

# LAS CAMPAÑAS ELECTORALES PARA TRANSFORMAR LA REALIDAD

En el diseño de acción política que presupone una campaña electoral se pone en el centro a la política como herramienta de transformación social. En ese contexto, las campañas electorales son entendidas como un instrumento de diálogo y conexión entre los proyectos políticos como oferta catalizadora hacia las transformaciones, sus representantes en el rol de candidatos y candidatas, y la ciudadanía en su rol de votantes.



## ¡Nos gustan las campañas políticas!

Sí, porque son ventanas de oportunidad para conversar y convencer a personas de nuestro proyecto político, de contrastar opiniones y críticas, de organizarnos bajo un objetivo concreto, de conectar y sumar a más personas que se movilizan por convicciones similares de sociedad.

Las campañas son los momentos, las correlaciones de fuerzas - en el poder institucional - que se disputan y van forjando un nuevo escenario político y social futuro. La temperatura política aumenta y las personas están más abiertas a escuchar e informarse.



## Dónde se juegan las campañas y la importancia de la estrategia

Un aspecto primordial en el diseño de una campaña electoral refiere a las canchas “donde ocurre la campaña”, es decir, dónde nos encontramos con las y los electores y establecemos relaciones con ellos.

Estos lugares se dividen en dos grandes categorías: el “aire” y la “tierra”.

### El aire

Se entiende como todo aquello que a las personas les llega a través de su entorno, pero no necesariamente es una interacción personal específica o dirigida particularmente a la persona: los afiches en vía pública, la publicidad en RRSS, las franjas televisivas, la publicidad en radio.

### La tierra

Es el cara a cara, la interacción presencial directa, focalizada y específica de una o un potencial elector con el equipo de campaña, sea el o la candidata, o los y las voluntarias de las campañas. También el contacto telefónico es considerado parte de la conexión uno a uno, ya que establece interacción.

### ¿Es una más importante que la otra?

Eso depende de la estrategia definida de la campaña.

Todas las acciones y mensajes que se establecen en la cancha del “aire” permiten la comunicación masiva de la campaña y facilitan la visibilización e instalación del tono de la campaña al gran público, catalizan la propagación del proyecto político general y, lo más importante, instala la existencia de la candidatura y la figura de el o la candidata en el espacio público.

La interacción por tierra es determinante en la movilización del votante a la urna ya que, en el contacto directo con las y los electores, establece la real interacción específica, permitiendo sostener conversaciones que se enmarcan en temas particulares de incidencia en la vida de el o la votante, promueve la relación recíproca mediante la escucha y la participación, y abre la incorporación de nuevas voces, ideas y participantes a la campaña.

## Toda campaña tiene una estrategia.

La estrategia es el filtro que determina todas nuestras acciones durante la campaña, alinea los esfuerzos de los equipos de campaña, por eso es importante que todos los participantes de la campaña la conozcan y entiendan.

Obedece a los objetivos políticos de la campaña.

La estrategia no es un slogan, ni la cantidad de votos que necesitamos para ganar, si no que sintetiza el posicionamiento esperado de la candidatura y el relato de esta.

Quienes elaboran una estrategia electoral deben tener levantamiento de información en cuenta:

» **La regulación legal vigente en cuanto a gasto electoral, períodos de campaña, inscripción de candidatura, como también el sistema electoral que define la elección en cuestión.**

» **Análisis electoral, ¿cuántos votos necesito para ganar o para llevar a cabo los objetivos políticos de la campaña?, ¿de dónde los saco?**

» **Levantar información de contrincantes, saber quiénes son, cuál es su trayectoria y con qué valores, acciones, la gente los identifica.**

» **Información del votante a través de métodos cuantitativos, encuestas, o métodos cualitativos como focus group o entrevistas en profundidad.**

» **Información del territorio, sus organizaciones, su historia, un mapa de actores.**

Luego de realizar el levantamiento de información, existen otros insumos estratégicos que debieran insumar las decisiones, como por ejemplo: realización de dinámicas de grupo para definir el para qué, cómo, dónde, cómo queremos que nos vean los otros, cómo ven a nuestro contrincante, cuál es el encuadre que queremos diseñar.

Es importante señalar que no sólo el resultado de este ejercicio importa, si no también el proceso de discusión y conversación del mismo; permite nivelar expectativas, contraponer visiones del equipo de campaña, entre otros.

## BIO.



### Javiera Martínez

*Es Ingeniería Civil Industrial de la PUC, MSc en Ciencia Política de New York University. Tiene experiencia en campañas y diseños electorales. Entre estas se cuentan campañas universitarias, la del diputado Giorgio Jackson (2013), de Revolución Democrática (2016-2017) y asesorías en otras campañas electorales.*