



2025

GUÍA PARA MILITANTES

Estrategias para ganar las elecciones legislativas

A vos, que caminás las calles con convicción, que golpeás puertas sin importar el calor o la lluvia, que dedicás tu tiempo y tu voz a llevar un mensaje de esperanza. Esta guía es para vos, porque sos el corazón que late detrás de cada campaña, el puente entre las ideas y la gente, la voz que no se apaga cuando el desafío es grande.

A vos, militante, que entendés que la política se construye en el contacto humano, en la mirada sincera, en el mate compartido y en la palabra que inspira confianza. Que sabés que cada conversación es una oportunidad para cambiar una opinión, para encender una llama, para sumar un voto que puede hacer la diferencia.

A vos, que sabés que militar no es solo convencer, sino escuchar. Que reconocés en cada vecino sus preocupaciones y sueños, y que transformás esas inquietudes en propuestas reales. Porque la militancia no es un trabajo individual, es un esfuerzo colectivo que se multiplica en cada barrio, en cada mesa, en cada esquina.

Esta guía te pertenece. Es tu herramienta para caminar con más fuerza, para hablar con más claridad y para actuar con más estrategia. Que cada página te inspire a seguir adelante, que refuerce tu compromiso y que te recuerde que, voto a voto, *se construye el futuro que soñamos.*

Julio Daniel Marquez

SOBRE EL AUTOR



Julio Daniel Marquez

Consultor Político y Jefe de Campaña

Fundador de [Politicfy](#), [Ágoras Framework](#), [+Política](#) y [GovernoHUB](#) y el [Foro Internacional de la Mujer Política](#), Julio Daniel Marquez ha desempeñado sus funciones como Consultor Político, Estratega, Asesor de Gobierno y Jefe de Campaña a lo largo de su carrera.

Especialista en Accesibilidad. Vencedor de los concursos de Gobierno y Estado, Tecnología y Desarrollo, Julio Daniel Márquez se desempeñó recientemente como Jefe de Operaciones de Campo en Política Funcional y Jefe de Campaña Política en países de Sudamérica.

Destaca su trabajo en la arquitectura de Programas de Gobierno Innovadores y Políticas Públicas, al igual que la asesoría para Municipios, comunas y gobiernos. 2da participación en el Congreso Brasileiro de Políticas Públicas en Desarrollo Social y 1er Congreso Brasileiro de Políticas Públicas en Salud. Por otra parte, ha publicado recientemente la documentación de [Ágoras](#), un framework para las campañas políticas y electorales. A través de este conjunto de herramientas, enfatiza la innovación en la política de circunscripción y la entrega de valor. Diseña los programas de gobierno y proyectos (blueprints) en GovernoHUB y dicta cursos de política en +Política.

Más información en el siguiente link:

<https://juliodanielmarquez.com>



Acceso online con herramientas accesibles para personas con discapacidad:

www.juliodanielmarquez.com/ebook/accesible/guia-militante

Versión para impresión en Braille:

www.juliodanielmarquez.com/ebook/accesible/guia-militante/braille.zip

(Braille Grado 1 en formato de seis puntos, Formato de destino: pef2929pd)

ÍNDICE

1. Introducción	Pág. 5
1.1. Objetivo de la guía	Pág. 5
1.2. El rol del militante en una campaña legislativa	Pág. 6
1.3. Contexto político y particularidades de las elecciones 2025	Pág. 6
2. Conociendo el terreno	Pág. 7
2.1. Mapa electoral de la provincia y localidad	Pág. 8
2.2. Identificación de circuitos, mesas y barrios clave	Pág. 9
2.3. Análisis del padrón y segmentación de votantes	Pág. 9
2.4. Reconocer fortalezas y debilidades del espacio político	Pág. 10
3. Preparación para la militancia	Pág. 11
3.1. Formación política y discurso unificado	Pág. 11
3.2. Argumentarios y mensajes clave	Pág. 13
3.3. Kit básico del militante: materiales y recursos	Pág. 14
3.4. Coordinación con referentes barriales y equipos	Pág. 16
4. Estrategias de captación de votos	Pág. 17
4.1. Trabajo territorial puerta a puerta	Pág. 18
4.2. Conversaciones persuasivas: escuchar, conectar, proponer	Pág. 18
4.3. Campañas relámpago en plazas, ferias y eventos	Pág. 19
4.4. Uso efectivo de redes sociales y mensajería instantánea	Pág. 20
4.5. Acciones simbólicas y de visibilidad en el territorio	Pág. 20
5. Comunicación política para militantes	Pág. 21
5.1. Cómo transmitir el mensaje sin entrar en discusiones estéril	Pág. 21
5.2. Manejo de fake news y ataques opositores	Pág. 22
5.3. Contar historias que generen empatía	Pág. 22

