

Bienvenidos/as a la capacitación en

Comunicación Digital Electoral

Introducción a la militancia
digital



Clase 7

Teoría de la militancia (digital)

¿Qué entienden por militancia?



¿Y por militancia digital?

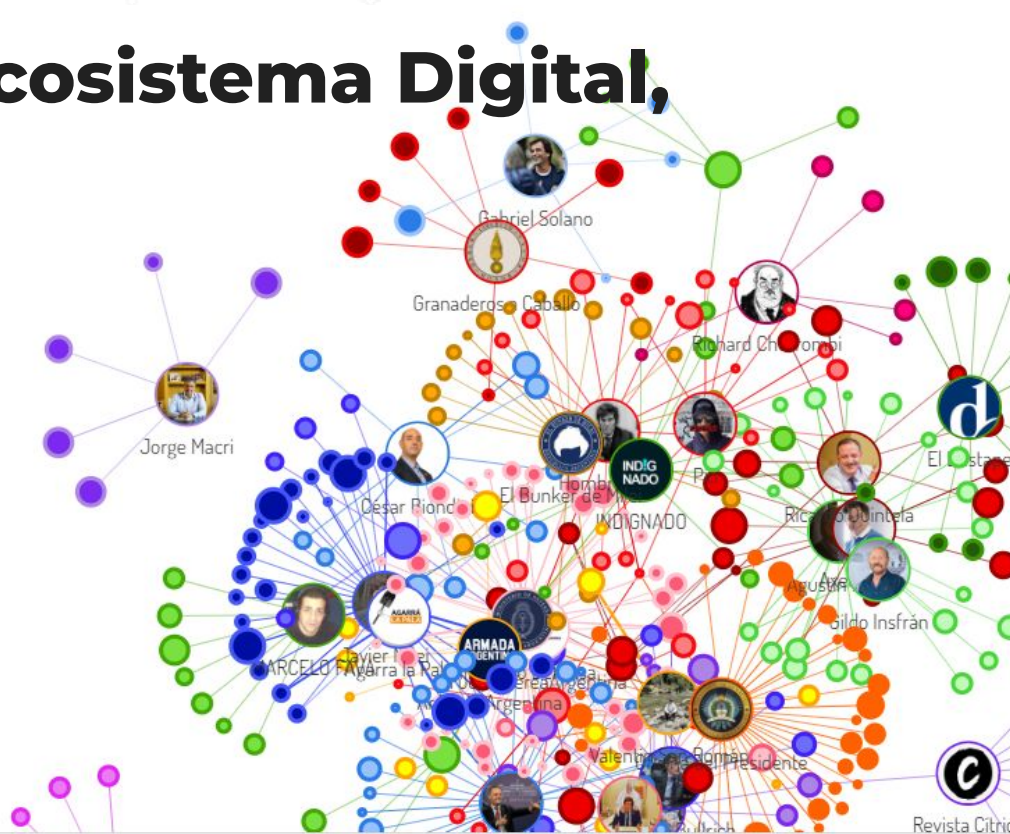


Ecosistema Digital

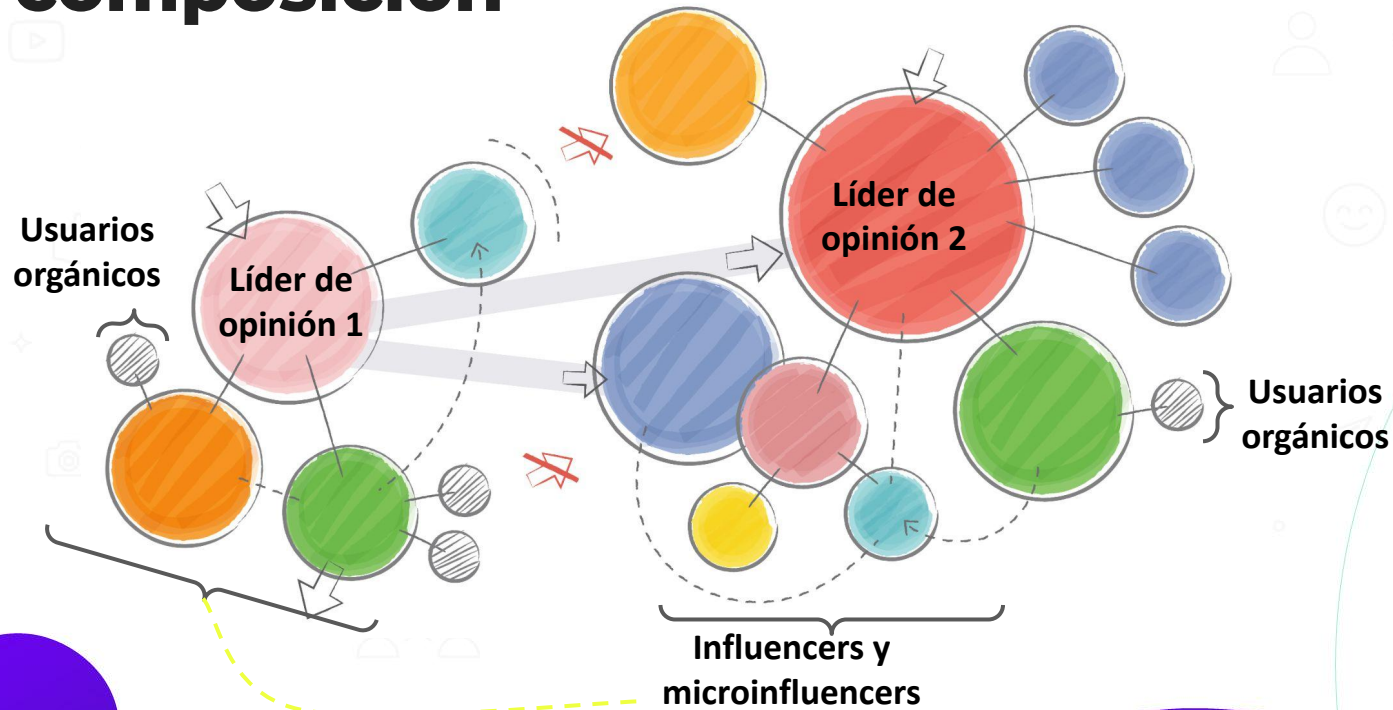
¿A qué le llamamos ecosistema digital?

Entorno virtual interconectado donde interactúan usuarios, marcas, medios, gobiernos, influencers, militantes, trolls, bots, etc. En él, las audiencias se agrupan en comunidades que se relacionan entre sí, generando flujos constantes de información, conversación y polarización.

