

Tema de la mesa de trabajo: Encuestas, comunicación política y mercadotecnia electoral

Título de la ponencia: “Posicionamiento de los OPLE en el nuevo sistema nacional electoral: el caso de la campaña Atrévete es tu elección”

Ponente: Mtra. Miriam Guadalupe Hinojosa Dieck, Consejera Electoral de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Presidenta de la Comisión Especial de Comunicación Social.

Objetivo de la ponencia

Presentar los resultados obtenidos por la campaña institucional “Atrévete. #EsTuElección” desplegada por el OPLE de Nuevo León como un esfuerzo de posicionamiento de la autoridad electoral local, en el primer proceso electoral desarrollado en el marco de la reforma de 2014 con la que surge un sistema nacional electoral. Se hará una descripción de la campaña analizando sus aciertos así como sus áreas de oportunidad a raíz del *share* logrado. Se identificarán los retos que representa el trabajo conjunto entre OPLE e INE en el ámbito de la comunicación social institucional.

Presentación de la Campaña Institucional

La campaña “Atrévete. #EsTuElección” fue lanzada en 2015 teniendo como *target* a los ciudadanos entre 18 y 35 años de edad de segmentos socioeconómicos C- y D que a ellos solos constituyen cerca del 40 por ciento del electorado nuevoleonés, pero que se encuentran entre los de mayor desafección política en el país. La campaña surge en pleno proceso electoral por lo que, bajo el objetivo general de posicionar favorablemente a la Comisión Estatal Electoral entre la ciudadanía, tuvo como primera meta motivar al voto en un proceso electoral con un marco regulatorio distinto que permitió la aparición de nuevas figuras y mecanismos entre los que destacan las candidaturas independientes y la paridad.

El primer análisis de los resultados de la campaña —que es el que pretendemos exponer durante el “XXVII Congreso Nacional de Estudios Electorales: el nuevo mapa electoral mexicano”— se realizó en septiembre de 2015 y permite detectar el nivel de conocimiento e influencia de la campaña en el electorado, la capacidad que tuvo de permear entre su audiencia meta, así como entender el nivel de comprensión que tuvo la ciudadanía respecto de los mensajes difundidos. Estos resultados permiten identificar mejores prácticas que pudieran ser de utilidad para otros Organismos Locales Electorales. Asimismo, expondremos la forma en la que la campaña se ha desdoblado para mantenerse vigente en las etapas posteriores al proceso electoral.

Como parte de su racional, esta campaña apela al héroe que todos y todas llevamos dentro; así como al carácter “entrón” propio de los norteños. Se buscó el acercamiento a la audiencia juvenil proponiéndoles su participación cívica como un reto, cuidando el que consideraran que dependía de ellos el tomarlo o no.

De allí que el “call to action” de la campaña fuera “Atrévete a...” y aquí se agregaba un verbo acorde con el momento del proceso electoral que se estaba viviendo, construyendo así una ruta crítica de la participación ciudadana: informarte, reflexionar, opinar, votar y exigir. El “tag line” fue #EsTuElección consistente en sí mismo en un hashtag y un juego de palabras que llevarían al ciudadano a hacer suya tanto la elección como la decisión de participar.

La producción de los spots de radio y de televisión buscó poner un acento en los gustos y preferencias propios del segmento y de los nuevoleonenses en general, lo cual era nuestra ventaja comparativa con respecto al INE que tiene que hablarle a los mexicanos en general.

Presentación de resultados

A lo largo de la presentación se precisará sobre los resultados obtenidos en la *Encuesta de Valoración de la Campaña* realizada por la Consultoría Roheisen, cuyos frutos señalan la existencia de elementos sólidos para posicionar la Campaña como un caso de éxito local basada en resultados distinguidos en materia de recordación, posicionamiento del mensaje deseado, impacto positivo en relación a la imagen y la confianza de la institución, entre otros.

Ante ello, cabe destacar que en relación a las anteriores elecciones para gubernatura, ayuntamientos y diputaciones locales, la participación ciudadana tuvo un incremento de 3.92 puntos porcentuales. Aunado a esto, la Campaña registró un 95% de recordación, 22 puntos porcentuales adicionales a los obtenidos en la campaña anterior.

La relevancia de una ponencia como esta se ubica en la oportunidad de dar a conocer un modelo de campaña desarrollado para fortalecer el posicionamiento del OPLE en el nuevo sistema nacional electoral y realizado totalmente en casa con infraestructura y recursos técnicos y humanos propios; con el objetivo de dar a conocer las mejores prácticas que catalicen la participación ciudadana con vista a las elecciones del 2018.