5.4. Uso de videos, fotos y testimonios reales	Pág. 23
6. Movilización y retención del voto	Pág. 24
6.1. Identificación de votantes seguros, dudosos y opositores	Pág. 24
6.2. Estrategias para reforzar el compromiso del votante	Pág. 25
6.3. Organización de actividades previas al cierre de campaña	Pág. 26
6.4. Preparación logística para el día de la elección	Pág. 27
7. El día de la elección	Pág. 28
7.1. Plan de movilización de votantes	Pág. 29
7.2. Coordinación con fiscales y autoridades de mesa	Pág. 29
7.3. Solución rápida de imprevistos	Pág. 30
7.4. Control y registro de asistencia al voto	Pág. 30
8. Después de la elección	Pág. 31
8.1. Agradecimiento y fidelización de votantes	Pág. 31
8.2. Evaluación interna de la campaña	Pág. 32
8.3. Mantener la militancia activa para futuras elecciones	Pág. 33
9. Ágoras Framework para Militante (Bonus)	Pág. 34
9.1. Los pilares de Ágoras para tu trabajo en territorio	Pág. 35
9.2. Cómo aplicar Ágoras a tu militancia diaria	Pág. 36
9.3. Por qué Ágoras potencia tu rol como militante	Pág. 36
10. Palabras finales: Ahora es tu momento	Pág. 37
11. Créditos y bibliografía	Pág. 39

1. INTRODUCCIÓN

Cuando decidís sumarte a una campaña legislativa, estás asumiendo mucho más que una tarea política: estás entrando en la primera línea de contacto con la gente. A ti te corresponde llevar las propuestas a cada barrio, a cada puerta, a cada conversación, y hacerlo con la convicción de que tu esfuerzo puede definir el rumbo del país. No es un trabajo que se mida solo en encuestas o discursos televisivos; es un trabajo que se construye en la calle, en las plazas, en las veredas y en esos momentos cotidianos donde la política se vuelve real y cercana.

Esta guía nace para darte herramientas concretas, probadas en terreno, que te ayuden a organizar mejor tu tiempo, afinar tu mensaje y multiplicar tu impacto. No quiero que sea un manual frío, más bien una compañera de campaña que puedas consultar cuando tengas dudas, cuando necesites inspiración o cuando el cansancio empieza a pesar.

Aquí encontrarás estrategias que parten de algo que todo militante sabe: *que el voto no se gana solo con propaganda, se gana con confianza*. Y la confianza solo la genera quien escucha, entiende y propone soluciones reales a las preocupaciones de cada vecino. ¡Comenzamos!

1.1. Objetivo de la guía

El objetivo de esta guía es que puedas convertirte en un militante más efectivo, organizado y persuasivo. Quiero que tengas un mapa claro de qué hacer antes, durante y después de la elección, y que cada paso que des esté orientado a sumar votos y consolidar el apoyo en tu territorio.

Aquí no encontrarás fórmulas mágicas, porque la política no funciona así. Lo que encontrarás son métodos, experiencias y recomendaciones que han demostrado funcionar en campañas reales. Desde cómo abordar a un votante indeciso hasta cómo aprovechar las redes sociales para amplificar tu mensaje, cada apartado está diseñado para que puedas aplicarlo de inmediato.

Quiero que cuando llegue el día de la elección, no solo sientas que diste todo, sino que puedas comprobar que tu trabajo tuvo un impacto real en los resultados.

1.2. El rol del militante en una campaña legislativa

Tu rol en una campaña legislativa es mucho más profundo que repartir volantes o asistir a actos. Sos la cara visible del proyecto político en cada rincón donde trabajas. Eres quien lleva la voz de las propuestas y quien interpreta las necesidades de la gente para transmitir las al equipo de campaña.

En una elección legislativa, el votante no solo evalúa candidatos, también evalúa equipos. Tu actitud, tu compromiso y tu capacidad de comunicar influyen directamente en cómo el electorado percibe a todo el espacio político. Esto significa que cada palabra que digas y cada gesto que tengas son parte de la campaña. Además, en las legislativas el territorio pesa mucho. No siempre hay un arrastre de un candidato presidencial; la gente decide su voto según lo que percibe a nivel local y provincial. Eso te pone en un lugar clave: si logras conectar con el vecino y hacerle sentir que este proyecto lo representa, habrás ganado mucho más que un voto, habrás ganado un apoyo duradero.

1.3. Contexto político y particularidades de las elecciones 2025

Las elecciones legislativas de 2025 en Argentina se dan en un momento de tensión política y económica. El Congreso será el escenario donde se definan leyes que pueden cambiar de forma profunda el rumbo del país, y por eso cada banca cuenta. En estas elecciones no se elige presidente, pero se renueva una parte importante de la Cámara de Diputados y del Senado, lo que puede fortalecer o debilitar al gobierno nacional según el resultado.

En este contexto, la militancia territorial cobra aún más relevancia. El votante está más exigente, más crítico y con menos paciencia para promesas vacías. Hay un desgaste general hacia la política tradicional, lo que significa que tu tarea no será solo informar, sino también recuperar la confianza de quienes hoy dudan en participar o creen que “nada va a cambiar”.

También hay un elemento clave: la comunicación política está más fragmentada que nunca. No alcanza con un acto masivo o una publicidad en la radio. Hay que estar presente en el barrio, en las redes sociales, en los grupos de mensajería, en las conversaciones de pasillo. Es una campaña que se gana con presencia constante y con la capacidad de adaptarse a distintos públicos sin perder el mensaje central.

Tu papel será importantísimo para traducir las grandes propuestas en ideas claras que la gente entienda y sienta propias. Porque en 2025, más que nunca, el voto se gana de cerca, y vos serás quien lo haga posible.

2. CONOCIENDO EL TERRENO

Quiero que lo entiendas desde el principio: el terreno no es solo un espacio físico, es un espacio político, social y emocional. Cuando hablamos de “conocer el terreno”, no estamos hablando simplemente de saber dónde están los barrios o cuántas manzanas tiene tu zona. Te hablo de algo mucho más profundo. Se trata de meterte en la lógica del lugar, en la cultura cotidiana de la gente que lo habita, en sus ritmos, sus códigos y sus formas de ver la política. No se puede militar desde lejos. Necesitás estar ahí, conocer cada esquina como si fuera tu casa, caminar con los ojos atentos y el corazón abierto.

Conocer el terreno significa reconocer el pulso de la comunidad. Saber si hay un enojo contenido o si hay esperanza en el aire. Captar si la gente está en modo “desilusión”, “indiferencia” o “expectativa”. Y eso no te lo da una encuesta, eso lo ves en los rostros, lo escuchás en los negocios, lo sentís cuando hablás con un vecino que antes apoyaba pero ahora duda. El terreno habla. Todo el tiempo. Solo hay que aprender a escucharlo.

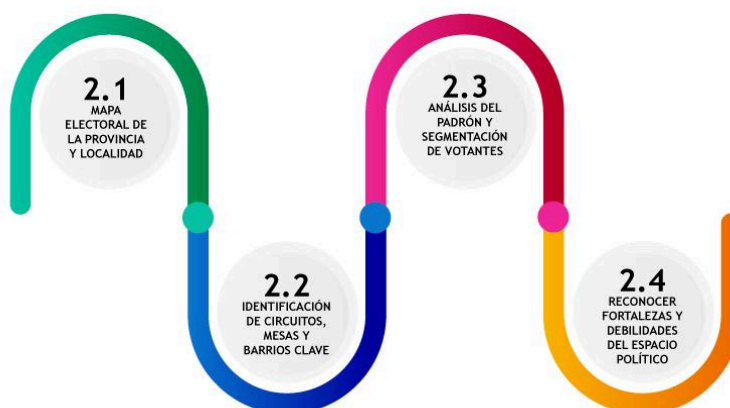
Hay zonas donde el compromiso político está latente y brota fácilmente. Ahí podés organizar una mateada o una reunión en la plaza y sabés que van a venir, a preguntar, a discutir. Pero hay otras donde la política no entra ni disfrazada. Lugares donde las promesas pasaron tantas veces sin cumplirse que ya nadie quiere abrir la puerta. Y ahí es donde más te necesitás. No para insistir con discursos vacíos, más bien para reconstruir ese puente, desde la humildad y con presencia. Porque a veces solo el hecho de volver, de mostrarte una y otra vez, es lo que siembra una primera semilla de confianza.

