

La **estrategia** de comunicación político-institucional en época electoral



Charo Toscano
[Consultora de Comunicación Política]

87

Elecciones municipales: 28 de mayo de 2023



**“Nunca se empieza a preparar una
campaña electoral demasiado pronto”**

Joseph Napolitan



**La estrategia de comunicación político-institucional
en época electoral**



Las personas votan a personas, no votan gestión

**Las personas no votan a desconocidos
ni a quien le cae mal**

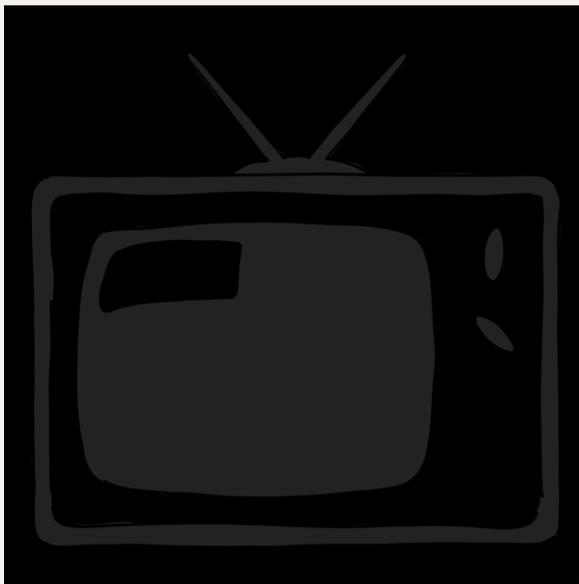
**Los candidatos tienen que mostrar
ganas y entusiasmo**

3 aspectos importantes en toda campaña electoral

Las personas votan a personas, no a la gestión

Los electores no votan a desconocidos ni a quien le cae mal

Los/as candidatos/as tienen que mostrar entusiasmo y ganas



CAMPAÑA
PERMANENTE





Cualidades del/la candidata/a

Inspira **confianza**:

- Respuesta a las objeciones
- Testimonios

Credibilidad en los hechos y en el relato

Tener **visión** y mostrar **liderazgo**



GOBIERNO

Experiencia, seguridad, lo ya conocido

OPOSICIÓN

Novedad, ilusión, cambio



Ocho principios del candidato/a

Andrés Lizarralde

- Poner los pies en la tierra
 - Contar con un equipo de confianza
 - Ser cercano al electorado
 - Entender la fugacidad del liderazgo
 - Construir una imagen con autenticidad
 - Hacer equipo con los mejores
 - Estar en contacto con la gente
 - Trabajar duro
-
- 

