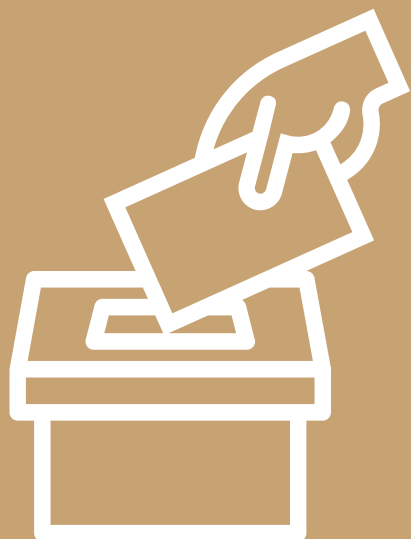


“¿CÓMO HACER UN BUEN VÍDEO ELECTORAL?”



LaBase



1. Introducción



ÍNDICE:

- 1. Introducción**
- 2. Orígen**
- 3. Evolución**
- 4. ¿Qué es un vídeo electoral y para qué sirve?**
- 5. 9 consejos**
- 6. ¿Qué no hacer?, Los peores ejemplos**
- 7. Mejores ejemplos**

1. Introducción

La tecnología siempre ha formado parte de nuestra historia, en mayor o menor medida, pero son los avances tecnológicos en la comunicación aquellos que de una manera recíproca han alimentado nuestro ser social, curioso y sin límites.

Pero el ser humano nunca ha parado de evolucionar, ni de mejorar, ha creado herramientas para saciar sus necesidades y sobre todo para saciar su curiosidad. Para el desarrollo de nuestra sociedad la comunicación y la política han sido dos de los pilares que han creado nuestras bases, desde la creación de las polis, hasta el desarrollo de políticas.

La política, como los medios de comunicación han cambiado. No solo transmitimos un mensaje, sino que debemos crear una red donde todo el mundo pueda opinar, compartir y pensar. Por esta razón queremos aconsejaros para poder crear un vídeo político, herramienta muy utilizada en la política, que nos ayude a lograr todos los objetivos que nos marquemos, que nos haga llegar a nuestro target, que seamos memorables, que destaquemos más que los otros y que no solo lleguemos a todo el mundo, sino que nos puedan recomendar.

2. Orígen



2. Origen

Para poder hablar del origen de los vídeos políticos nos debemos remontar a los años 50 del siglo pasado en los Estados Unidos, **"Eisenhower Answers América"** (1952), en las elecciones entre el General Eisenhower y Adlai Stevenson.



