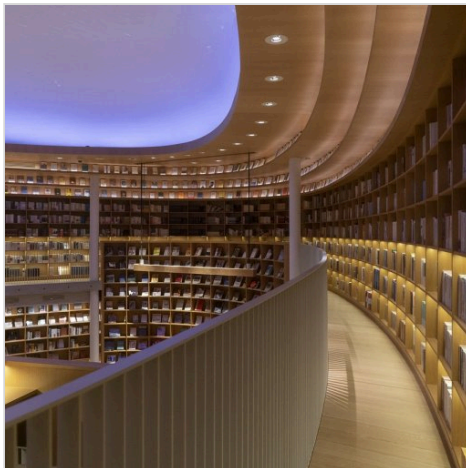


L U M B R E



Del segmento al mensaje: qué le dices a cada quién y por dónde

Materia: Ciencia Política

24/10/2026

Antes de empezar

Un mensaje central, **muchos mensajes segmentados**. Esta lección baja del perfil a la frase: cómo tomar tu tesis y **vestirla por segmento** —a la evaluadora, prueba y fecha; a la de arrastre, alianza con la casa que decide; al dormido, motivo para salir— sin traicionar el mensaje central. Y la otra mitad, **el canal**: dónde vive tu grupo y quién le habla ahí. La regla que ordena todo: **un mensaje sin canal es un deseo; un canal sin mensaje, un gasto**.

QUÉ APRENDERÁS

- Convertir cada perfil de segmento en un mensaje propio y un canal adecuado: la misma tesis, dicho distinto a cada grupo y por el medio donde realmente lo alcanza.

Una tesis, muchas vestiduras

Muchos equipos temen que segmentar el mensaje es «decir una cosa a cada quien», y por eso lo niegan: juran que un solo eslogan para todo el municipio es lo honesto. No es lo mismo, y conviene separarlo con precisión. **El mensaje central no se fragmenta**: la tesis —el problema que nombras, la causa, tu propuesta y quién eres para cumplirla— es **una sola y verificable** ante cualquier grupo. Lo que se adapta es **el ángulo de entrada**: qué pieza de esa misma tesis le importa más a este segmento y con qué palabras tuyas la dices. A la vecina que evalúa resultados le abres por la obra terminada y la fecha; al comerciante, por el reglamento y el espacio público; al joven que no sale, por el «esto te afecta aunque no votes». Mismo compromiso, distinta puerta. Traicionar la tesis —prometerle a un grupo lo que le negaste a otro— no es segmentar: es mentir, y en un municipio chico **las dos versiones siempre se encuentran en la misma tienda**.

La segunda mitad, casi siempre olvidada: **el canal**. Un mensaje perfecto dicho por un medio que tu segmento no usa vale cero. El canal se elige **desde el perfil**, no desde la moda: el adulto mayor de la colonia vieja se entera por la visita, la parroquia, la presa de radio local y la nota que le lee el hijo; el trabajador de la zona nueva, por WhatsApp y el grupo de vecinos; el joven, por video corto y por sus amigos, no por tu pancarta. Y cada canal tiene **un emisor creíble distinto**: hay mensajes que no te los creen a ti pero sí a un aliado del gremio, a una vecina respetada o a un promotor de tu propia colonia. La herramienta que amarra las dos mitades es la **matriz segmento × mensaje × canal**: una fila por segmento con su ángulo, su prueba, su canal y su voz —quién lo dice—. Si una fila sale con el mismo mensaje y el mismo canal que todas, no segmentaste: pusiste el mismo afiche en dos colonias.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE
EN LUMBRE

1. De la tesis a la matriz mensaje-canal



2. Un coordinador propone: «Para el segmento joven bajamos el tema del agua y subimos un mensaje de fiesta y cambio, porque el agua es rollo de viejos». ¿Cuál es el defecto de fondo?

- ☐ Que el tema del agua efectivamente no interesa a nadie joven y hay que decirlo.
- ☐ Que traiciona el mensaje central: segmentar cambia el ángulo con que llegas al grupo, no inventa una tesis distinta que contradice la que das a los demás.
- ☐ Que falta un canal digital: con TikTok el mensaje de fiesta funciona solo.
- ☐ Ninguno: adaptar el tema a cada generación es la esencia de segmentar.

3. Elegir el canal desde el perfil del segmento —y no desde la moda digital— suele bajar el alcance medido en redes y subir el voto real.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

Autocomprobación

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

4. Cuatro frases sobre mensaje y canal por segmento. En cuál se coló el error:



5. Toma tu mensaje central y dos segmentos con perfiles distintos. Para cada uno escribe su ángulo de entrada (qué pieza de la tesis le importa más y con qué palabras de él), el canal donde de verdad se entera y la voz creíble que debe decirla. Cierra con la prueba de coherencia: ¿podrías sostener ambos mensajes en un mismo debate sin contradecirte?

Si al escribir el segundo mensaje sientes que prometes otra cosa, no estás segmentando: estás duplicando al candidato. La tesis manda; el ángulo y el canal obedecen.

Referencia curricular

Materia:	Ciencia Política
-----------------	------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://politica.lumbre.lat/object/eel-seg-r02-0a02>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat