

Comunicación Política

Quito - Ecuador

COMUNICACIÓN POLÍTICA

© **Varios autores**

1000 ejemplares -

Editor: Edgar Jaramillo Salas

ISBN 9978-55-031-3

Código de Barras 9789978550311

Registro derecho autoral N° 018357

Portada:

CIESPAL

Diagramación texto:

Fernando Rivadeneira León

Impresión:

Editorial "Quipus", CIESPAL

Quito – Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento del CIESPAL. Está prohibida la reproducción total o parcial de la obra en cualquier forma o por cualquier medio sin autorización escrita de sus autores.

Índice

Presentación	7
La videopolítica en las sociedades contemporáneas Rodrigo Borja Cevallos	11
Tratamiento de la comunicación política: los medios y el comportamiento de votación Roberto Izurieta Cánova	29
Estrategia en el marketing político Ralph Murphine	57
Estrategias de las campañas: diez mandamientos Felipe Noguera	67
Comunicación y mercadotecnia política Rafael Reyes Arce	83
Ver mucho, escuchar mucho pensar mucho ... hablar poco César Martínez	103

Métodos cuantitativos de investigación: encuestas Hugo Barber Sosa	121
Métodos cualitativos de investigación: focus group Ángel P. Córdova	137
La política aplicada para contextos interculturales Santiago Pérez	155
Conozca a sus electores; desarrollo de bases de datos Pedro Silva	171
Digitalización y mapeo en campañas Juan Roca	185
Targetin y mapeo computarizado Jorge Jiménez	201
El contacto directo con los electores Carlos Alberto Escalante	205
Publicidad política Gustavo Vallejo Pérez	219
Estudio de caso: elecciones nacionales de Perú 2001 Giovanna Peñafior	231

***Targetin* político y mapeo computarizado**

Jorge Jiménez

El mapeo computarizado es una herramienta que permite al candidato visualizar su *target* de votantes entre los ciudadanos; consiste en mapas geográficos que sirven como factores de análisis y presentan información visualmente para mejorar el entendimiento del interesado sobre los ciudadanos y dar así más precisión a su mensaje.

En cuanto a demografía para medios masivos, se pueden hacer concertaciones por género, por ejemplo, entre hombres y mujeres quién da la mayoría de votos por tal candidato. También se pueden hacer análisis electorales de los resultados en firme. Ésta es una herramienta más visual, para que el candidato entienda las cifras claramente.

Hay mapas por distritos electorales, según el tamaño del área y el número de votantes, así como medir la lealtad al partido por zonas y qué tan persuasibles al cambio de opinión son los votantes de esos sectores.

* Ecuatoriano, científico nuclear.

Con estos estudios, en Brasil, determinamos cuánto había mejorado el llamado al voto y también marcamos los puntos donde el mensaje del cliente tuvo mayor aceptación; medimos el *target* televisivo según la frecuencia de cada señal o canal.

Hemos elaborado mapas según los mensajes que se emiten: de empleo, salud, seguridad personal, educación, etcétera, para saber la reacción de la gente.

De igual manera, para los programas de contacto barrial se puede dividir el territorio en las áreas donde el candidato tiene adeptos, la franja de los indecisos y los que son definitivamente del contendor.

En cuanto al contacto personal que buscan ahora los candidatos, hemos utilizado a los Estados Unidos de ejemplo, tenemos el distrito de Columbia por zonas, por calles, por manzanas. En el mapa se puede identificar cada cuadra, porque sabemos los detalles que existen, sea una iglesia, cancha deportiva o estación de bomberos.

Esta técnica puede hacerse desde lo individual hasta lo global; tenemos como referentes el aeropuerto, la escuela y el río Potomac. Podemos convertir el mapa en una base de datos y mantener los datos del ciudadano con su dirección, teléfono y ubicación en el mapa; esto nos ayuda a enfocarnos más en el área de correo directo, de bases telefónicas. Por investigación se puede identificar si los individuos son del partido Demócrata, del Republicano o independientes.

Éste es el valor del sistema que cualquier persona puede llegar a conseguir. Se necesita de un digitalizador, una computadora, mapas, el sistema de *map info*, el sistema de capacitación que cuesta mil dólares o el producto completo que va incrementando su costo dependiendo de la complejidad del producto.

Existe un digitalizador del tamaño de un esfero, no es un aparato de gran tecnología, cualquier persona lo puede utilizar para realizar el mapa y abrir las posibilidades que se necesita para investigación, introducir los datos y todo eso.

Con esto termino mi presentación, espero que me disculpen, no soy muy bueno presentando, pero he tratado de hacer lo mejor posible y si hay preguntas estoy dispuesto a contestar.

Foro

Pregunta. Quisiera saber si hay información real de nuestro país, porque todo lo que vimos es de Brasil, México, Estados Unidos; ¿tenemos datos de Ecuador?

Respuesta. Juan Roca tiene el archivo más completo y fabuloso que yo he visto, pero a nivel nacional tenemos conocimiento de cosas básicas. La técnica es igual, cualquier persona puede buscar datos, no es algo de ciencia nuclear, inclusive si quieren comprar el aparato. Las buenas noticias son que hace 10 años, un digitalizador costaba 35.000 dólares ahora está a 400 dólares. Es una reducción impresionante y seguramente *map info va* a continuar bajando el precio hasta que todo el mundo lo tenga; tal vez no tanto, no quiero perder nuestro empleo.

P. En el padrón de electores del Ecuador hay un archivo disponible, ¿el TSE no provee de copias?

R. No. Es lamentable, porque la gran mayoría de países tiene derecho de la base de datos total, entonces usted puede marcar cuáles son sus miembros. Costa Rica tiene un sistema muy avanzado; tiene hasta la mesa de información disponible al público, a los partidos políticos y es una gran ayuda en el proceso democrático. Ojalá que la tecnología pueda ser aplicada aquí, porque

es una ayuda para todos los partidos. Y eso es algo que vale oro para un político, porque se puede establecer comunicación. Anteriormente, una de las preguntas de los periodistas fue si esto era éticamente correcto para una perfecta comunicación con los votantes, fuera del momento electoral. Yo no sé cómo se puede tener una democracia sin hablar con los ciudadanos y explicar lo que se está haciendo. Ojalá haya más comunicación, sin decir necesariamente “vota por mí”.