

## ¿QUÉ TIPO DE CAMPAÑA VOY A HACER?

La realidad es que **no existe un solo tipo de campaña**. Ya sé, suena obvio, pero es importante saberlo y reforzarlo para no caer en el error de planear una campaña con un “molde”. El tipo de campaña que harás depende de quién eres, qué sueñas para tu campaña, con qué recursos cuentas y cuál será tu estrategia.

Te invitamos a hacer un ejercicio de imaginación para que puedas, de forma realista pero también creativa, definir junto con tu equipo el tipo de campaña que vas a hacer.



### Primer paso: ¡Busca referencias!

Así como te pedimos no replicar moldes, te rogamos que no quieras inventar el hilo negro. Buscar referencias te ayudará a salir de la caja de lo que es una campaña y encontrar inspiración. Independientemente del tipo de campaña que te imaginas, seguramente hay alguien que ya hizo una campaña con características similares.

#### ¿SUEÑAS CON HACER UNA CAMPAÑA ECOLÓGICA?

Existe una tendencia mundial por contaminar menos durante campañas electorales, ¡seguro encuentras alguien que ya lo intentó!

**¿ERES UNA CANDIDATA INDEPENDIENTE?** Hay varios países en donde hay candidaturas independientes exitosas. Entra en google, pregunta a tus amigas y métete a las redes sociales de estas candidaturas pasadas para aprender sobre cómo se organizaron para juntar firmas y cómo manejaron la narrativa independiente.

#### ¿TE GUSTARÍA HACER UNA CAMPAÑA JOVEN Y AUSTERA?

Cada vez más jóvenes están entrando a la política... y su estética, lenguaje y tipo de campaña son muy interesantes. Acércate a los casos que te llamen la atención.

Es importante que busques estas referencias, intentes entender su estrategia, observes con atención las actividades que realizaron, señales lo que te gustó, lo que no te gustó. Si es posible, contacta al equipo de la campaña a través de sus redes sociales o su correo electrónico público. Siempre es bueno saber de primera mano cómo fue que idearon aquellos elementos que te llaman la atención, así como los desafíos a los que se enfrentaron.

### Ahora sí, ¿qué tipo de campaña harás?

Lamento decepcionarte, pero no te vamos a presentar el modelo de campaña tipo A, tipo B y tipo C. Tampoco hay un test que te arrojará un resultado. Lo que sí te ofrecemos es una serie de preguntas que te invitamos a responder con tu equipo.

¿Qué tipo de propaganda quieres hacer? ¿Cuál es el papel que jugarán las redes sociales en tu campaña?

¿Te interesa y tienes la capacidad de movilizar voluntarias comprometidas y con tiempo, o tienes plata para pagar un equipo de tiempo completo?

¿Consideras que puedes conseguir bastante dinero o ya te hiciste a la idea, por diferentes circunstancias, de que tu campaña será bien austera?

¿Cuáles son las principales formas de contacto con votantes que te imaginas? ¿Vas a recorrer los barrios puerta por puerta? ¿Vas a enfocarte en redes sociales? ¿Vas a hacer 4 eventos por día en un barrio distinto?

¿Vas a tener una casa de campaña? ¿Será un espacio de encuentro o una oficina pequeña? ¿Por qué?

¿Cuál es el papel que va a jugar la donación en tu campaña? ¿Te imaginas pidiendo dinero a muchas personas o te interesa mejor asegurar algunas donaciones importantes?

Responde estas preguntas junto con tu equipo y tendrás una imagen de tu campaña. Ojo, este ejercicio no sustituye la elaboración de estrategia y la planificación, es un ejercicio complementario.

Para conocer cómo diseñar tu estrategia y cómo hacer un plan de campaña, consulta el curso “**Primeros pasos de estrategia electoral para campañas.**”



## ¿Y para qué me sirve saber qué tipo de campaña haré?

En primer lugar, te ayudará a enriquecer tu estrategia y a diseñar mejor tu plan de campaña. Y en consecuencia, te ayudará a organizar tu presupuesto. Sí, leíste bien. Un presupuesto no es más que el reflejo de una estrategia. Si tu campaña se basará fuertemente en redes sociales, entonces tu estructura de gasto debe reflejar un equipo digital robusto, una buena marca e identidad, así como un plan de inversión en patrocinios. Si planeas que tu campaña movilizará muchas personas, deberás tener un equipo capaz de recibir y gestionar a muchas voluntarias y donantes.

**Ahora sí, estás lista para montar tu presupuesto de campaña.**

**BIO.**

 **im.pulsa**

*Im.pulsa: Es una plataforma en línea, abierta y gratuita para conectar, capacitar e inspirar a las mujeres en la política en América Latina, ayudándolas a superar desafíos y a producir campañas políticas vencedoras. Ofrece formación política para mujeres a través de productos prácticos con un lenguaje accesible y afectivo, hecho por y para mujeres.*