No existe una sola forma de caminar el terreno. Algunos barrios necesitan que llegues de a poco, sin apuro, empezando por hablar con una vecina que es referencia y que te puede presentar a los demás. Otros son más abiertos, y lo importante es estar presente en actividades locales, eventos comunitarios, espacios religiosos, centros vecinales. Y siempre, en todos los casos, tenés que estar con los oídos bien abiertos. No para escuchar lo que querés oír, sino para registrar lo que realmente preocupa, lo que duele, lo que emociona. Esa es la información más valiosa que vas a recibir como militante.

El terreno también se construye. Si no existe base territorial en una zona, no quiere decir que no se pueda militar ahí. Al contrario, eso te da la posibilidad de empezar desde cero, de sembrar vínculos genuinos y duraderos. Pero para hacerlo necesitás tiempo, constancia y empatía. No alcanza con ir una vez, ni con caer con el candidato a sacarse una foto. Hay que volver, cuidar el vínculo, *involucrarse de verdad*. Porque cuando conocés el terreno en serio, ya no es solo un lugar en el mapa. Es parte de tu lucha, de tu tarea y de tu compromiso con este proyecto político.



CONOCIENDO EL TERRENO



2.1. Mapa electoral de la provincia y localidad

Es hora de que empieces por lo básico: ubicarte en el mapa. No hablo de un GPS en el celular, hablo del mapa electoral real, el que marca cómo está dividido tu distrito para las elecciones. Necesitas conocer cómo se organiza la provincia, qué jurisdicciones componen tu zona y cómo se distribuyen los votantes en ellas.

Este mapa no sólo es geográfico, es político. Te muestra dónde históricamente ha ganado tu espacio, dónde la competencia es pareja y dónde cuesta más instalarse. Esa información es oro porque te permite priorizar esfuerzos. No podés darle la misma energía a un barrio que siempre vota por tu espacio y a otro que nunca te ha dado un voto. En uno trabajarás para cuidar y reforzar; en el otro, para abrir puertas que llevan años cerradas.

Te aconsejo que consigas un mapa electoral actualizado de tu Junta Electoral o del organismo provincial correspondiente. Estúdialo como si fuera un plano de batalla, porque de alguna manera lo es. Cada línea, cada barrio y cada mesa esconden un porcentaje que puede inclinar el resultado final.



2.2. Identificación de circuitos, mesas y barrios clave

Cuando ya tenés claro el mapa general, es hora de ir más a fondo. El circuito electoral es la unidad donde votan varios miles de personas. Dentro de cada circuito están las mesas, y cada mesa es un pequeño universo. Allí están las personas que podés convencer, pero también las que debés movilizar el día de la elección para asegurarte de que voten.

Tu misión es saber cuáles son los circuitos y mesas clave. Son esos lugares donde una diferencia de 10 o 20 votos puede definir si ganás o perdés. Para encontrarlos, revisá los resultados de elecciones pasadas y detectá dónde la diferencia con el rival fue mínima. Ahí es donde tu presencia como militante puede tener un impacto decisivo.

En los barrios clave, no alcanza con repartir volantes o pasar una vez. Necesitás generar presencia constante: caminar las calles, saludar a los vecinos, participar de actividades, dejar que te vean como parte de la comunidad y no como alguien que aparece solo en campaña. La confianza no se gana en un día, pero se puede perder en segundos si te perciben como un extraño.

2.3. Análisis del padrón y segmentación de votantes

El padrón electoral es un retrato del electorado, ahí están las edades, las direcciones y, con un poco de cruce de información, podés descubrir patrones muy útiles. Por ejemplo, identificar mesas con mayoría de jóvenes, de adultos mayores o de familias numerosas. Cada grupo tiene preocupaciones y motivaciones distintas, y tu discurso debe adaptarse a eso.

Segmentar votantes significa clasificar para priorizar. No vas a hablar de lo mismo con un comerciante que con un estudiante universitario. No vas a encarar igual a alguien que siempre vota a tu espacio que a alguien que nunca lo hizo. Por eso, el padrón es tu punto de partida para diseñar estrategias diferenciadas.

Si trabajás con un equipo, asigná zonas a militantes que tengan afinidad con el perfil del barrio. Hay lugares donde un militante joven puede conectar más fácilmente con la gente, y otros donde un militante con más años de experiencia tendrá más credibilidad. Esto es parte de jugar inteligentemente, no de dejar todo librado al azar.



2.4. Reconocer fortalezas y debilidades del espacio político

A veces cuesta mirarse al espejo en medio de una campaña. Es natural: estamos tan enfocados en ganar, en avanzar, en convencer, que detenerse a observar nuestras propias limitaciones puede parecer una pérdida de tiempo. Pero no lo es. Todo lo contrario. Si querés militar con inteligencia, primero tenés que entender bien dónde está parado tu espacio político. No se trata solo de mirar para afuera y pensar qué hace la oposición o qué piensa el vecino. Se trata de mirar hacia adentro con honestidad y valentía.

Te invito a que hagas este ejercicio. Pensá en tu barrio, en tu localidad, en tu provincia. ¿Qué imagen tiene nuestro espacio político ahí? ¿Somos conocidos? ¿Somos respetados? ¿La gente asocia nuestro nombre con alguna gestión concreta o con propuestas reales? ¿O simplemente nos recuerdan por los carteles en época de campaña? Estas preguntas no son cómodas, pero son necesarias. Porque si salís a militar sin tener una idea clara de cómo los ve la gente, podés terminar repitiendo errores o perdiendo energía en lugares que no tienen retorno. Las fortalezas de un espacio político no siempre son evidentes. No es solo ganar elecciones o tener bancas. A veces la verdadera fuerza está en la base militante, en los vínculos territoriales que no se ven en los medios pero sostienen el trabajo día a día. Puede ser una red de referentes barriales comprometidos, una gestión municipal bien valorada, o una figura política que, aunque no esté en funciones, tiene credibilidad. Y también puede ser un relato coherente, una idea de país que interpela a sectores que se sienten huérfanos de representación. Tu tarea como militante es identificar esas fortalezas y potenciarlas. Que no se queden solo en la memoria de algunos, sino que se multipliquen y se transformen en votos.

Ahora bien, hablar de debilidades no es rendirse, es planificar. Si hay zonas donde no tienes presencia, reconozcanlo. Si hay sectores que los rechazan por errores pasados, no los ignoren. Si hay promesas que no se cumplieron, asumanlo. Porque cuando vos salís a la calle, esas cosas te las dicen en la cara. Y si no tenés una respuesta sincera, quedás expuesto. A veces la gente no necesita que le prometas nada nuevo, necesita que le digas “tenés razón, eso no salió bien, pero aprendimos y vamos a hacerlo distinto”. Esa humildad puede abrir una puerta que parecía cerrada. Reconocer tus debilidades también permite ordenar el esfuerzo. No pueden estar en todos lados con la misma intensidad. Hay que decidir dónde fortalecer lo que ya tienen, dónde defender lo ganado, y dónde salir a disputar con otra estrategia. Vos sos clave en ese análisis. Porque sos quien conoce el terreno, quien escucha al vecino, quien camina el barrio. Lo que vos ves y sentís tiene que llegar a quienes toman decisiones en la campaña.

Te propongo que tomes nota, que armes tu propio diagnóstico. Que lo compartas con tu equipo, con tus referentes, con otros compañeros. Que no te dé miedo decir lo que ves, incluso si incomoda. Porque esa es una de las tareas más importantes de la militancia.

3. PREPARACIÓN PARA LA MILITANCIA

Antes de salir a recorrer el barrio, antes de tocar una puerta o escribir un mensaje por WhatsApp a un votante, tenés que estar preparado. No alcanza con tener ganas. La voluntad es clave, pero si no va acompañada de formación, estrategia, materiales y equipo, se diluye. La militancia no es improvisación. Es una acción política organizada, pensada y constante. Y para hacerlo bien, hay que tomarse en serio cada paso previo.

La preparación no te quita espontaneidad, te da solidez. Te permite tener respuestas cuando alguien te desafía con una crítica válida. Te da seguridad cuando te toca explicar una propuesta compleja en pocas palabras. Y lo más importante: te permite hablar con la gente desde un lugar de convicción real, sin repetir frases de manual, sino desde el entendimiento profundo de lo que representás.