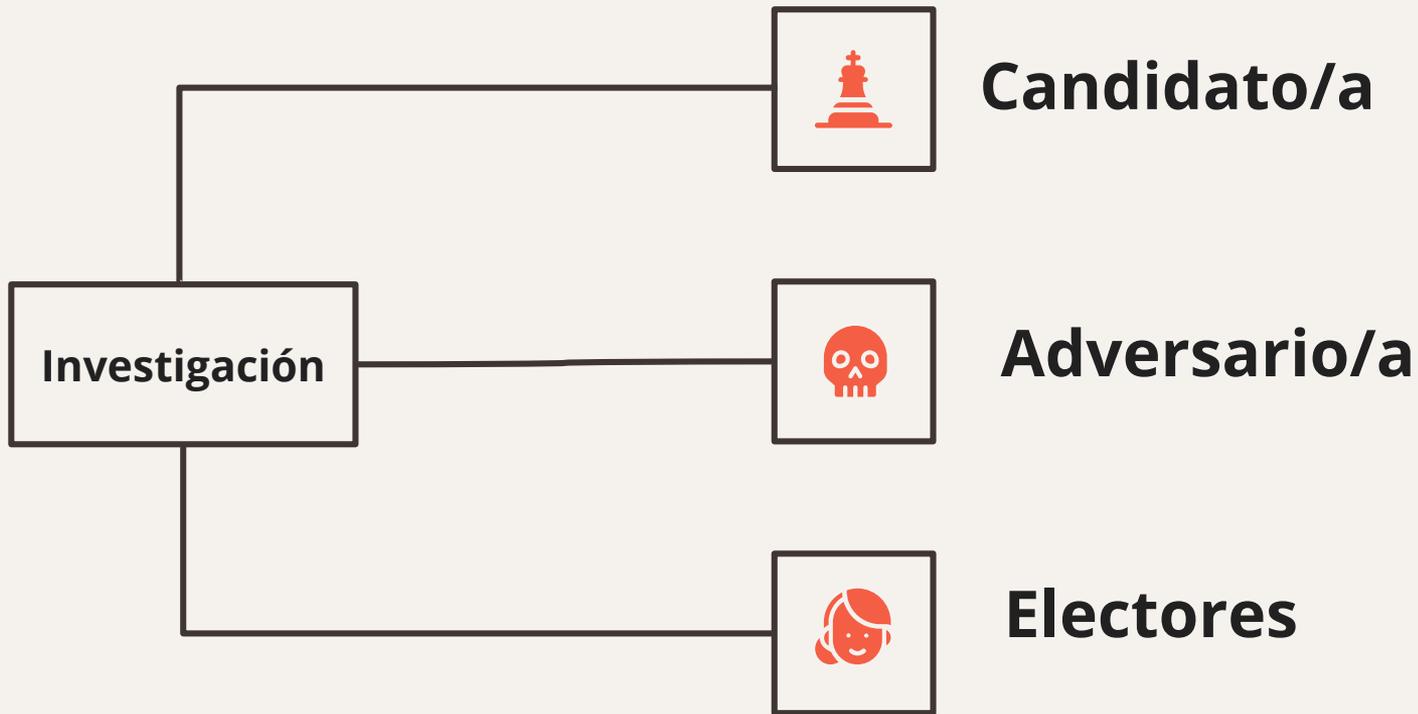


**ESTRATEGIA
ELECTORAL**

01

Investigación





Herramientas de investigación



Encuestas

**Análisis
electoral**



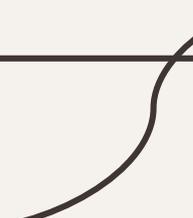
**Estudios
cualitativos**

**Redes
sociales**

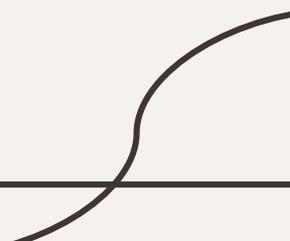


02

Planificación y organización



Objetivo



Público objetivo

Errores

- Pensar que todo el electorado es nuestro público objetivo.
- Hablarles sólo a las minorías.



