de su mensaje ni de sus ideales, proyectando seguridad incluso en los momentos más difíciles, como en el

atentado que sufrió, y que supuso un punto de inflexión en el proceso.

Trump se presentó ante la nación de manera coherente como un líder convencido de su propuesta, y que no se deja doblegar en la adversidad. En contraste, su rival, Kamala Harris, no logró transmitir la misma determinación.

Durante toda su campaña, con mensajes claros y directos, Trump refrendó su imagen como un político capaz de defender su posición sin titubeos. El resultado final no hizo más que evidenciar la importancia de la firmeza y la convicción en la política.

LA COMUNICACIÓN EMPÁTICA DE FELIPE VI

En Europa, el rey de España, Felipe VI, nos mostró el valor de la comunicación



SHIP

“

las grandes virtudes
del liderazgo político
siguen siendo
determinantes
en este mundo
cambiante”.

empática como atributo clave del liderazgo. Tras la devastadora DANA que azotó Valencia, las críticas y el descontento ciudadano estaban al rojo vivo. En su visita, mientras otros políticos evitaron la confrontación directa y abandonaron la zona entre insultos y lanzamientos de barro, el monarca hizo lo contrario, acercándose a dialogar personalmente con los afectados.

Con tono empático y una escucha activa, Felipe VI demostró que, en tiempos de crisis, el contacto directo y genuino tiene un impacto mucho mayor que cualquier comunicado oficial.

Semanas después, el rey y la reina Letizia volvieron a la zona afectada, donde fueron recibidos con aplausos, confirmándose así la buena actuación en la complicada primera visita.

Las lecciones que nos dejaron estas figuras en 2024 son ejemplos poderosos de cómo las grandes virtudes del liderazgo político siguen siendo determinantes en este mundo cambiante.

Al igual que los grandes líderes del pasado, Bukele, Trump y Felipe VI han marcado la diferencia en momentos clave, demostrando que carisma, firmeza y comunicación siguen siendo esenciales, pero con un enfoque renovado.

En definitiva, el liderazgo político es, ante todo, la fuerza capaz de motivar e inspirar a las multitudes, y demostrar que incluso en los momentos más desafiantes, el poder de liderar con empatía y convicción puede cambiarlo todo.

***Consultor, formador y escritor. Director de Projection Code.**

KIF NAVA:

“LA GENTE ESTÁ ÁVIDA DE QUE LE CUENTES UNA HISTORIA”

Contar historias, ese es el secreto de Kif Nava, consultor mexicano multipremiado a quien podemos encontrar en redes sociales como **@elkif_**, quien destaca por la creación de campañas de comunicación integral para servidores públicos, candidatos, gobiernos estatales, así como municipalidades e instituciones.

En esta entrevista, no deja de divertirse. Su personalidad traspasa barreras y es que tiene claro de dónde viene y hacia dónde va, con una clara definición de estrategias y sin dejar de mencionar la importancia de la constancia y disciplina.

Por **Romeo León**

El acceso a más “información” por canales digitales también da pie a contenidos negativos y falsos para el público ¿cómo impacta esto en la visión de los consumidores? Cuéntenos sobre sus inicios en la industria política. ¿Qué lo motivó a dedicarse a este campo?

Entré por una Diosidencia. Venía justo aterrizando de un viaje de España, (el cuál meses antes me había embarcado con mochila en mano y todo). Y abriendo la puerta sonó mi poderosísimo Nokia Azul 3010 (risas). La llamada provenía de un gran amigo que conocí tiempo atrás en una agencia de publicidad: “El pájaro James” y me comentó de una empresa que estaba empezando, que estaban “buscando

creativos” y pues dije: “qué puede pasar, ya estoy aquí, vamos a darle candela un par de meses”. Error (más risas).

¿Quiénes han sido sus mayores influencias en el ámbito de la comunicación política y por qué?

He de reconocer que son varios, pero 3 personas han marcado mi profesión: Juan Carlos Limón, quien me sumó a su empresa y con ello entré a este medio.

Poll Anria, quien me dió la confianza y con él gané mi primer campaña presidencial fuera de México.

Carlos Lorenzana, quien me enseñó el poder de la data aplicada en una campaña, aunado a un sinfín de consultores más, ahora muchos de

“

Te comunicas con personas que aman, sienten, lloran y ríen como cualquiera de nosotros”.



ellos amigos, quienes en cada campaña dan lo mejor de sí y comparten sus múltiples conocimientos porque en esta profesión nunca se deja de aprender.

¿Cuál ha sido el desafío más grande que ha enfrentado en su carrera y cómo lo superó?

Cada campaña es un reto, todo comienza cuando sales de tu zona de confort, de tu ciudad, de tu país; todo es nuevo, la comida, la gente, la forma de hablar, de pensar, de actuar. Pero debes recordar que todos sueñan, comen, duermen, caminan, van al baño; y si eres capaz de entender eso y de comunicarles justo ahí, en su metro cuadrado, estarás del otro lado.

¿Tiene alguna frase personal o mantra que le inspire en su desempeño diario?

“La gente está ávida de que le cuenten una historia”, por eso en #ElStudio #ContamosHistorias

¿Cuál ha sido el proyecto más ambicioso que ha impulsado y qué aprendizajes le dejó?

Sin lugar a duda mi primera participación en una campaña presidencial, fuera de mi país, dónde todo estaba en contra, sin estructura, sin recursos, sin anuncios, en el penúltimo lugar de percepción de victoria. Aprendí que Dios da lo que le pidas, todos los días pedía sabiduría. ¡Error!. Te la dá, pero te pone un reto del

tamaño de esa encomienda (risas). Esa elección me dejó grandes aprendizajes.

¿En cuántos y cuáles países ha trabajado y cómo han influido estas experiencias en su metodología?

Este 2024 #ElStudio cumple 5 años y nos han permitido contar historias en 8 países: Panamá, Ecuador, Honduras, EE.UU., Guatemala, Paraguay, Colombia y por supuesto en mi México.

¿En qué consiste la metodología del Metro Cuadrado y cómo logra resultados inmediatos y contundentes en el electorado?

Al sumar la estrategia, los estudios, la tierra, lo digital y todo aquello que



Grandes estrategias, grandes resultados”.

los libros y la experiencia nos dicta, debes detenerte un par de minutos a observar a tu alrededor y poco a poco te darás cuenta: que a quienes les vas a hablar no son votos, ni votantes; son personas.

Si tienes eso en mente justo cuando construyas tu estrategia de comunicación, el resultado será infalible. Irás directo, ahí, donde al ciudadano todo le importa y le provoca, su “metro cuadrado”.

Según su experiencia, ¿cuál es la principal característica que deben tener los consultores políticos o asesores de campaña exitosos?

Son varios, la humildad, para aprender que las derrotas son grandes maestras; el coraje, para poner al centro siempre a los ciudadanos en cualquier campaña; la determinación, para defender lo que te dicta la razón y el corazón más la creatividad, que no está peleada con la política.

¿Qué opina de las nuevas tendencias en redes sociales y a qué estrategias se debería apostar ahora?

Los canales de comunicación cambian, pero las personas comen, duermen, corren, cantan y ríen. Si entendemos eso, no importa el canal de comunicación que te pongan enfrente, podremos establecer siempre una relación cercana con las audiencias.

¿Cuáles cree que son las principales fuerzas sociales que condicionan el trabajo de un consultor hoy en día?

Creo que nada debe estar por encima de los procesos democráticos de cada país y que las personas tengan la plena confianza de que su voto pone o quita.

En su opinión, ¿a qué se debe apostar con más prioridad: a las campañas digitales o a las tradicionales en una contienda electoral?

Todo suma. Grandes estrategias, grandes resultados.

¿Qué recomendaciones les brindaría a los políticos que obtienen una victoria al momento de iniciar sus funciones en instituciones públicas?

Que no traicionen la confianza depositada en ell@s y que cumplan. Un servidor público que no sirve, no sirve.

¿Qué espera de los equipos que lo acompañan en sus proyectos?

Hasta hoy el team que me acompaña en cada proyecto da el 200 por ciento. Todos sabemos que cada proyecto es una nueva historia que contar.

¿Cómo se pueden implementar campañas exitosas en entornos desfavorables para un candidato?

Entendiendo las condiciones de los que ahí viven, comunicándole a su “metro cuadrado”, y siendo honestos y empáticos con ellos.

¿Hacia dónde cree que se encamina la consultoría política en la próxima década?

Todo indica que hacia una revolución de 360 grados con la inteligencia artificial. Quién no alcance a ver que para allá vamos, estará death (risas).

Si pudiera escoger, ¿en qué tipo de caso le gustaría trabajar en el futuro?

África. Me apasiona llegar a ese continente, creo que sería un reto súper apasionante y con grandes aprendizajes.

¿Qué legado le gustaría dejar en el ámbito de la comunicación política?

Que te comunicas con personas que aman, sienten, lloran y ríen como cualquiera de nosotros, y están ávidas de que le cuentes una historia, no importa el día que leas esta entrevista.

¿Qué mensaje le daría a aquellos jóvenes que están comenzando en el mundo de la consultoría política?

Que tengan cuidado con lo que desean, porque si son constantes y disciplinados: los sueños se hacen realidad.



Cada proyecto es una nueva historia que contar”.



CUANDO EL ESCÁNDALO POLÍTICO TOCA A TU PUERTA

Por **Braulio González*** | @braulioглеz



Imagina un vórtice de situaciones que arrastran todo: reclamos, desinformación, medios en contra y redes sociales desbordadas. De pronto, tu liderazgo se tambalea.

Nadie lo quiere, y casi nadie lo busca. Pero es un hecho: todo político vivirá escándalos en su trayectoria.

Para algunos, será el fin de todo: el colapso de su reputación, el fin de sus ambiciones, la desintegración de su equipo y el desmantelamiento de su proyecto.

Otros sobrevivirán, pero pagando un alto costo y con cicatrices difíciles de eliminar.

El escándalo en la política es inevitable, pero no inmanejable. Aunque, por supuesto, depende de los componentes del conflicto.

Lo primero es tener en claro que no basta con que el político sea honesto, preparado y experimentado. Existen vulnerabilidades en su entorno que le afectarán porque la debilidad podría estar en su pasado, en su familia, en sus colaboradores o en circunstancias fortuitas.

Justin Trudeau, primer ministro de Canadá, nunca imaginó que disfrazarse de Aladín, con la cara pintada de negro y usando ropas orientales para una fiesta estudiantil, le causaría un serio escándalo de integridad.

Acusaciones de acoso han perseguido a líderes como Gabriel Boric en Chile, Evo Morales en Bolivia y Donald Trump en Estados Unidos. En otros casos, tragedias sociales, como las inundaciones causadas por DANA en Valencia, pusieron en jaque el liderazgo de Pedro Sánchez, presidente del gobierno español.

Los ejemplos son infinitos: todos los días, todo el tiempo.

Es claro que el escándalo es un tema al

que debemos prestar atención desde la estrategia política, pero no para encubrir transgresiones, sino para prevenirlas y, en todo caso, controlar la narrativa que suele ser destructiva para todos.

Todo núcleo de poder está expuesto. Así como ocurre en la política, también sucede en el deporte, la ciencia, la cultura, la farándula. El escándalo está normalizado en las esferas que dominan la economía de la atención y se infiltra en el universo transmedia de nuestras conversaciones, asaltando plataformas, redes sociales y tendencias.

Existen ocho tipos de escándalo: conductas públicas; sexuales y de vida privada; financieros y corrupción; poder; crimen; público-corporativos; sistémicos; así como aquellos que son transversales y expansivos, exponiendo al político a una secuencia de escándalos consecutivos.

Por ello, no existe una ruta única de solución, sino que cada caso debe analizarse en sus propios términos para trazar una ruta de intervención. He insistido mucho en que suele ser un error tratar un escándalo como una crisis estandarizada. El escándalo, que ciertamente sí es una crisis, afecta al liderazgo y la reputación del político. El resto de las crisis, aunque pueden ser extremadamente graves, no necesariamente arriesgan la investidura ni al proyecto.

Estos eventos no van a desaparecer de la política nunca. Por ello, sostengo que su estrategia se enmarca como un género de la comunicación política, tal como lo desarrollo en mi libro ***El Shock del Escándalo Político: La Estrategia del Poder en la Era Transmedia***.

Saber cómo intervenir hará la diferencia para la supervivencia y la sostenibilidad de cualquier líder de nuestra era.



El escándalo está normalizado en las esferas que dominan la economía de la atención”.

***Consultor en comunicación política, autor del libro *El Shock del Escándalo Político: La Estrategia del Poder en la Era Transmedia* y tres veces reconocido con el Victory Awards.**

LA IMPORTANCIA DE LOS DATOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Por **Leonardo Pérez Bustos***

Es esencial destacar la diferencia entre los elementos que aportan objetividad al diagnóstico inicial para elaborar una estrategia. Es crucial distinguir los elementos subjetivos, que suelen derivar de comportamientos impulsivos y sesgos ideológicos, de aquellos basados en datos objetivos obtenidos mediante encuestas, grupos de enfoque o recopilación estadística.

Esta distinción es importante porque en los bunkers o cuartos de guerra, donde se define la estrategia, pueden surgir influencias basadas en elementos subjetivos que no contribuyen a un diagnóstico objetivo, este último es la base y debe fundamentarse en datos estadísticos y cuantitativos para establecer la trayectoria y el desempeño de fuerzas políticas, medir el grado de conocimiento, imagen y desempeño

electoral de los candidatos, y entender las expectativas de los ciudadanos en términos de cambio versus continuidad. La adecuada reunión y análisis de estos datos permitirá identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y establecer contrastes claros en la comunicación política. Estos contrastes destacarán las cualidades positivas del candidato frente a las debilidades de los adversarios.

Estos datos objetivos ayudan a construir una hoja de ruta hacia el objetivo propuesto. Por ejemplo, permiten dimensionar segmentos de electores y determinar dónde desplegar recursos estratégicos. También son valiosos para identificar potenciales aliados que puedan favorecer la campaña.

Durante la implementación de la estrategia, es crucial mantener una

escucha activa objetiva, monitoreando el impacto de la estrategia y permitiendo ajustes tácticos para optimizar resultados. Se recomienda seguir con reportes semanales basados en métricas de cobertura territorial y producción y difusión de material digital, midiendo su alcance e interacción.

En momentos críticos de la campaña, es fundamental recurrir a datos objetivos para tomar decisiones informadas y fundamentadas. Mantener la tranquilidad con objetividad y racionalidad es un rol clave del consultor en estos momentos.

En conclusión, los datos son esenciales para construir una estrategia ganadora, permitiendo decisiones informadas y gestionando momentos críticos con tranquilidad y racionalidad, lo que lleva al éxito en la construcción de la estrategia.



Encuestador del Año 2024

Leonardo Pérez Bustos*, director de la consultora Neodelfos, es un consultor argentino con más de 17 años de experiencia en la zona patagónica.

Se destaca por la precisión de sus estudios de opinión pública electoral, tanto en diagnóstico como en pronóstico, innovando con nuevas tecnologías en la investigación política.

Pérez desempeña un papel clave en el desarrollo de diagnósticos que permiten la construcción de estrategias electorales

y de gestión de gobierno con conocimiento diversificado, por su experiencia en el sector público y privado en proyectos estratégicos.

Se le ha premiado por la excelencia en encuestas en los Napolitans de 2023. Suma varios reconocimientos a su trayectoria, incluida una mención de honor del Senado de la Nación Argentina por su contribución científica y es reconocido como uno de los 100 profesionales más influyentes por la revista Washington COMPOL.

GABRIEL SLAVISKY:

“LA COMUNICACIÓN REQUIERE DE UNA DOSIS DE DISRUPCIÓN Y PROVOCACIÓN”

Por **Jéssica Osorio**

¿Qué hace un psicólogo como consultor político? Esta y otras dudas las resuelve el argentino Gabriel Slavinsky, un reconocido entrenador de líderes en los campos de oratoria, debate y discurso público.

Desde que cursaba la carrera de grado, Slavinsky sabía que se dedicaría a la estrategia y consultoría política, conocimiento que reforzó observando y analizando líderes y cultivando su mente con la lectura de un libro cada semana.

Egresado de la carrera de Psicología en la Universidad de Buenos Aires, su conocimiento se ha diversificado y también se ha especializado en Marketing Político en El Salvador.

Ahora se describe como un apasionado del debate en la escena pública por medio de la aplicación de esta ciencia más el uso de la emoción, persuasión y tácticas de propaganda a las campañas electorales.



“

El consultor aprende mucho en el campo”.

¿Cuál considera que es el mayor aporte a la industria política por medio de sus libros?

Mi último libro “100 Recomendaciones para dirigentes políticos” intenta sistematizar conceptos muy básicos para líderes que se inician en la carrera y la subestiman.

Consideran probablemente que ser político es armar un plan de propuestas y luego exponerlas a la sociedad para que una mayoría las compare y así los erijan como una especie de salvadores que han llegado para develar el modo de hacer las cosas.

El aporte del texto indica el camino personal, de estrategia política, táctica comunicacional, técnica publicitaria para desarrollar un posicionamiento que cumpla con los objetivos planteados en el diagnóstico. Este libro contribuye al orden.

¿Cuál cree que es su principal talento como consultor?

Como buen psicólogo, el diagnóstico y planteo estratégico caso por caso es una de las fortalezas que más me han reconocido. Es clave, porque permite interpretar dinámicas y procesos errados o exitosos.

Las soluciones llegan sintonizando el enfoque profesional con el candidato y su equipo. Esa precisión tiene mucho que ver con la experiencia en el campo. El mundo ha cambiado y tenemos muchos políticos que miran el espejo retrovisor, quedaron presos en el pasado y tenemos una responsabilidad, como consultores, de encontrar el mejor camino para sacarlos de esa “cárcel”. En ese aspecto existe algo de docencia también.



Tenemos que ser auditores de los procesos que contemple la estrategia”.

Se le reconoce también como analista político, ¿cuál es su apreciación en este momento de la coyuntura política estadounidense?

“Asombroso” creo que es la palabra justa. Dos presidentes que parecen dispuestos a todo, que sus situaciones personales producen una sorpresa tras otra. Semanas en las que cambian radicalmente las cosas.

Ambos son parte de un verdadero espectáculo político con implicaciones Hollywoodenses, Trump hace tazas de café con sus fotos como condenado por la justicia, Biden debate en un pésimo nivel, intentan matar al republicano y luego se baja el demócrata.

Es una continuidad de lo increíble. Una batalla con enorme polarización como estrategia y un componente emocional muy potente en el que prima el miedo de que continúe un modelo o se imponga el anterior.

De su trabajo con los líderes latinoamericanos, cuál ha sido la experiencia que le ha dejado una gran huella en su trayectoria?

Cada lugar deja un aprendizaje, creo que la velocidad de los cambios hace que los consultores debamos estar más atentos que nunca a descifrar tendencias del nuevo mundo y vivir en muchas ciudades ayuda a contemplar mejor el paisaje.

Solo en este año me tocó estar en lugares con enormes diferencias desde Guadalajara, Medellín, Bogotá, Ciudad de México, Montevideo o Panamá.

Cuál es el error más común que comete un político al hablar en público y cómo evitarlo.

No prepararse y subestimar la situación, lo que termina causando el aburrimiento del interlocutor y la muerte de su mensaje político.

Muchos líderes se enfrentan a audiencias con muy pobre contenido, no rompen con algo sorpresivo, se concentran en repetir el torpe abordaje que tienen acostumbrados.