Prepararte también es asumir que representás un proyecto, no apenas una candidatura, cada vez que abrís la boca, estás mostrando una parte de ese espacio político al que pertenecés. Por eso es tan importante hacerlo con responsabilidad y coherencia. La calle es el escenario más sincero que existe. *Si no sabés lo que estás diciendo, se nota. Si no te creés lo que estás diciendo, se nota más todavía.*

3.1. Formación política y discurso unificado

Necesito que te detengas un segundo y te preguntes algo fundamental: ¿por qué estás acá? No me refiero al candidato ni a la elección puntual. Te hablo de la raíz. ¿Por qué decidiste sumarte a este espacio político y no a otro? ¿Qué ideas te movilizan? ¿Qué país querés ayudar a construir? Cuando tenés eso claro, cada paso que das cobra sentido. Pero si esa respuesta no está bien trabajada, tarde o temprano se nota. Y lo que se nota en campaña puede costar votos. Por eso, la formación política no es un anexo ni un “extra”: es la base desde donde militás.

No se puede militar con solidez si no sabés qué defendés. No podés pretender convencer a otro si vos mismo no tenés claro el rumbo. Y ojo: no te estoy pidiendo que seas un experto en derecho constitucional ni que cites autores de memoria. Lo que te estoy diciendo es que tenés que tener claridad ideológica. ¿Qué significa ser parte de este proyecto? ¿Cuál es la visión de país que proponemos? ¿Qué nos diferencia realmente de otras fuerzas? Porque si te acercás a un vecino y él te pregunta eso, y vos dudás o divagás, perdés credibilidad en segundos.

En los últimos años, muchas campañas apelaron al marketing vacío. Eslóganes, jingles, frases de ocasión. Pero la gente no es tonta. La sociedad está harta de promesas que no se sostienen y de discursos que no dicen nada. Por eso, cuanto más formado estés políticamente, más vas a poder responder con contenido real, con propuestas que se noten auténticas. No hay nada más potente que un militante que sabe explicar lo que defiende con sus propias palabras, sin repetir como loro lo que escucha en los actos.

Ahora bien, la formación no es solo una cuestión individual. También tiene una dimensión colectiva que no podés perder de vista. Si cada militante sale con un discurso distinto, con datos mal citados o con frases contradictorias, se genera ruido. Y ese ruido se traduce en desconfianza. El votante necesita percibir coherencia, que más allá de las diferencias de estilo, todos y todas quienes representamos el espacio político tengamos una línea clara, una identidad común, un discurso que se sostiene en distintos contextos.

¿Cómo se logra eso? Con capacitación constante. Necesitas que haya espacios de formación abiertos, periódicos, dinámicos. No alcanza con una charla al arrancar la campaña. Tiene que haber talleres, simulaciones de diálogo, análisis de coyuntura, lectura de documentos partidarios, entrenamiento práctico para responder objeciones. Y ojalá ese proceso sea horizontal, donde se escuchen voces diversas, donde se nutran entre militantes con experiencia territorial y compañeros nuevos que traen otra mirada.

Y hay algo más: no tenés que tener miedo de preguntar. Si hay una propuesta que no entendés, buscá a alguien del equipo que te la explique bien. Si una decisión del espacio te genera dudas, plantealas con respeto, pero sin callarte. Porque militar no es obedecer ciegamente, es comprometerse con una causa. Y para comprometerte en serio, primero tenés que comprenderla. No repitas lo que no entendés. No defiendas lo que no podés explicar. No te conviertas en el eco de otros: sé voz propia, con argumentos.

El discurso unificado no significa uniformidad forzada. Nadie te está pidiendo que cambies tu forma de hablar o tu estilo personal. Lo que buscamos es coherencia política. Que si un vecino habla con vos hoy y mañana con otra compañera en otro barrio, escuche lo mismo en términos de propuestas, valores y prioridades. Que no haya contradicciones entre lo que se promete en lo alto de un escenario y lo que vos decís en una esquina. Esa sincronía no se logra por arte de magia: se construye. Y vos sos parte de esa construcción.

3.2. Argumentarios y mensajes clave

La clave está en lo que decís. En cómo lo decís. Y sobre todo, en lo que el otro escucha. Por eso es vital que lleves contigo una herramienta que muchas veces se subestima: el argumentario. No es un discurso cerrado, no es una lista de frases para repetir sin pensar. Es un conjunto de ideas, datos, enfoques y ejemplos que te permiten sostener una conversación política con contenido, sin improvisar, sin irte por las ramas, sin perder el eje de lo que querés transmitir.