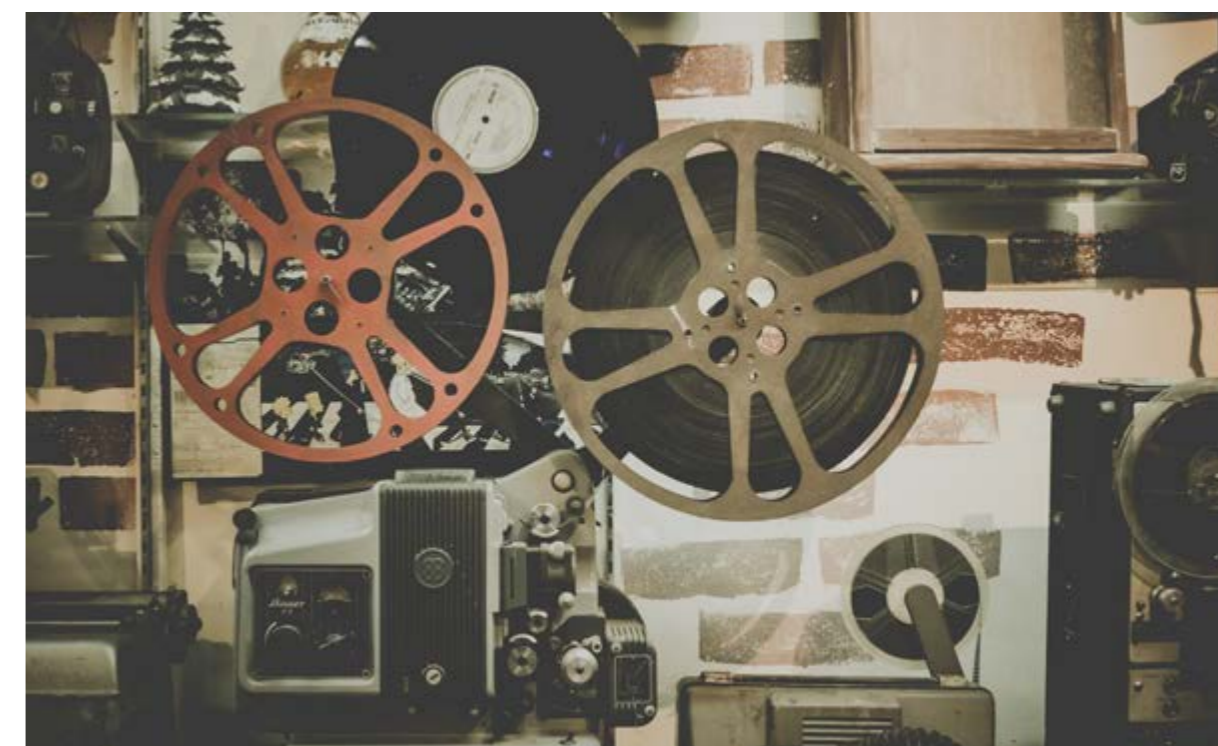
<https://www.youtube.com/watch?v=IEINBjHHvHE&t=19s>

En este vídeo, el militar y político Dwight David Eisenhower realiza distintos vídeos para la sociedad estadounidense respondiendo preguntas de sus votantes y creando así el primer vídeo electoral de la historia. Destacando que el líder político se muestra seguro y firme ante las dudas de una ciudadana, facilitando un discurso directo con una buena imagen. Cabe recordar que Eisenhower finalmente fue el presidente nº 34 de los Estados Unidos entre 1953 y 1961.

En España, sin embargo, los orígenes de los primeros vídeos electorales fueron más de 20 años más tarde. En este vídeo de las elecciones del 1977 se muestra a los líderes políticos y a sus discursos.



<https://www.rtve.es/play/videos/fue-noticia-en-el-archivo-de-rtve/propaganda-electoral-lideres-elecciones-1977/2344067/>



3. Evolución



3. Evolución

Para poder explicar la evolución de los vídeos electorales debemos retroceder hasta el siglo XX, cuando las estrategias políticas empezaban a usar a los medios de comunicación masivos para poder comunicar y llegar a toda la ciudadanía. Con el tiempo, todas las casas empezaban a tener su radio y su televisión, dicho medios se siguen utilizando en los tiempos actuales. La radio, la televisión, el periódico y, posteriormente el cine, se convirtieron en herramientas imprescindibles para la política, la difusión de ideas, la propaganda y la comunicación.

Los primeros spots políticos estaban focalizados en destacar la imagen del líder, transmitiendo un mensaje claro y directo a cámara, como el ejemplo de el expresidente Dwight David Eisenhower. Por otro lado la televisión no solamente sirvió para transmitir los primeros spots políticos, sirvió también como cambio dentro de la comunicación política mostrando los debates políticos. Destacando el 26 de septiembre de 1960 como el primer debate político televisado. Se cambió por completo la política y la fuerza de los medios de comunicación. El debate entre Richard Nixon y John F. Kennedy marcó un antes y un después en la manera de llegar a la ciudadanía y en la manera de hacer política.



A partir de 1969, con el nacimiento de Internet, los medios de comunicación y la política tuvieron que adaptarse creando una nueva sociedad que acabaría con los canales unidireccionales. Convirtiendo al usuario en receptor y emisor, en comunicador, en consumidor y en creador de contenido. Internet transformó, y sigue transformando, las relaciones de la política con los y las votantes y con la información.



En este contexto, el vídeo crece junto a la evolución de Internet, mostrándose como la mejor herramienta de comunicación y de acción para el marketing político. La tecnología siempre ha formado parte de nuestra historia en mayor o menor medida, pero son los avances tecnológicos en la comunicación aquellos que, de una manera recíproca, han alimentado nuestro ser social, curioso y sin límites.



Las nuevas plataformas digitales han modificado todas las bases de la comunicación política. Creando escenarios de 360°, conectando políticos con votantes, facilitando redes para personas afines, creando comunidad, etc.



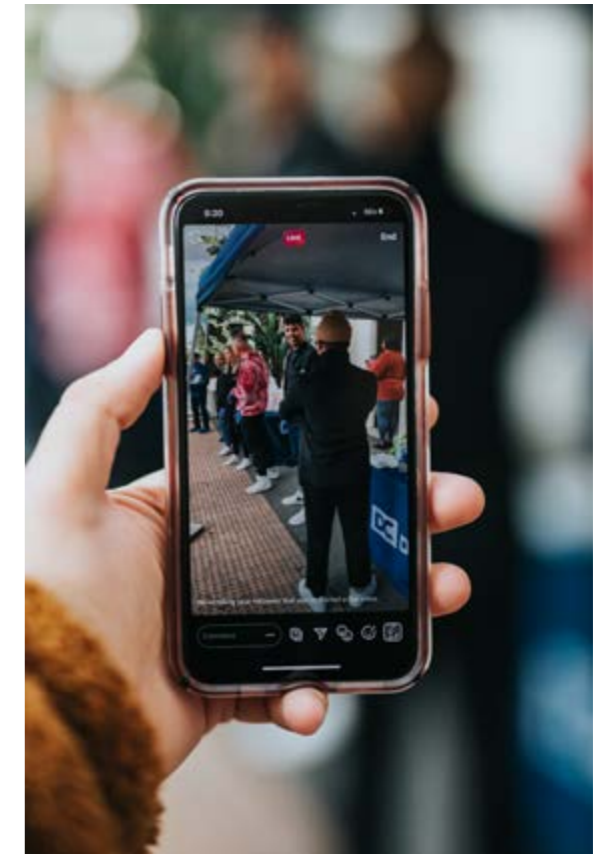
4. ¿Qué es un video electoral y para qué sirve?



4. ¿Qué es un vídeo electoral y para qué sirve?

También llamados Spots electorales, son mucho más que piezas audiovisuales, son herramientas de marketing político que acostumbran a formar parte de una campaña electoral. Forman parte de las acciones que un partido político o una líder política pueden realizar en sus campañas, con el propósito de:

- Darnos a conocer
- Posicionarnos
- Persuadir al electorado
- Influenciar en las creencias o comportamientos políticos
- Orientar el voto
- Movilizar al electorado
- Proporcionar información y contenidos
- Conectar con nuestros votantes





Un vídeo electoral sirve para comunicarnos con nuestros votantes y futuros votantes para que nos vean, para que nos recuerden y para que nos compartan:

- Gracias a los vídeos electorales podemos crear conexiones y vínculos con nuestro público objetivo
- Creamos comunidad: formamos parte de nuestros votantes y de las ideologías afines a nosotros
- Generamos percepciones positivas o rechazo hacia los públicos que queremos llegar y, por esta razón, necesitamos saber a quién nos queremos dirigir y cómo
- Con un buen vídeo electoral podemos ser memorables. Podemos crear ese recuerdo impactando en nuestros públicos.



5. 9 consejos



5.9 Consejos

Hay muchas maneras de crear un vídeo político, pero podemos destacar 8 pequeños detalles que pueden hacer de nuestro vídeo un éxito absoluto, pudiendo marcar la diferencia entre los objetivos que nos hayamos marcado.

1. El primer consejo es que debemos conocer a nuestro público objetivo

No se puede empezar a crear un vídeo electoral sin antes haber estudiado y analizado el mercado y sobre todo al target. Es imprescindible saber a quién nos dirigimos, segmentarlas, saber sus intereses y ofrecerles el contenido que buscan. No podemos improvisar, no podemos no hablar el mismo idioma que nuestros y nuestras votantes, ni tampoco podemos crear suposiciones de lo que buscan o quieren.



2. Crear un buen guión

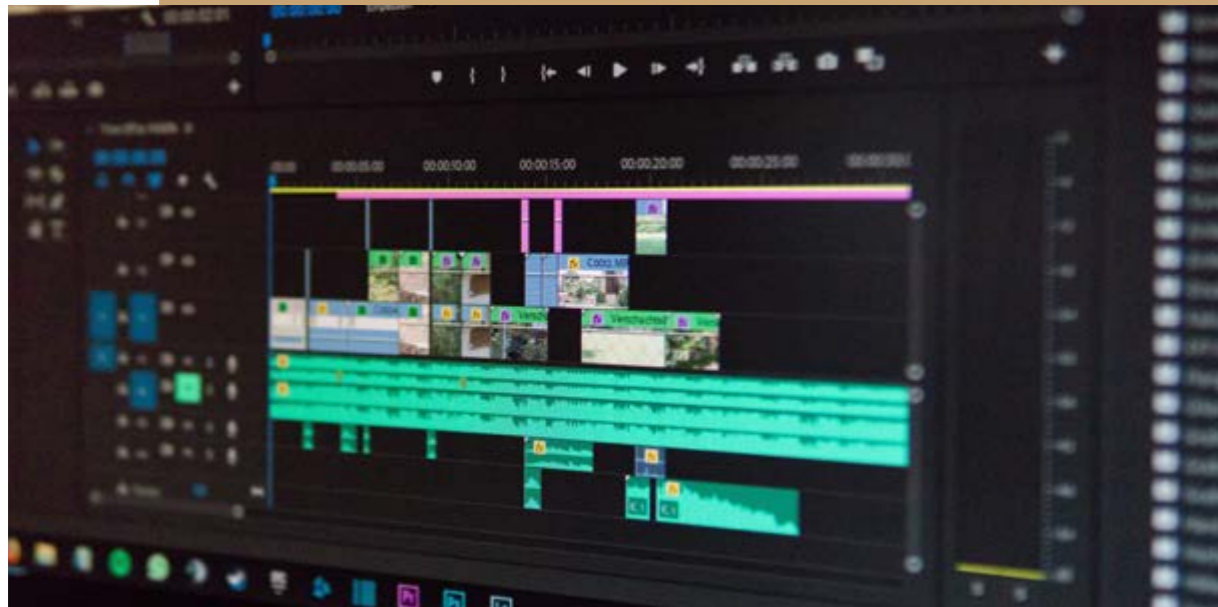
Saber a dónde queremos llegar, qué objetivos queremos cumplir, cómo lo queremos conseguir y cómo lo vamos a conseguir, son 4 pilares fundamentales para tener éxito en nuestro vídeo electoral. Un buen spot no se debe improvisar, a no ser que sea un contenido tan puro y natural que por si solo transmita todo lo que queremos transmitir. Pero, incluso en un vídeo natural, el contenido, la escenificación y la historia deben estar preparadas, para que no se nos escape ningún detalle, ni a nosotros ni a nuestras votantes y detractoras.

3. Ofrecer buen contenido

Para poder crear, publicar o mostrar contenido, éste siempre tiene que ser de valor, concreto y directo. No se puede ofrecer cualquier cosa de cualquier manera. Un buen contenido siempre nos proporcionará visibilidad, mientras que un mal contenido o un contenido sin valor puede generar dudas, rechazo, críticas o humor que nos puede perjudicar, no todo sirve.

4. Pensar en 360°

A la hora de crear un vídeo electoral siempre deberíamos pensar a lo grande. Nuestro contenido se podrá ver en cualquier red social, podrá ser compartido y visualizado infinitas veces. Realicemos un trabajo acorde a la estrategia de la campaña política, pensemos en todos los medios y sobre todo pensemos en conectar nuestros contenidos.



5. Crear un video acorde

Uno de los puntos más importantes, se debe crear un vídeo acorde con los valores de la campaña, del candidato y del partido. No podemos mostrar lo que no eres, puedes ocultarte pero la verdad y la naturaleza de cada uno acabará saliendo a la luz. La personalidad, los valores y la imagen siempre deben ir en el mismo sentido.

Por otro lado, en el caso de mostrar un o una líder político, nunca debemos exponerlo con características o dotes que no tiene, siempre debe ser acorde con su personalidad y con sus actos. No podemos crear un actor o una actriz en una escena, sí que puede realizar un papel pero ese papel debe ser el que siempre realiza, no solo en momentos puntuales. No disfraces a tu personaje, saldrá a la luz y creará el efecto contrario.

6. Marcar la diferencia

Hay muchas campañas similares, muchos políticos iguales incluso partidos políticos que se copian unos a otros. No seamos una copia barata de nadie, debemos arriesgar, utilizar nuestra creatividad, ser la novedad. Cuando creamos un vídeo político debemos ir más allá de lo que podamos, nunca conformarnos. Debemos llegar a nuestros usuarios de una manera distinta, ofrecer aquello que nadie más ofrece.



7. Una buena edición

El poder de una buena edición no debe estar sobrevalorado, no se debe escatimar en el resultado final de nuestro vídeo ya que no hay nada peor que un vídeo cutre, simplista o mal acabado para nuestra imagen, por no querer acabar las cosas bien.

No sirve de nada tener un buen mensaje, un buen contenido o una buena idea, si no la sabemos mostrar de la mejor manera a nuestros públicos.



8. Los detalles

Los detalles son los que realmente marcan la diferencia. No dejemos ninguna percepción al azar, controlemos cualquier detalle, dominemos la situación. Si algo sabemos de los vídeos electorales es que cualquier detalle será examinado y juzgado por nuestra competencia, por nuestras detractoras e incluso por nuestro público afín.

Debemos ser cautas y previsoras, utilizar los detalles a nuestro favor, así como utilizar estos a nuestro favor. El estilo de la ropa, la posición, las transcripciones para las redes sociales, las imágenes cualquier detalle tiene valor para poder hacer un buen vídeo político.

Una mención especial es para el detalle de la música, ya que es un elemento que transmite y aporta poder a nuestro mensaje y a nuestras imágenes. Seamos conscientes no sólo de las imágenes sino también de los sonidos y músicas que utilizamos.

9. La naturalidad

El último consejo que podemos facilitar es la base de cualquier relación social, de cualquier comunicación humana, la naturalidad. Actuemos acorde a nuestros actos y a nuestra manera de ser, pero sobre todo en escena seamos naturales. Nuestra voz, nuestros gestos, nuestra pose todo será un examen, mostrarnos con naturalidad pero con astucia, estudiemos los movimientos y hagamos los nuestros.

Un personaje falso o artificial, hará que nuestro mensaje se diluya, destruyendo nuestros objetivos hasta el punto de perjudicarnos.



6. ¿Qué no hacer? Los peores ejemplos



6. ¿Qué no hacer? Los peores ejemplos

Destacaremos algunos casos, para poder ejemplificar los distintos errores que se pueden cometer a la hora de hacer un vídeo político.

May the force be with you

En las elecciones de Irlanda del Norte, el candidato Gerry Kelly, decidió sorprender con un toque de excesiva creatividad, con un vídeo electoral basado en la temática Star Wars. Nos ofrecía un video poco elaborado, con un estilo poco cuidado y detalles muy forzados, una base temática pobre y con un audio y una edición muy limitada.



https://www.youtube.com/watch?time_continue=46&v=YRhLjUctCYk&feature=emb_title

Caminando rápido por Torrevieja

Torrevieja, 11 de Junio.