Voto duro



Voto blando



Voto posible



Voto difícil



Voto imposible

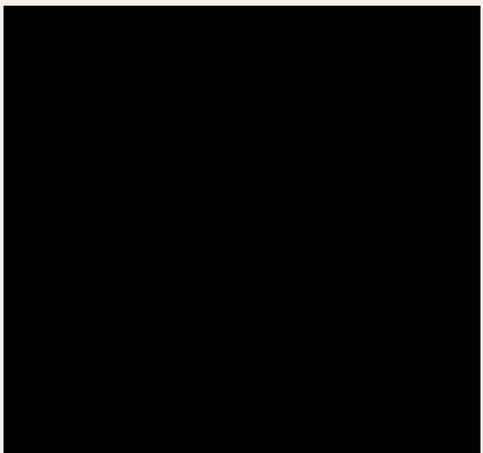


Definir mensajes y temas de campaña





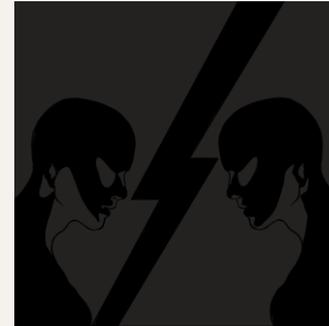
problema + solución



GOBIERNO



OPOSICIÓN

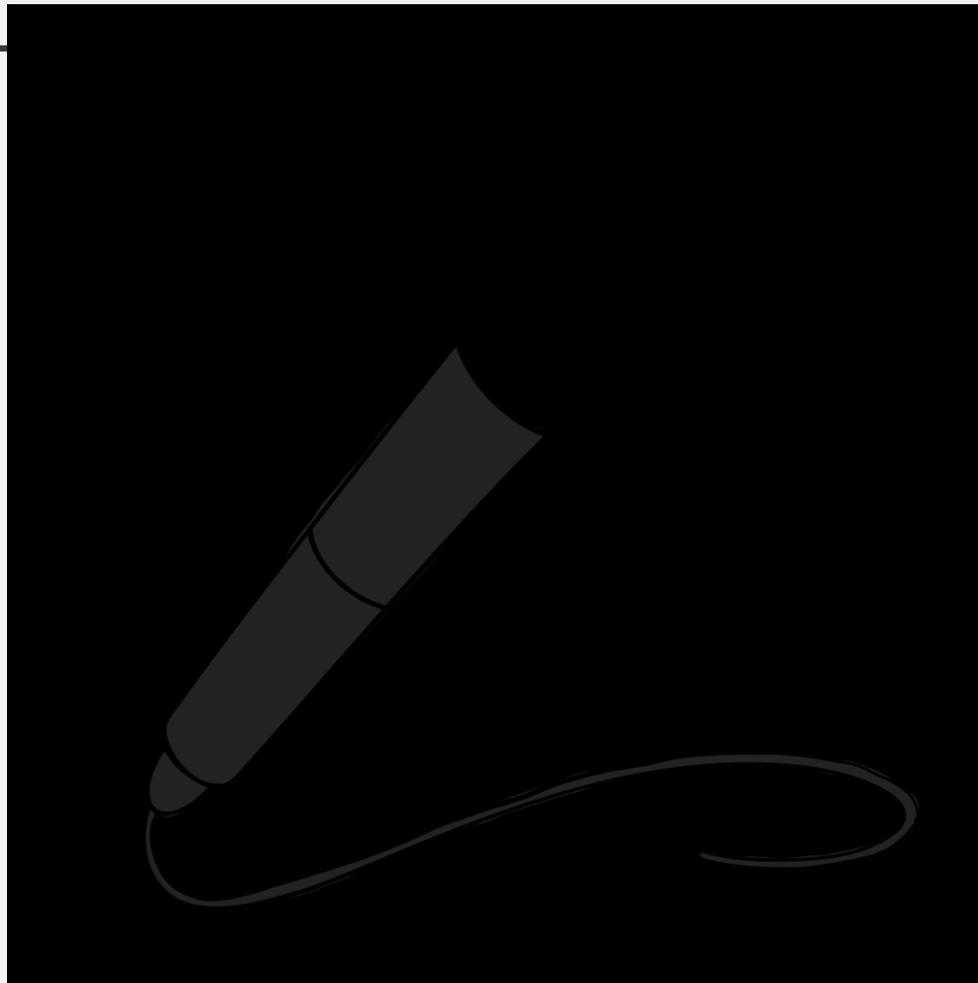


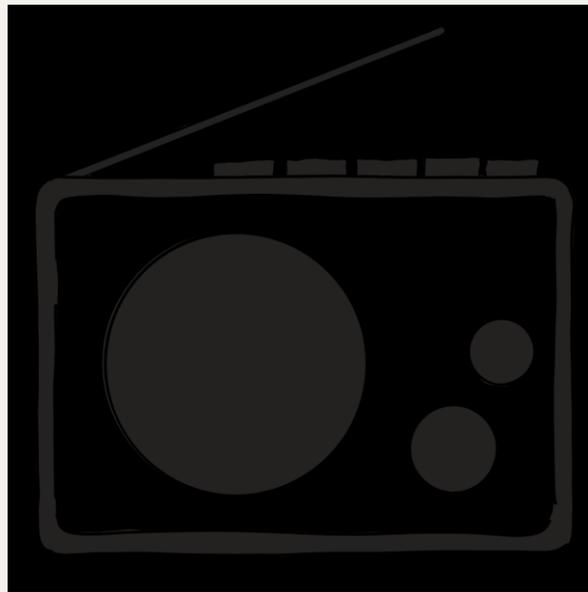


Cronograma de acciones

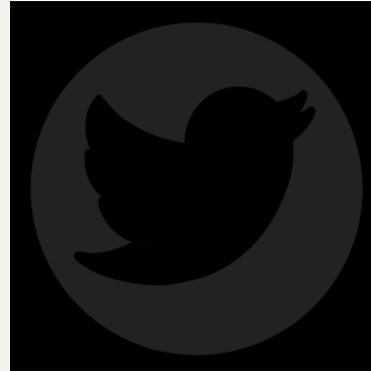








Medios de comunicación



Redes sociales



Acciones directas para crear experiencias únicas

Acciones directas con la población

- Actos públicos menores
 - Tupperpolitics
