

MANUAL PARA
*** GANAR ***
EN SEGUNDA
VUELTA

VAMOS POR LOS VOTOS QUE FALTAN

Los de izquierda ya están acá, los petristas ya están acá. Se trata de llegar a otro público, que no necesariamente comparte nuestro lenguaje común. Debemos ser más amplio y creativos para llegar por aquellos que faltan

SIMPLEZA, COORDINACIÓN Y REPETICIÓN

¿A QUIÉNES DEBEMOS HABLARLES?



Nuestros esfuerzos deben concentrarse en:

- * **Jóvenes / primivotantes**
- * **Centro e Indecisos**
- * **Mujeres**
- * **Abstencionistas**

DESESCALAR EL LENGUAJE

Una conversación, un comentario amable, tiene más posibilidades de acercarse al voto que un insulto o un tono de superioridad

**ESTAMOS EN CONTRA DEL MODELO
DE PAÍS QUE PROPONE ADLE, PERO
NO DE LA GENTE QUE LE VOTÓ. TAL
VEZ MUCHOS LO HICIERON ENGAÑA-
DOS O DESINFORMADOS**



- ✦ **Cuestiónalo a él, no a sus seguidores**
 - ✦ **Habla, no insultes**
- ✦ **Siembra la duda y vuelve a intentarlo**
 - ✦ **Alegría, no violencia**

¿DE QUÉ HABLAR?





**Menos ideología, más vida cotidiana
explicar de forma clara cómo ciertas
decisiones pueden afectar a las
personas**





TEMAS SENSIBLES PARA EL ELECTORADO

No hay que dejar de hablar de ellos

 **¿Sabías que Abelardo ha hablado de eliminar 700 mil cargos públicos? ¿Qué impacto tendría eso para ti o familiares?**

 **¿Has pensado qué podría pasar si impulsan el fracking? A mí me preocupa el agua, los animales y los territorios donde se haga**

 **Si el trabajo se paga por horas, ¿cómo cambia la estabilidad económica para ti o de una persona que hoy cuenta con un salario fijo?**

 **¿Viste lo que ha hecho con gatos? Más allá de la política, creo que la forma en que una persona trata a los animales habla mucho de sus valores**

**PERO TAMBIÉN AYUDAMOS VISIBILIZANDO
COMO ES, PERO SIN USAR CALIFICATIVOS
COMPLEJOS Y LEJANOS** *por ejemplo: ~~facho~~*

Él es:

INHUMANO

INSENSIBLE

IRRESPONSABLE

DESCONECTADO DE LA REALIDAD

IMPULSOR DE IDEAS INSOSTENIBLES

Muéstrales por qué



HUMOR
LO QUE HACE REÍR, SE RECUERDA MÁS

TESTIMONIOS
LAS EXPERIENCIAS GENERAN CONFIANZA

TENDENCIAS
LO QUE SE MUEVE, SE MULTIPLICA.

**HABLA DE LO MALO QUE PUEDE PASAR SI SUBE
UN SUJETO DE ESOS**

MÁS GENTE, MENOS POLÍTICOS
QUE LA CONVERSACIÓN LA LIDEREN LAS PERSONAS

INFLUENCIADORES

MÁS ALLÁ DE LAS AUDIENCIAS TRADICIONALES DE IZQUIERDA

STORYTELLING

LOS RELATOS SE RECUERDAN -TRADUCIR LAS PROPUESTAS
EN EXPERIENCIAS Y CONSECUENCIAS CONCRETAS

CONTENIDO

- * **Videos**
- * **Mememes**
- * **Imágenes**
- * **Comentarios**

CONVERSACIÓN

- * **Charlas uno a uno.**
- * **Comentarios respetuosos**
- * **Conversaciones en WhatsApp y redes**





**LA REPETICIÓN Y
LA COORDINACIÓN
ES LO MÁS IMPORTANTE**

**HAY QUE USAR TODAS
LAS REDES SOCIALES
Y HABLAR TODO EL DÍA
DEL TEMA QUE SE
ELIJA, TODOS AL TIEMPO**

**OJO: NOSOTROS PONEMOS EL TEMA
NO ELLOS A NOSOTROS**

- * **WHATSAPP**
- * **FACEBOOK**
- * **INSTAGRAM**
- * **TIKTOK**
- * **YOUTUBE**

**DIFERENCIA EL CONTENIDO
QUE CREES ADECUADO Y QUE
PODRIA LLEGARLE A CADA
PERSONA**

**REPLICA
COMPARTE
COMENTA**



**LO BUENO DE IVÁN
LO MALO DEL OTRO**

Lo que buscamos es advertir y prevenir. Si logramos que alguien se cuestione, reflexione o vea las cosas desde otra perspectiva, estaremos más cerca de que tome la mejor decisión o al menos quitarle el voto

ME LA



JUEGO