Visita del Presidente del Gobierno D. Mariano Rajoy Brey a Torrevieja.

En este video observamos al expresidente del Gobierno, Mariano Rajoy, primero deberíamos destacar los puntos a favor, el primero es que se ve un video natural. Con detalles que caracterizan al personaje pero que no lo hacen artificial, con una idea simple pero directa. Y acompañado de unas imágenes bien buscadas que ayudan en el relato.

Puntos en contra, no hay una buena historia marcada, solo una idea y un protagonista. Puede llegar a parecer una sátira. Con una música exagerada para el mensaje que se quiere transmitir y un copy muy pobre, que no aporta nada.

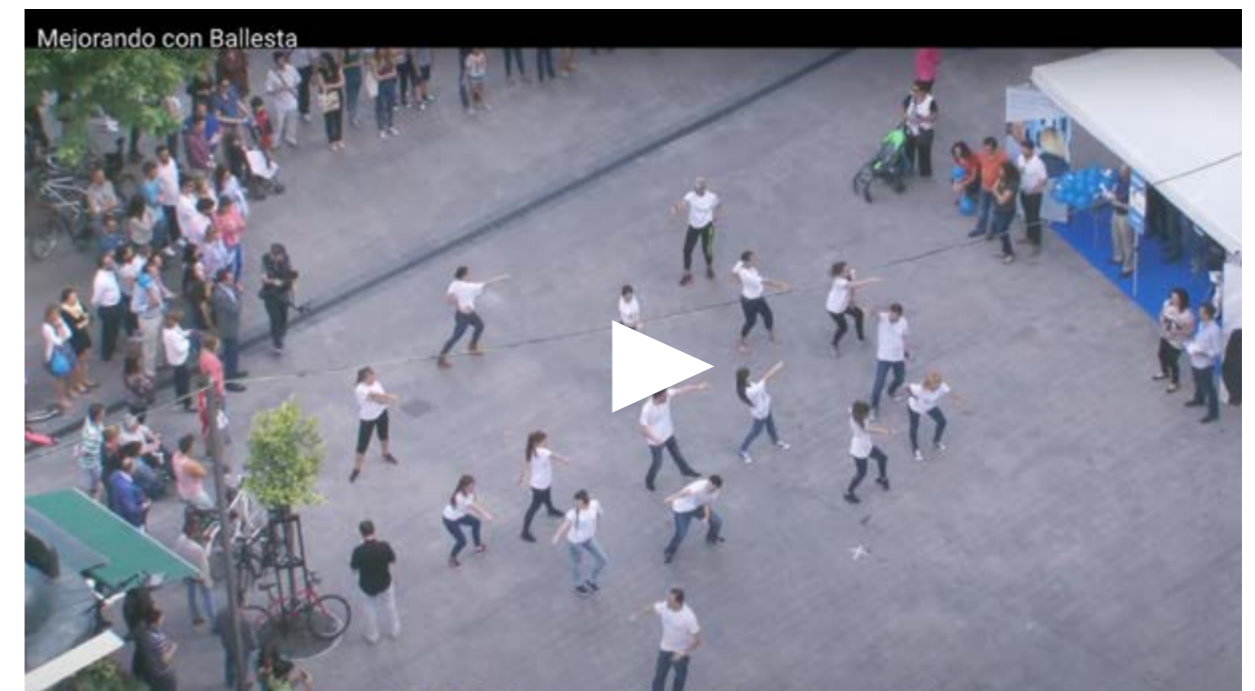


<https://www.youtube.com/watch?v=3GV4J4JhqNo>

Flashmob en la plaza de Santo Domingo de Murcia.

Jóvenes apoyando la candidatura de José Ballesta a la alcaldía de Murcia. Sobrepasarnos con el espectáculo es otro de los errores que se pueden cometer a la hora de crear nuestro vídeo político. En este caso, para la campaña de la alcaldía de Murcia se realizó un Flashmob en la plaza de Santo Domingo de Murcia. Un video con mala edición, mal doblaje con una canción poco pensada y utilizando un formato que estaba de moda en el 2003.