Hoy la comunicación requiere de una dosis de interrupción y provocación. Sin ese agregado el contenido parece vivir sin alma, como una información más.

¿Qué consejo le daría a las nuevas generaciones de consultores?

Que estudien y no dejen de trabajar desde el proyecto más chico al desafío más grande, el consultor aprende mucho en el campo. Pero sobre todo, que puedan tomar tiempo para el diagnóstico, que frenen a pensar lo máximo posible, porque el valor agregado está en la calidad y creatividad de las respuestas que damos día a día.

A la vez tenemos que ser auditores

de los procesos que contemple la estrategia y que está muy asociado a la nueva sociedad que vivimos para no repetir dinámicas anticuadas por comodidad.

En esta era digital, ¿qué herramientas considera que son imprescindibles para garantizar el éxito de una campaña?

Tenemos recursos que no pueden faltar, herramientas de apoyo para la configuración de la campaña, para el análisis y seguimiento. Bases de datos, escucha digital, encuestas. Los focus groups son los tradicionales pero el verdadero diferencial aparece con quien toma los datos y los analiza.

Es el factor humano quien determina cómo, por qué y para qué. Tenemos excelentes herramientas de IA, que procesan información y generan mucho contenido, pero aún lo estratégico depende de los seres humanos y su experiencia o comprensión de escenarios.

Sin importar la época, ¿con qué político le hubiera gustado trabajar?

No tengo dudas, John Fitzgerald Kennedy y con Golda Meir, primera ministra de Israel entre 1969 y 1974. Dos personas adelantadas a su tiempo y pioneras en el abordaje de la realidad.



SENSACIÓN POLÍTICA

Por **Gabriel Slavinsky*** | @gslavinsky

La sensación es una experiencia que surge de alguno de nuestros sentidos, como la vista, la audición, el tacto, el gusto o el olfato y que se produce como reacción a algún estímulo externo o interior. Es la forma en que nuestro cuerpo percibe la información.



Esas impresiones inmediatas no están basadas en análisis racionales, tampoco surgen de una investigación rigurosa de determinadas situaciones, tampoco siguen un método específico y mucho menos requieren de un proceso obsesivo para generar una acción o pensamiento. A diferencia de los sentimientos, que pueden tener un componente subjetivo y psicológico más complejo, las sensaciones son respuestas directas a los estímulos físicos. Por ejemplo, al tocar una superficie caliente, la sensación que experimentamos es de calor. Muchas de nuestras decisiones se basan en estas sensaciones. Algunos se enojarán conmigo y podrían decir que para tomar una decisión consideran en profundidad la temática, comparan alternativas, analizan el mejor momento, consultan con especialistas, etc. Existe un grupo que define a partir de una pormenorizada reflexión, sin embargo, también hay un segmento importante y creciente que no se permite "perder el tiempo" en examinar con detenimiento temáticas que no consideran tan relevantes.

LAS DECISIONES

Nuestro cerebro está diseñado para la supervivencia, para ahorrar energía, para procesar datos cruciales (quizá que sean de vida o muerte).

Tomamos decisiones en base a sensaciones porque nos ofrecen información rápida y directa sobre el entorno e incluso de nuestro propio cuerpo con un bajo caudal de energía. Nos ayudan a guiar nuestra conducta sin necesidad de análisis complejos.

Las sensaciones pueden provocar reacciones automáticas o respuestas instintivas, ya que nos alertan de aspectos de nuestra realidad que requieren atención o acción inmediata. Estas respuestas sirven para protegernos.

Las sensaciones agradables pueden motivarnos a acercarnos a algo que nos genera placer. Además, pueden influir en nuestro estado emocional y hasta afectar el modo en que evaluamos las cosas. Por ejemplo, sentir hambre puede llevarnos a elegir un restaurante cercano sin analizar más opciones o precios, mientras que una sensación de incomodidad en un lugar puede motivarnos a salir sin más consideraciones.

En definitiva, las sensaciones son un tipo de información primaria que contribuye a la toma de decisiones rápida, especialmente cuando necesitamos responder con inmediatez o en situaciones con poca información. Esto puede ayudarnos a comprender que (aunque a muchos les pese o les espante) los seres humanos definimos cuestiones muy relevantes de nuestras

vidas, con increíblemente poca información, porque nuestro cerebro no vislumbra un riesgo inminente y por lo tanto no tiene el incentivo de dedicar tiempo / energía a reflexionar acerca de ello.

EN CONCLUSIÓN

La sensación es una impresión básica y rápida, que genera una reacción que le permite al cerebro tomar decisiones veloces con el menor desgaste de energía posible.

Tomar una decisión política basada en sensaciones se refiere a confiar en las percepciones, intuiciones o emociones sobre un tema en lugar de basarse exclusivamente en datos, análisis detallados o procesos racionales. Este enfoque es común en escenarios donde hay incertidumbre, falta de información concreta, o cuando la percepción pública es que la definición individual tendrá bajo impacto en el resultado final.

Como resultado, las campañas buscan generar sensaciones que orienten el voto hacia candidatos que "se sienten" más adecuados o confiables para resolver las necesidades y problemas percibidos o sean vistos como pares identificándose como aliados o amigos de las propias demandas, necesidades o causas.

***Psicólogo y consultor político.**

CÓMO SOBREVIVIR LA DISRUPCIÓN ALGORÍTMICA: CLAVES PARA LA NUEVA ERA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Por **Víctor Mancera C.*** | @vmancera

Con la llegada de nuevos avances tecnológicos, la reacción natural del establishment de la consultoría política es reducirlos a nuevas herramientas explotables bajo principios sostenidos durante décadas en torno al proceso político-electoral.

Por eso ante el acelerado desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA), muchos consultores han adoptado una posición conservadora sobre ella, caracterizándola como una innovación tecnológica más.

Como resultado, la IA aplicada a la comunicación política se ha utilizado más como un artefacto para proyectar un personaje como innovador, que para hacer comunicación innovadora. Su implementación se ha limitado a avatares digitales impostados, chatbots impersonales, discursos sin alma, generación de imágenes de archivo, y otro poco más.

Se ha entendido la IA sólo como un accesorio cosmético para los proyectos políticos. Un error tan grave como

extendido en la consultoría.

Lo que escapa al análisis de buena parte de la industria, son los efectos de esta sobre la audiencia, y su consecuente poder disruptivo.

Basta observar el efecto de la IA sobre los algoritmos para atestiguar una nueva relación dialéctica entre usuario y algoritmo, no sólo el primero informa al segundo cómo curar su contenido, sino que el algoritmo está formando también comportamientos, preferencias y actitudes de consumo del usuario.

Efectos inmediatos de este fenómeno son el estrechamiento de la ventana de atención del individuo, el descarte inmediato de contenido, el rechazo a la publicidad tradicional, la experiencia hiperpersonalizada, y lo más relevante para nuestro caso, la paulatina desaparición del contenido político para amplios sectores de la sociedad.

El reto de hacer Comunicación Política desde plataformas esencialmente de entretenimiento lo conocíamos, pero la sofisticación de los algoritmos, profundiza radicalmente esta tendencia.

Los nuevos algoritmos, las armas más nuevas del capitalismo límbico, atacan las regiones más primitivas del cerebro, generan la experiencia más adictiva posible, y tienen toda la información necesaria para hacerlo a nivel individual. El contenido en lo que he llamado la Nueva Comunicación Política Algorítmica, nos exige ajustes indispensables.

El primero es reconocer que si antes el contenido era el rey, hoy el contenido lo es todo. Esto significa que el enfoque de cada pieza debe estar centrado en secuestrar la atención del espectador de inmediato, y sostenerla todo el tiempo posible.

Lo anterior demanda el uso de nuevos códigos en el formato, la velocidad, duración, ritmo, musicalidad, y una incesante propuesta de novedad.

En segundo término, hay que adoptar un flujo digital de calidad algorítmica, lo que implica que el político se conciba también como un generador de contenido.

En tercer lugar debe procurarse la

escucha digital para adaptarse a las tendencias, a los usos y costumbres de la nueva colectividad digital, buscando compatibilizar el mensaje y la imagen del personaje con el producto audiovisual que se pondrá en pantalla.

Como una cuarta recomendación, se debe escapar a los viejos atajos digitales, prácticas no sólo desaconsejables sino auténticamente tóxicas hoy en día, como la compra de falsa interacción, granjas de bots y cualquier artificialidad que intentando engañar al algoritmo limita el alcance del contenido y generan riesgos de penalización.

Adicionalmente, debe evitarse la trampa

del pautado sistemático que enmascara la baja calidad del contenido. El dinero puede ayudar a maquillar métricas digitales pero no la realidad política.

Por último, debemos volver a lo básico: poner por delante a las audiencias. Si nuestro mensaje resuena, si la táctica funciona, si el método tiene utilidad, es en función del efecto provocado en el ciudadano, conocerlo, en sus formas de consumo informativo, en su interacción con las plataformas donde hacemos presencia, es el factor determinante.

Por esto y más, no es aventurado hablar de una nueva era en la Comunicación Política.

No es que cambie nuestro marco teórico, es que la audiencia está evolucionando ante nuestros ojos, motivada por una IA generadora de estímulos permanentes, que dispone de disparadores biológicos y neurológicos potentes, de pulsiones dopamínicas incesantes, que modelan la mente del usuario, su opinión, y el mundo en el que nos toca continuar la batalla política.

***Consultor Político y Director de Mancera Estrategia y Comunicación Política.**



MARILÚ BRAJER, SU VIDA Y SU LEGADO

Por **Washington COMPOL**



Única mujer entre once varones, entre hermanos y primos, Marilú Brajer (1952 - 2023) recibió de sus padres grandes enseñanzas, entre estas, aprender que las mujeres no son “el sexo débil”.

Desde pequeña se rodeó de escritores, políticos y artistas ya que su padre fue periodista y le transmitió grandes valores que resultaron determinantes para su formación profesional.