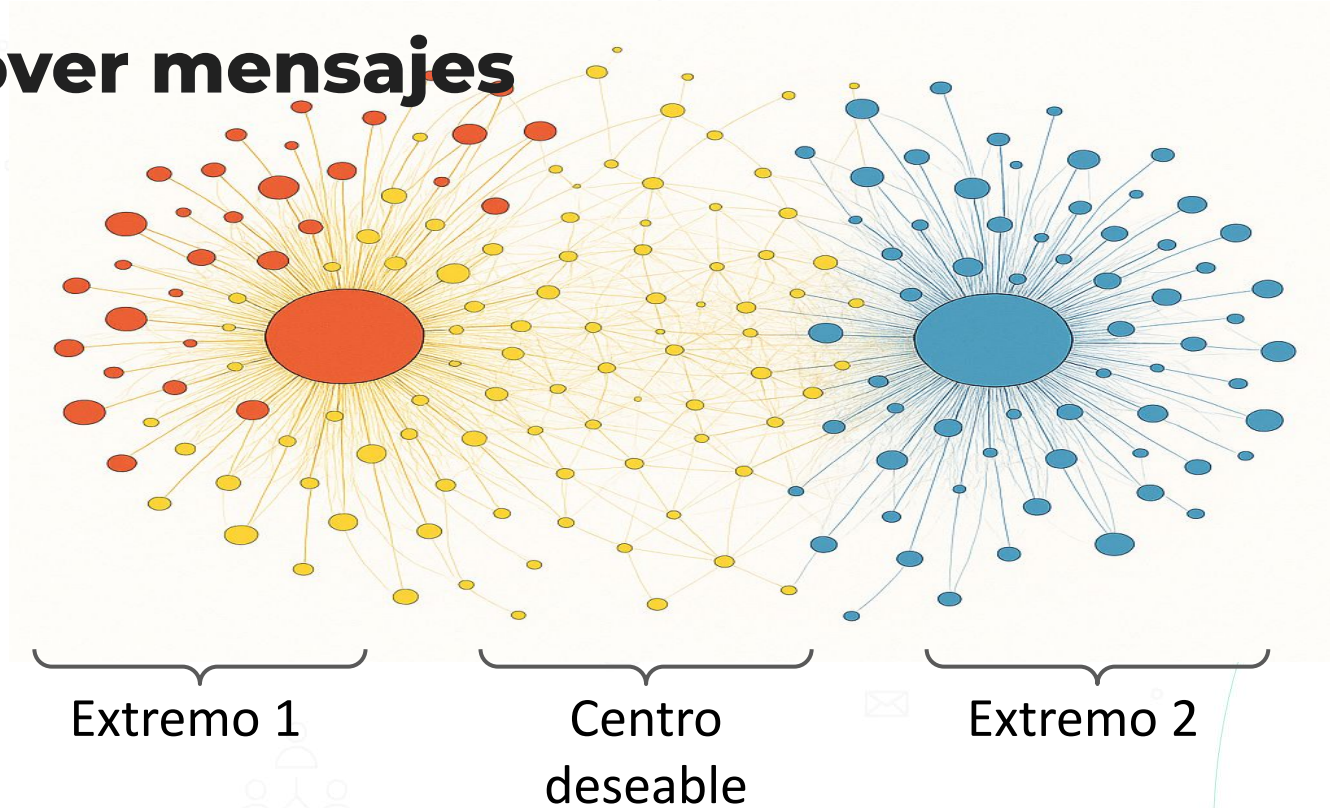
Así es el ecosistema Digital, (o al menos una foto de él)



Ecosistema Digital y su composición



Mover mensajes



cómo trabajar con la militancia

- La militancia digital necesita construir una identidad clara.

¿Quienes somos nosotros?

¿qué valores defendemos y qué valores combatimos?

Tenemos que consolidar la base de apoyo, clarificar el mensaje y los valores del proyecto.

Fortalecer la sensación de pertenencia al “nosotros”

¿cómo logramos eso?

- Armandando un manual (logos, eslóganes, #, identidad visual, frases propias de la campaña, líneas discursivas)
- Contándoles la estrategia política
- Creando encuentros presenciales
- Tenemos que construir una imagen cercana, coherente y creíble.

se valora el lenguaje directo, humano, incluso imperfecto.

Las personas comparten mensajes que se sienten auténticos no “publicidad”

La emocionalidad como motor de la militancia.

En el ecosistema digital, los datos por sí solos no movilizan.

La emoción, en cambio —miedo, esperanza, indignación, orgullo—, es el verdadero motor de la acción colectiva.

- ♦ Los militantes deben aprender a usar las emociones no solo para reaccionar, sino para construir mensajes que:
 - Humanicen la causa.
 - Refuercen vínculos emocionales entre el proyecto y la ciudadanía.
 - Motiven a compartir, comentar y defender los contenidos de manera espontánea.

La construcción del Enemigo digital

Todo relato político necesita un “antagonista”.

En el entorno digital:

- El enemigo puede ser una figura política, un medio de comunicación, una idea, o una narrativa adversa.
- Su construcción debe ser inteligente: creíble, focalizada y emocionalmente significativa.
- ♦ Los militantes deben ser capaces de:
 - Identificar al enemigo estratégico de la campaña.
 - Denunciar sus errores o inconsistencias de forma viral pero no difamatoria.

capacitaciones

Entrenar a la militancia: para comunicar en primera persona, evitar los mensajes robóticos o copias de comunicados

Usar el humor, emoción y tono personal.

Usar micro influencers generan más confianza, tienen más interacción directa, propagación más orgánica de los mensajes.

motivar conversaciones en sus propias comunidades

Darles lugar para opinar por ejemplo que # utilizar



¡Gracias!

@octadiosq
@maledip3
@enter.ds



Enter

DIGITAL SCHOOL