 - Puerta a puerta y campañas de proximidad en la calle
 - Asistencia a actos
 - Reuniones sectoriales
 - Objetivo: una persona al día
 - Buscar testimonios ciudadanos
 - Acto de rendición de cuentas
 - De cañas con el/la candidata/a
- 



La originalidad, en pequeñas dosis

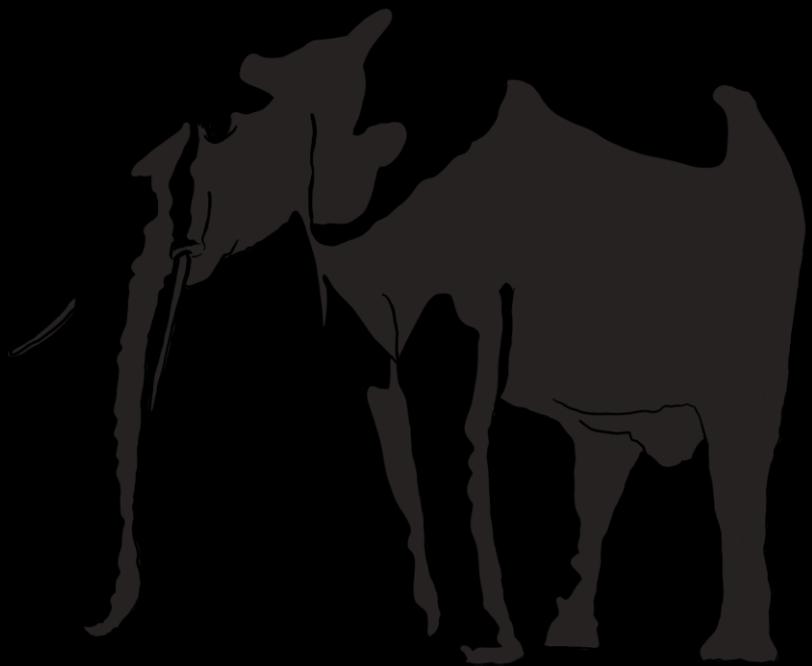
**¿Cuándo debemos responder a las críticas
de los adversarios?**

Campañas profesionalizadas





Trabajo y descanso en la misma proporción



Gracias

www.charotoscano.com
[@CharoToscano](https://twitter.com/CharoToscano)

Ilustraciones: **Marina Recuero**
[@mrecuero.art](https://www.instagram.com/mrecuero.art)