Su vocación y conciencia social se evidenció aún más cuando se desempeñó en el periodismo. En 1989 abre su propia empresa de consultoría y agencia de publicidad en un ambiente de crisis políticas, económicas y sociales en su natal Argentina.

Su primera gran campaña fue la del entonces candidato presidencial Carlos Menem, quien alcanzó la victoria en esa contienda.

Su hoja de vida la presentó como consultora y analista política, especializada en temas de estrategia y manejo de crisis, con más de un centenar de campañas electorales y electa durante cuatro ocasiones como directora de la International Association of Political Consultants (IAPC).

También presidió la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos (Alacop) y perteneció a la Asociación Argentina de Consultores Políticos (Asacop). Fue reconocida entre las 12 mujeres más influyentes de la comunicación política por The Washington Academy of Political Arts & Sciences®, entidad a la cual perteneció y se desempeñó como Directora de Imagen y Comunicación de Haime & Asoc, así como integrante del Comité de Mujeres Líderes de América de la OEA y Fundación CD.



En los Napolitans 2016, con Antonio Sola y su esposa Hugo Haime.

MARILÚ BRAJER SIEMPRE SERÁ RECORDADA:

“Su ejemplo fue mi mayor enseñanza”

Hay personas que se aparecen en tu vida y te dejan demasiadas enseñanzas, Marilú Brajer llegó a la mía para alentarme a no dejarme vencer en una profesión reservada

a los hombres, a dar la pelea, a ser resilientes, a no quejarme, a ser valiente.

Más allá de escucharla atentamente en todas sus conferencias, a leerla en sus artículos, o de aprender cuando departíamos en algún espacio, su ejemplo fue mi mayor enseñanza.

La última vez que hablamos me dijo “Uy mi cielo, cuídate mucho porque vas a salir adelante!!! Sos una campeona, nunca pierdas la Fe, mira yo estaba más muerta que viva

y aquí estoy festejando la vida como si hubiera nacido de vuelta!!!.

Ella era así, en todo su esplendor, por eso cuando tengo ganas de desfallecer la recuerdo, y no me rindo, ese es el mayor homenaje.

Su legado vivirá para siempre en todas las personas que tuvimos el maravilloso privilegio de encontrarla en el camino de la vida. Gracias mi querida Marilú.

Yury Ramírez

“Siempre buscaba un resultado distinto”

Fue un verdadero honor y un privilegio entrevistar a Marilú Brajer para La Revista de ACOP hace ya un lustro. Parece que fue ayer cuando junto con María Morales, en ese entonces mi alumna de Periodismo, preparamos las preguntas para conversar con ella. El enfoque de esa entrevista estaba encaminado a conocer los pasos de una mujer pionera como periodista, funcionaria de gobierno, asesora... Así, al preguntarle por el mayor reto que había enfrentado como directiva en varias asociaciones señaló que el desafío más fuerte que se sufre en Latinoamérica y en lugares de poderes, sin duda, la condición femenina. “A pesar de los avances, la voz de las mujeres vale menos que la de los

hombres”, dijo y agregó que no veía diferencias en las exigencias de tiempo en una campaña, “pero sin duda, “en esta sociedad patriarcal, a las mujeres se nos demandan muchas más cosas en lo personal que a los hombres. Y todavía hay muchas desigualdades en cuanto a condiciones laborales, acceso a lugares de decisión y violencia de género”.

Ella rompió muchas de esas barreras y abrió la puerta a otras compañeras como consultora política, presidenta de la ALACOP, y anterior vicepresidenta; y como Board’s Director de la IAPC. Recuerdo que nos contó su última campaña en la provincia de La Pampa donde dio la vuelta a los resultados en su contra. Esa anécdota la define a la perfección, una inconformista con el diagnóstico, siempre buscaba un resultado distinto; eso sí, tenía

una gran capacidad para entender y transmitir la complejidad de la comunicación política con claridad y entusiasmo.

Su legado perdurará en todos aquellos que tuvimos el privilegio de conocerla y su memoria continuará; como ella misma dijo sobre cómo veía sus perspectivas de futuro: “seguir participando activamente en campañas electorales y de gobierno, sintiendo que estoy colaborando en la construcción de un mundo mejor para mis hijos y las generaciones futuras y luchando por la reivindicación plena de la igualdad de derechos entre mujeres y hombres”.

Por eso, ¡Marilú, gracias por todo el trabajo y por surcar el camino para las generaciones venideras!

Gabriela Ortega



Con el presidente de CBS y Raffaella Carrá.



Con la estratega estadounidense Donna Brazile.

“Guía para muchas mujeres consultoras y políticas en Iberoamérica”

Me invade una tristeza enorme cada vez que tengo que referirme a mi querida Marilú Brajer en pasado. Reconozco que fue un referente en materia de género dentro del mundo de la consultoría política, visibilizó y luchó siempre por los derechos de las mujeres en política. Desde la presidencia de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos (ALACOP), abrió las puertas y apoyó a muchas mujeres de la consultoría política iberoamericana. A casi un año de su partida de este mundo, me sigue costando aceptar que no está, pues nuestra amistad inició como algo profesional, gracias a la recomendación del amigo consultor mexicano, Mario Jesús García Villareal. Con el paso del tiempo la amistad creció tanto, que en alguna ocasión llegó a escribirme por WhatsApp: “Te quiero mucho y estoy muy feliz de tu éxito!!! Como si fueras mi hija!!!! (sic)”. He querido resaltar esta cita porque a ella le debo mucho de mi recorrido por el mundo de la comunicación política. Con su apoyo incansable e incondicional se convirtió en una guía para muchas mujeres consultoras y políticas en Iberoamérica ¡Hasta siempre mi reina, tu legado queda!

Kenia R. Del Orbe Ayala

“Faro de luz y guía”

En una industria donde, a menudo, es difícil encontrar personas en las que confiar para recibir auténtico apoyo y sinceridad, puedo decir, desde mi experiencia personal, que Marilú Brajer fue un faro de luz y guía. Marilú siempre estuvo disponible para ayudar, ofreciendo su sabio consejo, y puedo afirmar con total certeza que fue una pieza fundamental en los primeros años de los NAPOLITANS.

En los momentos más complicados, Marilú siempre estaba allí, lista para ayudar a encontrar una salida, con una actitud positiva y una voluntad inquebrantable. Nunca la escuché

menospreciar a sus colegas; al contrario, se esforzaba por fomentar la cooperación y guiar a los demás con su energía positiva y actos generosos. Eso es algo que siempre he admirado y que seguiré admirando profundamente.

Marilú era única, una en un millón. Es vital que las nuevas generaciones de la comunicación política conozcan su legado, lo que hizo y cómo pavimentó el camino que hoy recorren con mayor facilidad. Su legado seguirá vivo, recordándonos constantemente la generosidad de su corazón y la firmeza de su integridad.

Dani Ríos



Con Joseph Napolitan y Michel Bongrand.

Marilú Brajer (1952 - 2023)

MUJER Y POLÍTICA: EL ABC DE LA CONSTRUCCIÓN DE UNA AGENDA POLÍTICA CON ENFOQUE DE GÉNERO

Por **Fanny Ramírez Esquivel*** | @fanny_ramirez_e





El enfoque de igualdad y equidad de género es de crucial importancia”.

Promover una agenda política que impulse el cambio social y que garantice la equidad y el desarrollo de las sociedades es una tarea conjunta de los diferentes actores políticos.

Diferentes organismos internacionales han destacado el impacto de la mujer en la economía y desarrollo de los países. Los estudios han mostrado que en donde las mujeres son una proporción significativa del parlamento, se invierte más en sectores clave como la educación y la salud, fundamentales para el crecimiento económico a largo plazo.

Según proyecciones del Banco Mundial, facilitar el acceso de más mujeres a la fuerza laboral mundial permitiría duplicar la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) global en una década. Ante este panorama ¿cómo se puede construir una agenda política que favorezca el impacto de la gestión política con enfoque de género?

Una agenda política es un conjunto de temas, problemas o asuntos que un actor político o grupo de actores políticos se compromete a abordar. Esta puede ser formulada por partidos políticos,

líderes políticos, grupos de interés o movimientos sociales, entre otros.

La agenda política puede inclinar las prioridades de un gobierno, partido político o candidato en particular, y establecer la dirección para el debate público y las políticas gubernamentales. Por tanto, su creación con enfoque de género debe identificar los obstáculos y puntos de convergencia en propuestas o soluciones para orientar el cambio social hacia la equidad y establecer las acciones estratégicas para la implementación y consolidación de políticas públicas que fortalezcan la gestión política de las mujeres.

El éxito en la creación de una agenda política con enfoque de género debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- **Formación y capacitación**
- **Redes de apoyo**
- **Visibilidad y comunicación**
- **Revisión del marco legal**
- **Apoyo Institucional nacional e internacional**

Integrar el enfoque de género en las políticas públicas permite identificar

y diferenciar las necesidades prácticas e intereses de mujeres y hombres, así como promover la transformación de las relaciones desiguales entre ambos sexos. El enfoque de igualdad y equidad de género es de crucial importancia en tanto reconoce la discriminación y las brechas de género y el impacto negativo que pueden ocasionar en la economía y desarrollo político y social de los países. Por tanto la construcción de la agenda política debe caracterizarse por superar ideologías o colores partidarios.

Cuando las mujeres están representadas en la política, pueden aportar perspectivas y experiencias únicas que enriquecen el debate político y la toma de decisiones.

En conclusión, la participación política con enfoque de género es fundamental para el desarrollo sostenible, la democracia y la justicia social.

***Estratega y Comunicadora Política y Directora de DALET Comunicación Política y Social.**

MARIO PADRÓN:

“EN LAS BATALLAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA GANA QUIEN LOGRA INCIDIR EN LA OPINIÓN PÚBLICA”

Por **Jéssica Osorio**



No trabajamos con ocurrencias, todo debe tener sustento”.