Este vídeo político, no estaba preparado para ser grabado y mucho menos reproducido en Internet, hasta el punto que los comentarios están desactivados.



https://www.youtube.com/watch?v=__Du1UwKwIw&t=31s

7. Mejores ejemplos



7. Mejores ejemplos

Para poder ejemplificar los mejores vídeos electorales, hemos seleccionado algunos ejemplos, todos ellos tienen 4 puntos en común.

- El primero de ellos es la naturalidad. No son discursos forzados, van acorde con los personajes.
- El segundo punto, es una buena idea, pero se debe resaltar que una idea no es nada sin una buena ejecución. Estos ejemplos dan fuerza a su idea central, pero no solo se escudan en esa idea.
- Por otro lado también destacamos el storytelling. Ese relato que se mantiene y que genera engagement.
- Y por último, la edición y los detalles. Todo está pensado y se cuida el resultado final.

The Courage to Change

Alexandria Ocasio-Cortez muestra en su vídeo electoral el poder de las imágenes, el poder de un buen relato, acompañado con un storytelling que busca las emociones que no solo expresa ideas, sino que conecta directamente con su público. Añadir que los detalles, la música y la edición van acorde con sus palabras.



<https://www.youtube.com/watch?v=rq3QXIVR0bs&t=57s>

En este vídeo electoral vemos un relato personal, una humanización de un personaje político con una historia que contar. Destaca un relato que va acorde con el personaje, no desentona y se mantiene en un relato firme.

Se muestra un video natural, simulando una improvisación en una entrevista ficticia donde el protagonista busca la complicidad, en una idea simple pero bien elaborada



https://www.youtube.com/watch?v=JGvXR9cu7oA&t=84s&ab_channel=EsquerraRepublicana

Izquierda Unida en este vídeo electoral conecta directamente con su público, busca la emoción y la comunidad. Un video simple, con unas ideas muy claras para llegar a su público. Este video tiene una edición y una idea muy bien realizadas, así como unas imágenes muy potentes.



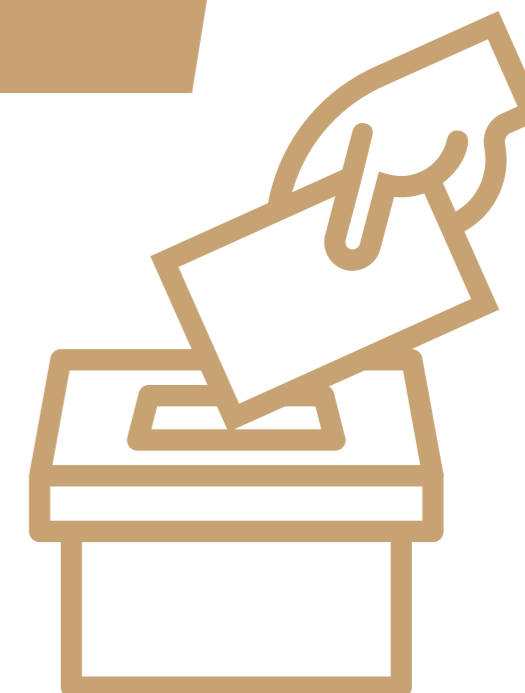
https://www.youtube.com/watch?v=oEnq6AqP9qA&ab_channel=IzquierdaUnida

Amy McGrath se muestra en este vídeo electoral, con un video al más puro estilo americano, una marine orgullosa de su trabajo, de sus aviones y de su país. Conecta con su público y tiene un relato bien marcado, con una historia bien definida y sobre todo conoce a su gente. Juega con las imágenes del presente y del pasado. Tiene un discurso con fuerza, una música que acompaña a los mensajes



<https://www.youtube.com/watch?v=CcjG2fK7kNk&t=67s>

“¿CÓMO HACER UN BUEN VÍDEO ELECTORAL?”



Documento elaborado por:
LaBase

© Textos: Xavi Porta

LaBase