Tenés que tener muy claro que cada vecino con el que hablás es un mundo distinto. Vienen con sus propias historias, decepciones, ideologías, temores. No alcanza con decir “vamos a hacer las cosas bien” o “nuestro candidato es el mejor”. Eso no mueve a nadie. La gente quiere razones. Quiere saber por qué tu espacio merece su voto. Qué hicieron bien. Qué van a corregir. Cómo se van a ocupar de los problemas concretos que tienen todos los días. Si vos no llevás esos argumentos bien pensados y explicados, vas a perder la oportunidad de convencer, incluso si te escuchan con atención.

Ahí es donde entra en juego el argumentario. Pensalo como una caja de herramientas. No usás todas al mismo tiempo, pero las tenés a mano para cuando hacen falta. Una buena herramienta para hablar con un trabajador registrado puede no servirte si estás frente a una madre que vive de changas. Por eso no alcanza con saber una sola cosa. Necesitás diversidad de argumentos, pero organizados, claros y adaptables. Si no lo hacés, podés tener razón y aún así no conectar.

Ahora, no te confundas. No se trata de sobrecargar a la gente con datos técnicos ni de hablarles como si fueran alumnos. Tenés que saber bajar a tierra lo que defendés. Por ejemplo, si el espacio propone una ley de incentivo a las pymes, podés contar cómo eso ayuda a que un vecino mantenga su trabajo o a que un joven del barrio pueda emprender sin fundirse a los seis meses. Si se está proponiendo reformar el sistema de salud, no digas solo “vamos a modernizarlo”. Explicá con ejemplos concretos: qué significa eso para una jubilada que tarda dos meses en conseguir un turno, o para una madre que vive en una zona sin pediatras.



Otra parte fundamental es tener mensajes clave bien definidos. Esas frases que sintetizan el espíritu de la campaña. No es lo mismo decir “vamos a cambiar el país” que decir “proponemos leyes que mejoren tu salario, tu alquiler y tu tranquilidad”. Los mensajes clave deben ser cortos, potentes, recordables. Pero también deben tener sentido, deben reflejar algo real. Si prometen lo imposible, generan rechazo. Si son muy genéricos, se olvidan al instante. Por eso, parte de tu tarea es identificar qué frases funcionan en tu territorio, con tu gente, con tu forma de hablar.

Y acá quiero que seas honesto con vos mismo: si algún mensaje de campaña no te cierra, si sentís que no tiene fuerza o no refleja lo que vivís en el barrio, llevá ese planteo. Hablalo con tu coordinador, con tu equipo. No milites mensajes vacíos. Tu credibilidad está en juego. La gente nota cuando uno está convencido de lo que dice y cuando solo está repitiendo. Y en una elección, esa diferencia se traduce en confianza o rechazo.

Por último, te recomiendo que te entrenes en el uso de estos mensajes. No esperes a estar frente al votante para pensar qué vas a decir. Practicá con compañeros, simulá situaciones reales, probá respuestas para críticas frecuentes. Hacerlo con humildad, no para “ganar” una discusión y si para mejorar tu capacidad de transmitir. Porque en campaña, una conversación bien llevada puede valer más que cien volantes.

3.3. Kit básico del militante: materiales y recursos

Cuando salís a militar, salís al territorio con todo lo que sos: tus ideas, tu compromiso, tu palabra y tu presencia, pero también necesitás herramientas concretas que te acompañen y te respalden en ese camino. No es solo llevar encima una mochila pesada llena de cosas que no vas a usar, sino tener lo justo y necesario para poder actuar, registrar, informar y sostener tu trabajo en cada barrio. Por eso hablamos de un kit básico del militante, una especie de caja de herramientas que va más allá de los materiales físicos: es una combinación de recursos tácticos y simbólicos que te fortalecen.

Empecemos por lo evidente: los materiales impresos. Aunque estamos en tiempos digitales, no podés subestimar el poder de lo tangible. Un volante bien diseñado, claro, concreto, puede quedarse en la heladera de una casa durante semanas, mientras que una historia en redes desaparece en segundos. Lo mismo con una tarjeta de contacto con tu nombre o con el nombre del equipo territorial: le da al vecino la sensación de que puede volver a comunicarse con vos, que no sos una aparición fugaz que se pierde cuando termina la campaña.