Catedrático universitario, consultor y conferencista con experiencia como asesor en más de una treintena de proyectos electorales en la última década, **Mario Padrón Estrada***, director general y fundador de Grupo Stratega, nos habla en esta entrevista sobre sus inicios y sobre parte del secreto de éxito tras ser múltiple acreedor a reconocimientos por campañas trascendentales, principalmente en su natal México.

¿Cómo inicia este camino de éxitos en la industria política?

Me remontaría 20 años atrás, al estudiar la universidad cuando nos conocimos con mi amigo y hoy socio César Gómez. Ambos estuvimos en participación política con ese interés en común.

En la universidad tuvimos un profesor de la materia “Comunicación Política”, quien nos llamó aparte a ambos porque nos veía avanzados para los temas que abordaría en la materia y nos ofreció una oportunidad poco usual. Él era también el director de posgrados, y nos abrió la puerta a participar en la

maestría en marketing político como oyentes.

Aceptamos, y a partir de esa experiencia, desde antes de terminar la Licenciatura, nos pusimos el sueño de montar una consultoría especializada en estrategia y comunicación política. Y bueno, hoy día, dos décadas después, tengo el gusto y honor de estar platicando con ustedes.

¿En qué ámbitos se especializa Grupo Stratega?

Principalmente en estrategia y comunicación política, es la especialidad de la casa, así nacimos.

No somos una agencia de publicidad comercial que abrió su nicho a la consultoría política, por el contrario, nacemos desarrollando estrategia y comunicación política y después nos abrimos al sector comercial de la iniciativa privada.

En nuestro equipo implementamos un principio base: “no trabajamos con ocurrencias, todo debe tener sustento” y así diferenciamos la creatividad de las ocurrencias.

En la consultoría tenemos cuatro grandes áreas que se interconectan según las necesidades del proyecto: Estrategia y Comunicación Política, Mkt Digital, Imagen Pública y publicidad comercial

¿Cómo se diferencian del marketing político tradicional?

En el diseño de la estrategia general, a través de lo que hoy denominamos “el método GS”, que en la implementación combina el empalme entre la estrategia territorial y la de comunicación, principalmente a través de canales de comunicación digital.

Dos grandes diferenciadores han sido el uso de conceptos y técnicas para persuasión de masas con base en estudios de percepción e imagen pública, y la implementación de análisis territoriales y comportamiento del electorado.

Grupo Stratega es creador de la metodología “hipersegmentación para campañas electorales”, que se basa en la detección de hipersegmentos sociales y el diseño de “rutas



La confidencialidad es un valor primordial en Grupo Stratega”.

narrativas” a través de conjuntos de contenidos de comunicación que generan altos impactos de persuasión social e insertan temáticas en la Opinión Pública.

¿Cómo se puede “romper” una barrera cultural para implementar una campaña que trascienda?

Es una pregunta profunda, y un proceso complejo. No me atrevería a decir que necesariamente se “rompe”, pero con un empalme entre el trabajo territorial y el de comunicación, diseñando rutas narrativas para hipersegmentos socio-digitales con mensajes que atiendan causas y necesidades personalizadas para cada público hemos logrado trascender los resultados de persuasión hasta niveles de trastocar algunas barreras socio-políticas y culturales.

En los últimos 12 años hemos tenido la oportunidad de probar y perfeccionar nuestras técnicas, hasta lograr diseñar estos métodos y vemos que es posible incidir en el comportamiento electoral e incluso en algunos aspectos culturales.

¿Es el tema ideológico un obstáculo para aplicar una estrategia política?

Si te refieres a izquierda o derecha, no creo que sea un obstáculo. Al final del día una estrategia se diseña para una sociedad de votantes, y quien logré

entenderlos, ofrecerles soluciones a sus necesidades pero, sobre todo, comunicarlas de manera eficaz y segmentada, tendrá mayor posibilidad de alcanzar su voto de confianza.

Con su empresa han sido reconocidos en los Napolitans en varias ocasiones. ¿En qué aporta este tipo de galardones a la carrera de un consultor?

Hace unos años en GS decidimos aplicar a los Napolitans en el marco del cierre de nuestra primera década como consultoría establecida, y honestamente lo hicimos sin altas expectativas, y fue una gran honor el reconocimiento al trabajo del equipo. Ganamos y quedé nominado como consultor revelación del año.

De ese momento a hoy fue un parteaguas en las relaciones y networking con la comunidad de consultores a nivel internacional y la carrera de nuestra consultoría. Tuvimos el privilegio de estar en la lista Compol 100 por dos años consecutivos, hemos ganado Napolitans en diversas áreas.

El tema de confidencialidad parece ser medular en su labor. ¿Por qué?

Estamos conscientes de la importancia de cada proyecto político y lo delicado de la información que se maneja, por lo tanto trabajamos con estricta confidencialidad con todos nuestros clientes.

La confidencialidad es un valor primordial en Grupo Stratega, al grado que se ha convertido en uno de los grandes diferenciadores de nuestra consultoría.

Incidir en la opinión pública es uno de sus pilares, cuál es el fin de alcanzar este objetivo?

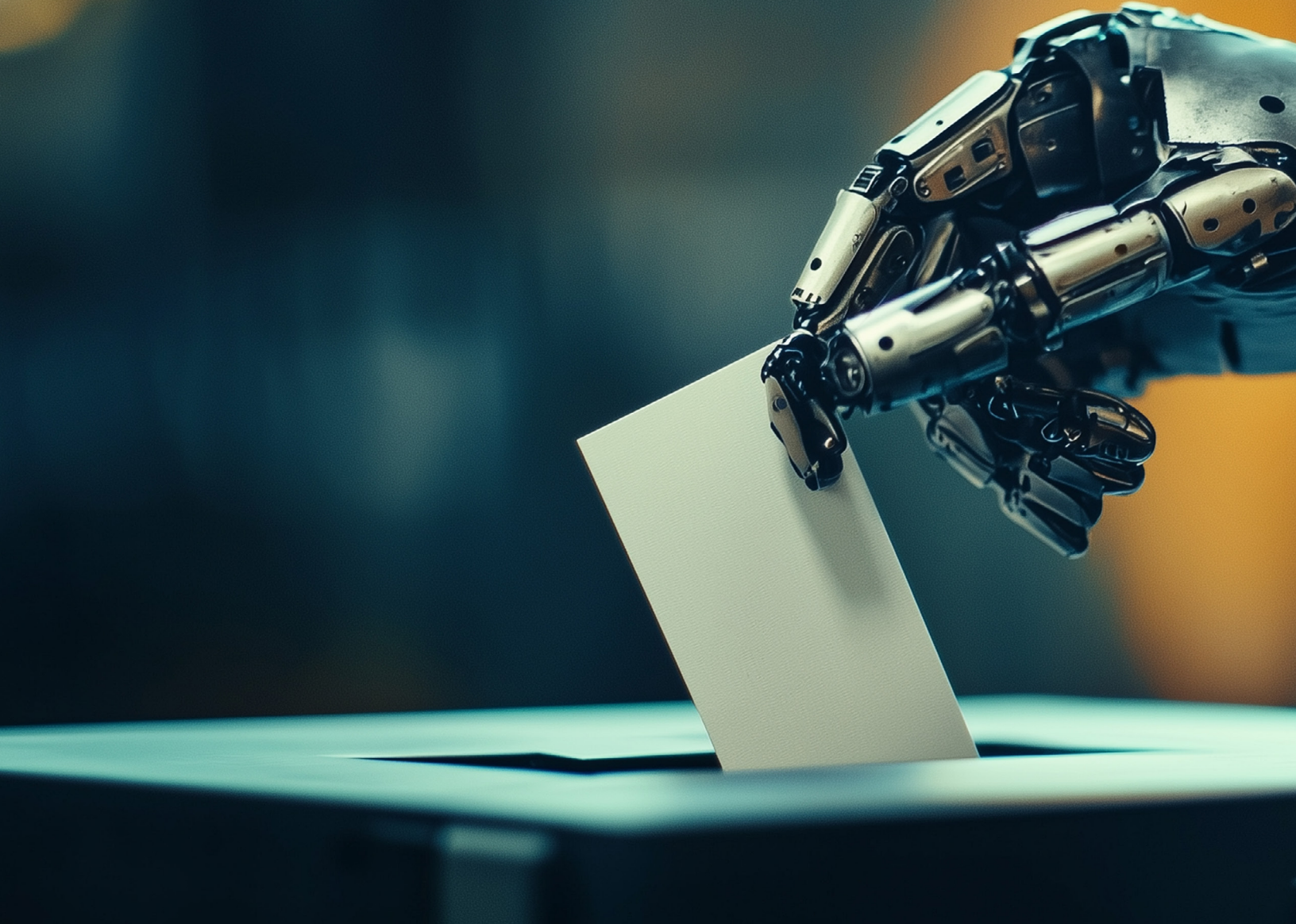
¿Qué es una estrategia de comunicación si no busca que se construya una opinión en el receptor? En las batallas de comunicación política se lleva la victoria quien logra incidir en la opinión pública, quien persuade a las

masas; al final, ese es el objetivo que logra que se alcance lo demás.

Hay quienes nos catalogan como especialistas en insertar temáticas en la Opinión Pública, y les agradecemos esa distinción. Solo buscamos cumplir con nuestro trabajo y que nuestros clientes logren alcanzar sus objetivos electorales, políticos y sociales con responsabilidad social y ética, poniendo un granito de arena rumbo a la construcción o consolidación de ciudadanías participativas y democráticas.



*Licenciado en Comunicación con Maestría en Ingeniería en Imagen Pública, Diplomados en Imagen Política y en Comunicación Digital, cuenta con estudios complementarios en el extranjero en la Universidad Pontificia de Salamanca.



