



Uso del WhatsApp en Campaña Electoral

1

Estudio.
LABASE

¿Por qué WhatsApp?

¿WhatsApp apareció como un servicio de mensajería, pero desde **2010** no ha dejado de avanzar en sus prestaciones y cada vez son más variados los servicios que nos da. Sus mejoras han hecho que la aplicación sea cada vez más similar al resto de redes sociales.

El intercambio de mensajes escritos y notas de voz son la base sobre la que se sustenta, pero las **imágenes** se han convertido en un elemento esencial en las redes y WhatsApp no ha querido quedarse atrás. La aplicación no solo nos permite compartir fotografías, sino que también, al igual que otras redes sociales como son Instagram o Snapchat, nos da la posibilidad de editarlas, añadirles textos o emoticonos y también utilizar filtros.

Por otra parte, los **GIFs**, imágenes en movimiento muy comunes y de gran éxito en Twitter o Facebook, no podíamos utilizarlos en el servicio de mensajería, pero WhatsApp no ha dudado en incluirlos en sus últimas actualizaciones y rentabilizar el éxito de este tipo de imágenes. Con este movimiento ha conseguido aumentar aún más su oferta de servicios y también ponerse al nivel en el que están el resto de redes sociales.

Principales Características de Whatsapp en campaña electoral

Se trata de una comunicación directa, sin intermediarios

Es una herramienta de comunicación que es utilizada por todos los segmentos de población

Es una herramienta extremadamente sencilla de utilizar, lo que le otorga una mayor sencillez para viralizar los contenidos

Los emisores y receptores de los mensajes suelen ser personas conocidas lo que aumenta la credibilidad de los mensajes

Su principal utilidad a nivel electoral es reforzar las ideas pre-establecidas

Los usuarios tienen menos pudor en compartir ciertos contenidos en whatsapp que en el resto de redes sociales

¿Qué posibilidades ofrece?

WhatsApp nos ofrece tres instrumentos de comunicación.



Conversaciones

De tú a tú. Mensajes que podemos enviar a cualquier persona.



Grupos

Tan molestos y tan útiles para viralizar contenidos, que ahora incluye la funcionalidad de silenciar a los presentes



Listas de Difusión

Nos permiten mandar un mensaje a un mayor número de personas que previamente hayan agregado nuestro número a su lista de contactos.

Algunos consejos para una correcta utilización



Las imágenes o los vídeos deben de ser el pilar fundamental de los contenidos de nuestro mensaje.



En la extensión de los mensajes, menos es mucho más.



La población que mayor credibilidad le da a los mensajes políticos en Whatsapp son los mayores de 55 años.

No ser pesados.

No enviar a discreción los mensajes. Es importante segmentar lo máximo posible a quién enviamos.

**¿Qué plataformas
podemos abrir?**

WhatsApp Ciudadano

Una de las iniciativas que podemos lanzar dentro de la campaña electoral es la apertura de un canal de whatsapp abierto a la ciudadanía cuyo objetivo principal ha de ser el **intercambio** de propuestas entre el equipo de campaña y los vecinos.

En este canal es fundamental que haya un **responsable** que se encargue de responder y agradecer todas las propuestas que nos envían así como de almacenar y organizar todo el feedback que vayamos recibiendo.

Dentro de esta base de datos donde incluiremos las diferentes propuestas, una de las tareas más importantes es la de tratar de **segmentar** a estas personas por área y por distrito, así como ser capaces de ofrecerles una propuesta o solución concreta a sus demandas.

Red Interna

Mensajes dirigidos al partido

El objetivo de estos mensajes es el de invitar a la acción a nuestros activistas de campaña. Que compartan, que miren, que lo suban a redes, que lo envíen a sus amigos indecisos.... Estos mensajes deberán ser, mayoritariamente, propuestas o comunicaciones internas con actividades de la propia campaña.

Red Interna

Mensajes sectoriales y territoriales

Dirigidos a personas externas al partido, de la sociedad civil. Propuestas de campaña segmentadas.

Contracampaña y mensajes negativos

Es una parte fundamental de la campaña, pero a su vez no ha de tener visibilidad desde el partido. Desde la dirección de la campaña ha de formarse un equipo para este fin con la mayor discreción.

Mensajes dirigidos al partido

Argumentario

Nuestros activistas de campaña deben de tener argumentos para poder difundir nuestros mensajes con la mayor precisión posible y poder rebatir algunas ideas contrapuestas.



Mensajes dirigidos al partido

Mensajes virales

Hay que destacar, sin caer en el abuso, aquellos mensajes que han de tener un mayor alcance al habitual. No todos los mensajes deben de ser virales.

Mensajes dirigidos al partido

Coherencia visual

Es importante que todos los contenidos más políticos y partidistas que se generen dentro del partido para la campaña electoral tenga una coherencia a nivel estético. (Intentaremos que sea una parte reducida de los mensajes ya que tienen más éxito aquellos que son "anónimos")

Mensajes sectoriales y territoriales

Listas de difusión

Elaboramos tantas listas de difusión como grupos sectoriales estemos trabajando en el partido. Nuestro/a responsable será la persona encargada de controlar esos mensajes y de añadir las personas de la sociedad civil dentro de ese sector.

Mensajes sectoriales y territoriales

Segmentad, por favor

Dentro de este canal hemos de tratar de albergar el mayor número posible de personas ajenas al partido así que lo más importante es no enviarles nada que no sea de su sectorial, a no ser que indiquen lo contrario.

Mensajes sectoriales y territoriales

Feedback

Este canal es el que mayor rentabilidad nos ha de dar a nivel propositivo y programático, es, por este motivo, que nuestros responsables de cada área han de dar una vía de comunicación directa con el partido y así poder almacenar todos los mensajes.

Contracampaña y mensajes negativos

Contenidos de imagen y video

Una imagen obtiene más credibilidad que un simple texto, puesto que 'a priori' no se puede modificar. Aunque esto en realidad sea extremadamente fácil.

Sencillez incluso rozar lo 'cutre'

No pasa nada. Es WhatsApp y lo cutre se viraliza más rápido incluso que los contenidos que se han creado buscando la perfección. Mensajes sencillos.

Nada de logos

Un partido que firma 'memes' o que lanza mensajes duros contra la oposición obtendrá la credibilidad que los ciudadanos den al partido. En cambio, un mensaje del que no se conozca emisor se lo creerá un mayor número de personas. A pesar de no saber de dónde viene.

¡Muchas gracias!

Puedes contarnos qué te ha parecido en:

info@estudiolabase.com

Estudio LaBase, Carrer Creu Roja, 1

Bloque 6 - Planta Baja 2

46014, Valencia.