

# DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

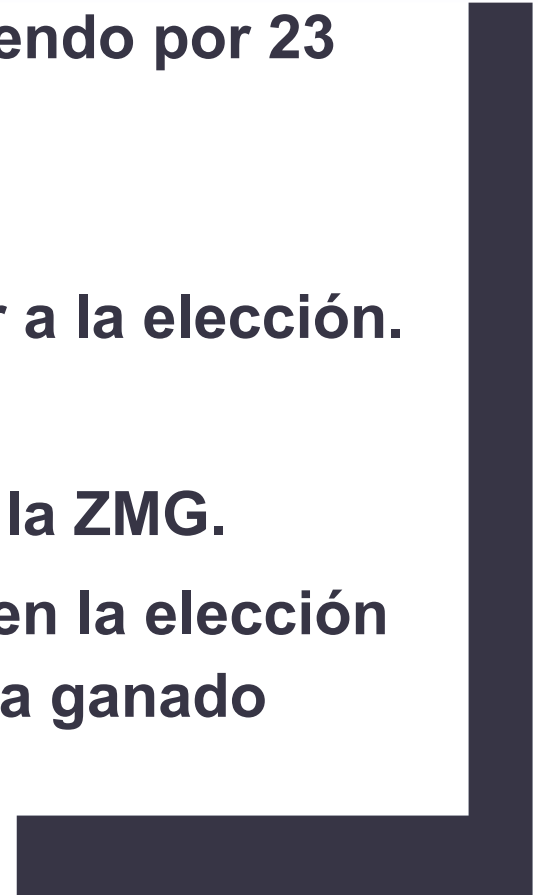
UNIVERSIDAD  
DE SANTA FE

# LA CAMPAÑA



# **GUADALAJARA 2004**

- **Empezamos la campaña perdiendo por 23 puntos.**
- **Ola Negativa contra el PAN.**
- **Empatamos el viernes anterior a la elección.**
- **Ganamos por 2 puntos.**
- **Solo ganamos Guadalajara en la ZMG.**
- **Le ganamos al candidato que en la elección anterior para Gobernador había ganado Guadalajara.**



# **JALISCO 2007**

## **(Escenario similar)**

- **Empezamos la campaña perdiendo por 22 puntos.**
- **Ola Negativa contra el PAN.**
- **Empatamos el miércoles anterior a la elección.**
- **Nos ayudó la ola que generó FCH.**
- **Ganamos por 4.5 puntos.**
- **Le ganamos al candidato que gobernaba Zapopan con muy buena aceptación.**





# ¿Qué mueve a la gente a votar?

La gente vota:

- Para premiar, cada vez menos
- Para castigar, SÍ.
- Por la expectativa que le generamos de futuro, SÍ.



# 1. ¿Para qué quieres ganar?



- ¿Cómo un logro personal?
- ¿Para ayudar a la gente?
- La gente nota tus intenciones.
- Para hacer con la gente.
- ¿Esta convicción es poderosa?
- ¿Sostiene al candidato en los días en los que parece que las cosas empeoran?
- ¿Lo sostiene alegre, entusiasta y activo?



## **2. El candidato sabe que va a ganar**

- **Todos voltean a verlo.**
- **Si es optimista los demás también lo serán.**
- **El ánimo de la campaña, el empuje lo transmite el candidato.**
- **Si el candidato no está al 100 nadie lo estará.**
- **Es la fuente de motivación y compromiso.**
- **Un candidato con dos o tres acciones al día no transmite compromiso.**



## ... 2. El candidato sabe que va a ganar



- Las encuestas sirven para afinar la estrategia pero no deben determinar el estado de ánimo.
- Las encuestas a favor sirven para recabar apoyos.
- Las encuestas en contra sirven para:
  - *Buscar la unidad*
  - *Alertar a los aliados sobre los riesgos*
- La encuesta no es el resultado anticipado.
- Nunca gané alguna encuesta.



### **3. El candidato es disciplinado.**

- **Con la Estrategia.**

*Es consistente.*

*No busca innovar cada día la estrategia.*

*Repite lo mismo ante auditorios diferentes.*

*Adecua el mensaje al auditorio pero no lo cambia.*





## ... 3. El candidato es disciplinado

- Con el Coordinador
  - Obedece lo que dice la tarjeta del día.*
  - No cuestiona delante del equipo.*
  - Remite las decisiones de campaña al Coordinador.*
  - Retroalimenta al Coordinador.*

- Dice lo que tiene que decir de acuerdo a la Estrategia.
- Hace lo que tiene que hacer de acuerdo al Coordinador.



# 4. El candidato gana con el equipo



- **El candidato**
  - *Es la parte visible de un gran equipo.*
  - *Invita a formar parte del equipo que va a ganar la elección y que va a gobernar.*
  - *Formaliza alianzas con afines y con lastimados de otros equipos.*
- **Por más popular que sea un candidato no va a ganar si no tiene un equipo.**
  - *Motivado.*
  - *Coordinado.*
  - *Creciente.*
  - *Visible.*
- **No ganan los candidatos, ganan los equipos.**

# El Coordinador

**Cabeza del Equipo**

**Estratega, operativo**

**Disciplinado y disciplinador**

**Político, administrador y  
psicólogo**



# **5. Una campaña es una historia que contar**

**Real, creíble.**

**Es una narrativa de personas y temas relevantes.**

**Es la continuidad de lo que se ha hecho con los demás.**

**El cargo se busca para potenciar lo hecho.**



# 6. El recurso más escaso: el tiempo del candidato



- **Cada día**
  - *Medios en vivo.*
  - *Reunión con OSC.*
  - *Reunión con líderes sociales.*
  - *Evento mediático.*
  - *Conseguir dinero.*
  - *Tocar puertas? Una, para la foto.*
- **¿Hay que cansar al candidato? Sí.**  
**Invirtiendo el recurso más escaso con criterios de rentabilidad.**





# 7. Habla de lo que le interesa a la gente, no a los políticos



- Lo que la gente quiere que le digas es que vas a trabajar para que:
  - *El dinero alcance para más.*
  - *Podamos vivir seguros.*
  
- ¿Interesa?  
“Solo si fortalece los puntos anteriores”.
  - *La biografía del candidato.*
  - *La opinión de los expertos.*
  - *Los Principios de Doctrina.*
  - *La Proyección de los Principios.*
  - *El Programa de Gobierno.*

# 8. Mensaje Sencillo

- La gente no hace maromas mentales.
- Dile lo que quieras que sepa.
- No esperes que saque conclusiones elaboradas.
- No utilices palabras o conceptos que no sean del uso común.





# 9. Las ocurrencias se planean.



- Llevar el mensaje, plantear la narrativa de manera diferente.
- Correr para juntar dinero para asociaciones.
- Donar sangre.
- Poner un piso de cemento.
- Se sube a un poste.
- Pescar con atarraya.
- Cantarle a la novia.
- Apostar la barba.



# 10. Las Campañas



- Ninguna elección está ganada (o perdida) antes de empezar
- Las campañas se disfrutan:
  - *Se conocen personas, problemas y oportunidades.*
  - *Se madura en el deseo de hacer con la gente.*
  - *Se conoce más a fondo las particularidades de la demarcación geográfica.*
- ¿Son sencillas? No. Pero son memorables.