DEMOCRACIAS DIGITALES: LA CARRERA POR ADAPTARSE A LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Por **Leslie Mendoza Zavaleta**



En América Latina, una región marcada por desigualdades, corrupción y desconfianza institucional, la transformación digital podría ser el catalizador que revolucione las democracias.

Sin embargo, la pregunta crucial no es si los políticos están dispuestos a adoptar tecnologías como la inteligencia artificial, el blockchain o las plataformas digitales, sino si tienen la capacidad ética y política para hacerlo de manera que fortalezca –y no socave– las democracias.

En un momento donde el algoritmo tiene tanto poder como las urnas, los líderes políticos de la región enfrentan una encrucijada: abrazar la innovación tecnológica para mejorar la transparencia y la participación ciudadana, o permitir que estas herramientas se conviertan en armas para perpetuar desigualdades y manipular elecciones.

TECNOLOGÍA EN DEMOCRACIAS FRÁGILES: ¿UNA SOLUCIÓN O UNA TRAMPA?

En un entorno donde la corrupción y la desigualdad son endémicas, la tecnología puede ser vista como una herramienta para reconfigurar las democracias. Desde la integración del bitcoin en El Salvador hasta la digitalización de procesos administrativos en Chile, los avances tecnológicos están remodelando la relación entre los ciudadanos y sus gobiernos.

La inteligencia artificial se posiciona como el gran potenciador de estas iniciativas. En procesos democráticos, por ejemplo, puede analizar patrones de fraude electoral, optimizar los procesos de registro y hacer que el escrutinio sea más rápido y confiable. Sin embargo, su uso ético es esencial: herramientas como los algoritmos predictivos deben

diseñarse para servir a los ciudadanos, no para reforzar desigualdades existentes.

En El Salvador, la adopción de bitcoin como moneda nacional es un ejemplo de cómo las innovaciones tecnológicas pueden abrir nuevas posibilidades, pero también plantear preguntas críticas. Aunque la medida fue presentada como un paso hacia la modernidad, expertos advierten sobre el impacto desigual que podría tener en una economía ya vulnerable. Es un recordatorio de que la tecnología, por sí sola, no puede solucionar problemas estructurales.

“Adoptar blockchain para procesos democráticos en una región con antecedentes de fraude parece un paso lógico,” explica Santiago Siri, fundador de Democracy Earth quien describe que no se trata solo de implementar tecnología; se trata de educar a los ciudadanos para que entiendan y confien

en ella. Si no lo hacemos, estamos creando una nueva élite tecnológica que controla el sistema, explicó.

LA GRAN PROMESA DEL BLOCKCHAIN Y LA IA: MÁS QUE VOTOS TRANSPARENTES

El blockchain no solo promete eliminar el fraude electoral. Su potencial va más allá, ofreciendo aplicaciones para monitorear el uso de fondos públicos, auditar en tiempo real las acciones gubernamentales y garantizar que cada contrato firmado por el Estado sea transparente y verificable. Pero sin la integración de la inteligencia artificial, muchos de estos datos quedan desaprovechados.

Por ejemplo, en México, la adopción de IA en combinación con blockchain podría transformar la forma en que se gestionan los recursos del sector público. Un sistema de auditoría automatizado basado en IA podría identificar irregularidades en tiempo real, reduciendo los márgenes para la corrupción. De igual forma, los gobiernos podrían implementar análisis predictivos para anticipar problemas en la distribución de recursos clave, como medicinas en hospitales o material educativo en escuelas rurales.

Sin embargo, los contextos políticos importan. En países como Colombia y Brasil, donde los ciudadanos están profundamente polarizados, la confianza en las instituciones es baja.

La adopción de blockchain e IA en procesos electorales requeriría un esfuerzo coordinado para garantizar que estas tecnologías sean accesibles, confiables y comprendidas por todos los sectores de la sociedad.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: DEMOCRACIA INTELIGENTE O AUTORITARISMO DIGITAL

La inteligencia artificial ya está emergiendo como una herramienta poderosa para la toma de decisiones y la administración pública.

En Brasil, el gobierno de Lula da Silva ha explorado el uso de IA para monitorear datos de políticas sociales, mientras que en México, la administración entrante podría aprovechar estas herramientas para mejorar la eficiencia gubernamental.

La IA puede ser especialmente útil en contextos críticos. Durante las elecciones, algoritmos avanzados podrían identificar intentos de manipulación de redes sociales, como campañas de desinformación, y detener su propagación antes de que afecten a los votantes. Además, plataformas impulsadas por IA podrían permitir un acceso más directo de los ciudadanos a sus gobiernos, eliminando barreras burocráticas que actualmente complican la interacción entre ambos.

No obstante, el mal uso de la IA puede ser peligroso. Países que han implementado tecnologías como el reconocimiento facial sin regulaciones claras han enfrentado críticas por violaciones a la privacidad. En América Latina, donde las libertades civiles suelen estar bajo presión, el uso de estas tecnologías debe ser supervisado con estándares internacionales.

En este contexto, un contraste interesante se encuentra en Estados Unidos, donde las elecciones suelen combinar métodos tradicionales con tecnologías digitales. A pesar de los avances, los debates sobre la vulnerabilidad de los sistemas electrónicos han subrayado la importancia de garantizar ciberseguridad y audibilidad. En América Latina, implementar tecnologías sin regulaciones robustas podría exacerbar la desconfianza en lugar de mitigarla.

LA TORPEZA DE LOS SISTEMAS OBSOLETOS: ¿UN LASTRE PARA LA DEMOCRACIA?

En México, el sistema de salud es un ejemplo vivo de cómo las instituciones arcaicas frenan el desarrollo. Las listas de espera para atención médica especializada pueden prolongarse

durante meses, dejando a millones de personas en un limbo de incertidumbre. Aquí, la inteligencia artificial podría revolucionar la gestión de recursos al priorizar casos según urgencia, optimizar las asignaciones hospitalarias y predecir necesidades futuras basándose en datos históricos. Esto no es ciencia ficción. Países como Estonia ya han implementado sistemas basados en IA para digitalizar completamente sus servicios gubernamentales, permitiendo que los ciudadanos realicen casi todos los trámites en línea en cuestión de minutos.

En América Latina, donde la burocracia es sinónimo de ineficiencia, estas aplicaciones podrían transformar vidas y, de paso, restaurar la confianza en las instituciones.

EL FUTURO: ADAPTARSE O QUEDAR ATRÁS

En una región tan diversa como América Latina, la tecnología no es un lujo, sino una necesidad urgente para fortalecer las democracias. Sin embargo, la adopción de estas herramientas debe estar guiada por principios éticos y una visión clara de inclusión.

Claudia Sheinbaum, como la primera presidenta de México, tendrá la oportunidad de demostrar cómo la ciencia y la tecnología pueden ser puestas al servicio de los ciudadanos.

En Chile, Gabriel Boric podría liderar un modelo de gobernanza digital basado en la participación ciudadana, mientras que en Colombia, Gustavo Petro tiene la oportunidad de mostrar cómo las herramientas tecnológicas pueden ser aliadas en la lucha contra la desigualdad.

La transformación tecnológica es inevitable. La verdadera pregunta es si los líderes de América Latina tendrán el coraje de romper con el pasado y construir instituciones que respondan a las necesidades de sus ciudadanos, porque en un sistema que no evoluciona, no hay democracia que sobreviva.

5 CLAVES PARA LOGRAR UN IMPACTO POLÍTICO EN REDES SOCIALES

Por: **Gustavo Zúñiga Colín*** | @gustavozunigac

En los últimos años las redes sociales se han convertido en la plataforma de comunicación política clave para posicionar a hombres y mujeres que se desarrollan en el ámbito de la toma de decisiones públicas, sin embargo, para lograr un verdadero impacto político se requiere más que una foto bonita o un mensaje que genere polémica, frente a esto se requiere una estrategia que contenga mensajes de alto valor social.

A continuación, cinco claves que nos han llevado a ganar en los dos últimos años el galardón al Impacto del Año en Redes Sociales Campaña/Proyecto en los Napolitans Victory Awards:

1. **Optimizar la oratoria y el lenguaje no verbal de la persona política para proyectar certeza, credibilidad y confianza.**
2. **Diseñar un discurso segmentado para tres públicos distintos: fieles (fortalecer su apoyo), indecisos/as (provocar un cambio de actitud a favor de nuestro personaje político)**

y apáticas/os (promover una imagen positiva, porque si bien seguirán en su apatía para ejercer su voto, se buscará que no tengan juicios negativos que difundan entre quienes no han tomado una decisión pero desean participar).

3. **Desarrollar un storytelling empático a la segmentación anterior.**
4. **Lograr coherencia entre la vida de la persona política con la imagen política que se proyectará.**
5. **Hacer uso de las técnicas de la producción y postproducción audiovisual (enfoques, luces, sonidos, símbolos y cuadrantes) para potenciar las emociones de la ciudadanía.**

Estas cinco claves favorecen la credibilidad, la correcta imagen política y la confianza, pero hay una con mayor capacidad de impacto y persuasión: el uso de emociones positivas que favorezcan los contenidos de valor social. Las emociones positivas son definidas por el académico Manuel Alejandro

Guerrero Martínez como aquellas que se centran en “el otro”, tales como la empatía, la elevación y la gratitud, emociones con repercusión en la vida pública.

El impacto en redes sociales no debe medirse de manera frívola (número de reproducciones, de vistas o de veces que se ha compartido), lo que realmente debe valorarse es la trascendencia del mensaje, la identidad social que provoca y la transición del mensaje virtual a un impacto cívico que fomente vínculos sociales.

En síntesis, la oratoria y el lenguaje no verbal, la segmentación del público, el storytelling, la imagen política y las técnicas de producción-postproducción deben de estar al servicio de un mensaje regido por el valor social que trasciende el mundo virtual y genera vínculos humanos solidarios.

***Doble ganador del Impacto del Año en Redes Sociales en los Napolitans Victory Awards (2023 y 2024)**

DIRECTORIO de PROFESIONALES



GUILLERMO EMMANUEL CABRERA SIFUENTES

México

Especialista en la construcción de datos de alto valor para el sector público y privado, implementando tecnología y diseño técnico de procesos.

✉ cabrera@futuromexico.com

☎ 520444448292355

✂ @memocs_



RICARDO RUTENBERG

Argentina

Con 30 años de experiencia en el mercado, es el presidente y socio fundador de LA FUSION LA S.A. (ex-DOWNTOWN), como así también, fue Presidente de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad. Al frente de su compañía ganó más de 120 premios creativos nacionales e internacionales.

✉ rrutenberg@lafusion-la.com

✂ @RickyRutenberg



MATTHEW MCMILLAN

USA

Matthew McMillan es un galardonado consultor de asuntos públicos y políticas globales. Desde 2004, ha trabajado en 30 países. Sus clientes incluyen jefes de estado, líderes de la oposición, los principales partidos políticos y corporaciones globales.

✉ info@buzzmaker.net

☎ 12023094920

✂ @wearebuzzmaker



MARIANO FERREIRA

Argentina

CEO de Guasap Consultora. Periodista que ha integrado la UTPBA (Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires) y la FELAP (Federación Latinoamericana de Prensa).

✉ marianomartinferreira@gmail.com

☎ +549 266 423-2195

✂ @marianof_ok



JOAN GONÇALES

España

Licenciado en Sociología, Postgrado en Dirección de Campañas Electorales, Máster en Comunicación y Organización y Máster en Igualdad. Consultor en estrategias públicas efectivas desempeña su profesión en tres ámbitos diferenciados: Electoral, Gubernamental, y Formativo.

✉ consultoria@joangoncales.com

☎ +34636 501 578

✂ @JoanGoncales



DIEGO CORRALES

Colombia

Estratega Político. Más de 10 años de experiencia en estrategias y proyectos en el sector público y privado, obteniendo premios y reconocimientos por los resultados logrados.

Escritor, conferencista y analista político, es CEO de DC Estrategia.

✉ diego.corrales@dcestrategia.co

☎ 573003944589

✂ @diegocorralesdc



JULIÁN KANAREK

Uruguay

Máster en Comunicación y Cultura y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay, se ha desempeñado en gran parte de las áreas de la comunicación como el periodismo, la publicidad, el marketing.

✉ hola@ciudadana.city

☎ +5982 716 1945

✂ @julian_kanarek



CARLOS SUÁREZ ROJAS

Colombia

Columnista de la Silla vacía, abogado especializado en derecho penal, con amplia experiencia en el manejo de procesos mediáticos sensibles a la opinión pública.

✉ c.suarez@estrategiaypoder.com

☎ 5712562994



COLIN ROGERO

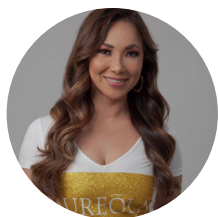
USA

Colin Rogero es el cofundador y director creativo de Conexión, la agencia de medios más diversa en la política demócrata. Es uno de los cineastas latinos y consultores de medios más creativos en el ámbito político. Su estilo visual distintivo y sus anuncios emocionalmente impactantes han resultado en victorias electorales en todos los niveles de gobierno en los Estados Unidos y otros países.

✉ colin@maketheconexion.com

☎ 12026862900

✂ @maketheconexion



AUREOLA DEL SOL CASTILLO PERALTA

México

Consultora política en comunicación de gobierno y campañas electorales, con especialidad en el diseño de estrategias de política en internet. Creadora del método SER Digital que busca una compol digital bajo la premisa de ser Sencillo, Emotivo y Relevante, a través de su consultora ADS Consulting.

✉ aureoladelsol@gmail.com

☎ 529818299805

✂ @AureoladelSol



GABRIEL SLAVINSKY

Argentina

Gabriel Slavinsky psicólogo, consultor y analista político.

Licenciado en Psicología de la Universidad de Buenos Aires y Magister en Marketing Político de la Universidad del Salvador. Candidato a Doctor en Comunicación Social por la Universidad Austral.

✉ info@gabrielslavinsky.com.ar

☎ 541130704924

✂ @gslavinsky



ALEJANDRA SOTA

México

Tiene más de 20 años de experiencia como estrategia de comunicación para gobiernos, empresas y procesos electorales.

Dirige la firma INTEGRAL e imparte cursos y diplomados. Ha sido vocera y coordinadora de comunicación social de la presidencia de México y ha participado en 4 campañas presidenciales.

✉ nat.polito@gmail.com

☎ +5255 4133 5843

✂ @ASota



ALFREDO PIÑA CEDILLO

México

Alfredo Piña, Director de Trascenda, ha desarrollado su carrera como emprendedor y consultor por más de 17 años con experiencia en el sector de tecnología e innovación en corporativos y administración pública.

✉ alfredo.pina@trascenda.com

☎ 524422424543

✂ @alfredpineapple



BRAULIO GONZÁLEZ RODRÍGUEZ

México

20 años en el desarrollo de más de 500 proyectos, estrategias y campañas de posicionamiento, elecciones, gobierno, empresas de incidencia social y manejo de crisis. Director de AZPOL Comunicación + Estrategia Política. Napolitan Victory Award a la excelencia. Conferencista. Impulsor de liderazgos.

✉ braulioglez@azpol.com

☎ 523331719354

✂ @Braulioglez



MIGUEL ÁNGEL MATILLA BLANCO

España

Miguel Ángel Matilla Blanco es consultor de comunicación estratégica. Ha participado en campañas en España y México, y trabaja como asesor político en campañas y gobierno, así como formador y escritor.

✉ miguel@matillablanca.com

✂ @matillablanca



ORLANDO D'ADAMO

Argentina

Director de COMMUNICATIO, consultora de comunicación estratégica. Asesor de organismos gubernamentales en Argentina. Coach en comunicación y liderazgo. Consultor en campañas electorales en Argentina, Uruguay, Colombia, Perú, República Dominicana, y El Salvador.

✉ info@communicatio.com.ar

☎ 5491144484275

✂ @communicatioxxi



GILDARDO ARIAS VIDALES

Colombia

Administrador de Empresas, especialista en Marketing Político y Estrategias de Campaña Electoral con más de 15 años de experiencia en asesoramiento de campañas políticas.

✉ ingeses@yahoo.com

☎ 573104157434

✂ @estrategia_2020



ARLEY DARIO BASTIDAS-BILBAO

Colombia

Estratega político. Mg. en Comunicación Política y Esp. en Mkt Político de la Universidad Externado de Colombia. Desarrolla estrategias electorales mediante el uso Estratégico del Lenguaje, usando un método, simple, sencillo y eficaz para la construcción del mensaje político.

✉ arleybb@gmail.com

☎ 573188342107

✂ @adbasbilbao



VICTOR MANCERA

México

Consultor en Comunicación Política con 18 años dedicado al desarrollo de marcas políticas personales, campañas electorales y de gobierno, colaborando en más de 300 campañas y proyectos. Ha dictado múltiples seminarios, conferencias y cursos en materia de marketing y comunicación política.

✉ victor@manceraestrategia.com

☎ 525588741999

✂ @vmancera



PATRICIA MORENO

Venezuela

Concejala del Municipio Diego Bautista Urbaneja - Venezuela Conferencista Internacional, Promueve la Equidad de Género y el Liderazgo Femenino a través de Programas Educativos.

✉ infosoycrear@gmail.com

☎ +584148214070



VIRGINIA GARCIA BEAUDOUX

Argentina

Dra. en Psicología. Especializada en asesoramiento en comunicación, liderazgo y desarrollo estratégico de carrera para mujeres. Más de 80 entrenamientos en comunicación y liderazgo para más de 3700 mujeres en América Latina y EEUU, muchas de las cuales han alcanzado altos perfiles públicos.

✉ dagar02@gmail.com

☎ 5491144406991

in Virginia García Beaudoux



ISAAC HERNÁNDEZ

España

Consultor Político experto en comunicación y marketing político. Autor de los libros Ganadores, Voy Contigo y Tú eres Tú. Docente, conferenciante y mentor por la UAH.

✉ contacto@isaachernandez.es

☎ +34661988912



DIEGO SAUCEDO PORTILLO

México

Licenciado en Derecho con Mención Honorífica por la Universidad Nacional Autónoma de México y Leiden Universiteit, Países Bajos. Doctor Honoris Causa por World Leaders Organization.

✉ sauceportconsulting@gmail.com

☎ +525525563577

✂ @diegosauceport



MIGUEL JARAMILLO

Colombia

Estratega Político. Ha asesorado y entrenado equipos de Campañas, Gobiernos y Empresas, destacándose por su impacto en política y consultoría para el sector público y privado a nivel internacional. CEO Jaramillo Luján y MPG, Autor del libro Marca Poder.

✉ coordinacion@jaramillolujan.com

☎ +573225856787

✂ @Jaramillolec



DIRECTORIO de EMPRESAS



SAUCEPORT LEGAL & EDUCACIONAL CONSULTING SERVICES

Creación, desarrollo, análisis, elaboración, modificación, glosado y traducción de proyectos, investigaciones, opiniones técnicas, jurídicas y de Derecho comparado.

📍 Moliere 127, 11540, Polanco, Ciudad de México, Mexico.

✉️ sauceportconsulting@gmail.com

🌐 <https://linktr.ee/sauceport>



INDICADOR POLÍTICO

Blog, Columna, Revista

Indicador Político es una columna de análisis y opinión que se publica desde 1990 en más de 30 diarios y portales de toda la república mexicana.

📍 Mexico, Ciudad de México

✉️ presidencia@mayaseguridad.mx

🌐 www.indicadorpolitico.com.mx

✂️ @CR_indipolitico



HEURÍSTICA COMUNICACIÓN

"Estrategía Producción Audiovisual"

Somos una agencia de comunicación política, que desarrolla estrategias integrales y creativas para gobiernos, instituciones, partidos políticos y organizaciones.

📍 Mexico, Guadalajara

✉️ oswaldo@heuristica.com

🌐 www.hcom.mx

☎️ +523338 26 7034

✂️ @HeuristicaCom



BUZZMAKER

Estrategia

Digital/Tecnología

Servicio Completo

BuzzMaker es una galardonada consultora de asuntos públicos y políticas globales. Desde 2004, hemos trabajado en 30 países. Nuestros clientes incluyen jefes de estado, líderes de la oposición, los principales partidos políticos y corporaciones globales.

📍 United States

✉ info@buzzmaker.net

🌐 www.buzzmaker.net

☎ +1202-309-4920

✂ @wearebuzzmaker



GUASAP CONSULTORA

Estrategia

Digital/Tecnología

Campañas/Asesoría de Gobierno

Somos una consultora joven, pero que cuenta con mucha experiencia y trabajo campañas en varios países de Latinoamérica: Argentina, Perú, México, Ecuador, Chile, Colombia y Paraguay. Tenemos también experiencia en comunicación de gestión de gobierno, armado de equipos de prensa y manejo de medios.

📍 Argentina, San Luis capital, Calle Lallerman 1680

✉ info@guasap.com

🌐 www.guasapconsultora.com

☎ +549 266 5108893



ESTRATEGIA&PODER

Investigación, Encuestas

Redes Sociales

Estrategia&Poder, una empresa de Marketing Político y Empresarial que traza caminos para conseguir, conservar y potenciar el poder y la imagen de nuestros asesorados.

📍 Colombia, Bogotá, Carrera 13 # 82 - 91

Oficina 402.

✉ info@estrategiaypoder.com

🌐 www.estrategiaypoder.com

☎ +57311 2161334

✂ @estrategiapoder



DC ESTRATEGIA

Servicio Completo

DC Estrategia es una firma integral en estrategias & proyectos, especializada en asuntos públicos, políticos & gubernamentales.

📍 Colombia

✉ dc@dcestrategia.co

🌐 www.dcestrategia.co

☎ 573003944689

✂ @dc_estrategia



TRASCENDA

Digital

Redes Sociales

Trascenda es una empresa de Comunicación Política, Consultoría, Servicios de Outsourcing, Digitales y de Tecnología.

📍 México

✉ info@trascenda.com

🌐 www.trascenda.com

☎ 524422424543

✂ @Trascenda



PROPAGANDA 6

Estrategia Digital, Oratoria,

Public Speaking

Somos una consultora en comunicación que pone énfasis en la personalización de cada proyecto. Tenemos la convicción que la información debe ser transmitida con seriedad, lógica y coherencia.

📍 Argentina, Buenos Aires

✉ info@propaganda6.com.ar

🌐 www.propaganda6.com.ar

☎ +5411 47742385

✂ @propagandaseis



EMPREMUJERES

Educación

Programa Educativo de Liderazgo, Desarrollo y Empoderamiento de la mujer.

📍 Venezuela, Lechería, Av. Fermín Toro, 6016

✉ info soy crear@gmail.com

☎ 584148214070



INGENIO ESTRATÉGICO

Oratoria, Public Speaking

Investigación, Encuestas

Producción Audiovisual

Somos una consultoría enfocada a la capacitación y formación de líderes políticos, posicionándolos con una imagen positiva frente a los grupos objetivo (electorado segmentado).

📍 México, Ciudad de México

✉ info@ingenioestrategico.mx

🌐 www.ingenioestrategico.mx

☎ 525559876100

✂ @IngenioESC



FMX - FUTURO MÉXICO

Estrategia

Digital

Investigación, Encuestas

Somos una agencia digital especializada en estrategias integrales mar, tierra y aire, desde la construcción, posicionamiento y blindaje de un gobierno, candidato o aspirante. Diseñamos plataformas y aplicaciones digitales para la recopilación y procesamiento de datos en tiempo real.

📍 México, Ciudad de México

✉ contacto@futuromexico.com

🌐 www.futuromexico.com

☎ 52448292355

✂ @FuturoMexico_



AZPOL COMUNICACIÓN + ESTRATEGIA POLÍTICA

Estrategia

Manejo de Crisis

Marca Ciudad/País

20 años de innovación y vanguardia en comunicación política. Más de 500 estrategias electorales, gubernamentales, resolución de crisis, creación de marca, posicionamiento y campañas. Impulsamos líderes políticos y sociales, gobiernos, organizaciones, empresas, universidades y medios de comunicación.

📍 México

✉ braulioglez@azpol.com

🌐 www.azpol.com

☎ 523330550408

✂ @azpolcomunica



INTEGRA METAS ESTRATÉGICAS

Estrategia

Investigación, Encuestas

Manejo de Crisis

Somos una empresa de consultoría especializada en estrategia, comunicación y opinión pública con clientes en sector público, empresas privadas y ONG's.

Contamos con un equipo multidisciplinario, egresados de las mejores universidades, experto en toma de decisiones en los ámbitos público y privado.

📍 México, Ciudad de México, Bosque de Duraznos 61, 11700

✉ marcela.ruiz@consultoresintegra.com.mx

🌐 www.consultoresintegra.com.mx

☎ +52(55) 6387 0034

✂ @ASota



I LATINA

Digital

Marca Ciudad/País

Producción Audiovisual

En I Latina traducimos estrategias en comunicación que conecta con la gente de manera de poder participar en sus procesos de valoración y decisión.

📍 Argentina, Buenos Aires, Libertador 2442
Piso 4. Olivos., B1636DSR

✉ lucia@ilatina.agency

🌐 www.ilatina.agency

☎ 5491157212090

✂ @ilatina_agency



ADS CONSULTING

Digital/Tecnología, Redes Sociales

Desarrollamos estrategias de comunicación digital

Hemos acompañado a candidatos e instituciones publicas en Latinoamérica, con un equipo de profesionales que ayudan a la construcción de diálogos en la sociedad red mediante el método SER Digital.

📍 México, Ciudad de México

✉ consultora@aureoladelSol.com

🌐 www.aureoladelSol.com

☎ 525569176513

✂ @AureoladelSol



ESTRATEGIA

Estrategia, Investigación, Encuestas, Campaña de tierra, Organizaciones de Base y Territorio

Empresa dedicada a prestar servicios de Marketing Político y Gobierno.

📍 Colombia

✉ ingeses@yahoo.com

☎ 573104157434

✂ @estrategia_2020

communicatio

COMMUNICATIO

Estrategia

Educación

Oratoria, Public Speaking

Más de 100 consultorías en 22 países. Asesoramiento en comunicación a la medida de cada persona, equipo y organización. Sumamos conocimientos en psicología, comunicación, consultoría e investigación para crear nuestros métodos, productos y servicios.

📍 Argentina, Buenos Aires, 11 de septiembre 1487, 1426

✉ info@communicatio.com.ar

🌐 www.communicatio.com.ar

☎ 5491144406991

✂ @communicatioxxi



MR. PRESIDENT MACHIN

Digital / Tecnología, Marca Ciudad /

País, Producción Audiovisual

productora audiovisual especializada en animación digital dedicada a la creación de contenidos para campañas políticas y comunicación gubernamental, a la fecha han producido 200 Spots para 21 estados del territorio nacional.

📍 Mexico, Guadalajara

✉ administracion@mistermachin.mx

🌐 mrpresidentmachin.com/

☎ 523314839055

IN THIS TEMPLE
AS IN THE HEARTS OF THE PEOPLE
FOR WHOM HE SAVED THE UNION
THE MEMORY OF ABRAHAM LINCOLN
IS ENSHRINED FOREVER

Presidente WAPAS
Mauricio Jaïtt

Editor-in-Chief
Jessica Osorio

Presentador NAPOLITANS 2024
Luis Rubén Maldonado

Agradecimientos Especiales:

Álvaro Mohorte Medina
Andrea Jay
Arturo Burciaga
Brenda Recupero
Carlos Barrera
Cesar Taki
Diego Cejas
Dr. Joseph Love
Fremiot Manuel Cedeño
Gabriela Gonzalez
Gabriela Ortega
Gerardo Vazquez
Harry Aureo Darquea Olvera
Hugo Haïme
Jessica Osorio
Joe Franco
Jose Luis Sahuquillo Orozco
José Morales
Jose Penso

Joshua Habursky
Julie Germany
Justin Germany
Kenia R. Del Orbe Ayala
Lina Tramelli
Lorena Márquez
Luis Bello
Luis Felipe Vergara Maldonado
Marcelo Sosa
María Eugenia Manotas
Mariel Miranda
Mark Pfeifle
Melanie Rodriguez
Milton Vela Gutierrez
Mindy Finn
Nancy Bocskor
Romeo León
Ruby Soriano
Virginia García Beaudoux
Yury Ramírez

Una Publicación de



MPR Group, LLC
www.MPRgroupUSA.com
info@mpolitico.com
Washington, DC - USA

ISSN 2771-5884

ISSN (International Standard
Serial Number) assigned the
by the U.S. ISSN Center at the
Library of Congress

La información en esta revista es sólo para fines informativos. MPR Group, LLC no asume ninguna responsabilidad por cualquier información inexacta, incompleta o retrasada, ni de ninguna acción adoptada al respecto. La información contenida sobre cada individuo, evento u organización ha sido proporcionada por dicha persona u organización sin verificación de nuestra parte. La opinión expresada en cada artículo es la opinión de su autor y no refleja necesariamente la opinión de la revista Washington COMPOL o de MPR Group, LLC. Por lo tanto, Washington COMPOL & MPR Group, LLC. no tienen ninguna responsabilidad por las opiniones expresadas. Cualquier forma de reproducción de cualquier contenido sin el permiso por escrito del editor está estrictamente prohibida.



COMPOL 100

Los cien profesionales
políticos más influyentes
del año.