Pero no alcanza con que esos materiales existan. Tienen que ser útiles, legibles, con información concreta. No llenes un volante de frases abstractas. Tiene que haber al menos una propuesta clara y entendible, datos de contacto, alguna frase que sintetice el espíritu de campaña y, si es posible, una imagen real (no una postal de banco de imágenes). El volante tiene que parecer que viene de alguien que vive cerca, no de un estudio de marketing a 500 km.

También es clave que lleves algún medio para registrar a los votantes comprometidos. Eso puede ser una planilla impresa o un formulario digital si tenés acceso desde tu celular. Lo importante es que cada conversación significativa que tengas pueda dejar una huella: nombre, dirección, número, algún comentario. Esto no es para controlar ni invadir, es para poder volver, para dar seguimiento, para invitar a una reunión futura o para asegurarte que esa persona vote el día de la elección. Muchos votos se pierden por falta de seguimiento. No dejes que eso te pase por no haber anotado un número.

Y ahora hablemos del celular, que muchas veces es tu herramienta más poderosa. Si vas a militar con tecnología, asegurate de tener todo listo: batería cargada, imágenes en buena calidad listas para enviar por WhatsApp, videos breves que expliquen las propuestas, capturas de pantalla con los horarios o ubicaciones de reuniones o actividades. También es bueno tener un mensaje base ya redactado, que puedas copiar y pegar, personalizando solo el nombre del vecino. Te ahorra tiempo y mantiene coherencia. Por cierto, una excelente herramienta digital para militantes es CloudSuite de [PoliticFy](#), pero no vamos a entrar en ese tema ahora.

KIT BÁSICO DEL MILITANTE



No te olvides de los elementos simbólicos. Puede ser una credencial que te identifique como parte del espacio político, una remera, una chapita, un pin, una pulsera. Algo que te dé pertenencia, que te distinga y que, sobre todo, muestre con orgullo lo que representás. A veces, el solo hecho de que el vecino vea ese detalle cambia su actitud. La identidad visual no es superficial: construye presencia.

Por último, si vas a estar muchas horas en la calle, pensá en vos también. Llevá agua, una libreta, birrome, protector solar si hace calor, algo para comer si sabés que vas a estar en una jornada larga. El cuidado del militante también es parte de la organización. No podés sostener un trabajo territorial exigente si vos mismo estás agotado, mal alimentado o improvisando cada vez que salís.

Pensá tu kit como una extensión de tu estrategia y no como una mochila cargada de cosas al azar, sino como un conjunto inteligente de recursos que te ayudan a cumplir mejor tu tarea. Cada cosa que llevás debe servir para una de estas tres funciones: comunicar, registrar o fortalecer tu presencia. Si cumple alguna de esas, vale la pena llevarla. Si no, es peso muerto.

3.4. Coordinación con referentes barriales y equipos

No militás solo. Y si lo estás haciendo solo, algo está fallando. Una campaña se construye en equipo, con roles definidos, con comunicación fluida, con objetivos compartidos. Y si hay algo fundamental para que funcione bien, es tener una buena relación con los referentes del territorio.

Un referente barrial no es solo alguien con visibilidad, es quien conoce el pulso del lugar, quien puede abrirte puertas, presentarte vecinos, ayudarte a no cometer errores. Si ya existe, respetá su trabajo, consultale, integralo. Si no existe, buscá quién podría cumplir ese rol y ayudalo a consolidarse. Esa figura puede ser clave para sostener el trabajo más allá de la campaña.

Además, la coordinación interna es vital. No sirve que todos hagan lo mismo sin hablar entre sí. Es necesario que haya una estrategia común, que se repartan zonas, que se definan turnos, que se registren los avances. Eso evita superposiciones, mejora los resultados y cuida el tiempo de todos. Usen grupos de mensajería, planillas compartidas o reuniones periódicas. Lo que sea, pero que permita que cada militante sepa qué tiene que hacer y cómo se articula con los demás.

4. ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN DE VOTOS

Captar votos es el resultado de una serie de acciones planificadas y sostenidas en el tiempo, que combinan presencia territorial, manejo inteligente de la comunicación, y sobre todo, la capacidad de generar confianza. Quiero que lo veas así: cada voto que sumás es una historia que lograste cambiar o reforzar. No es un número frío, es una persona que, al final del día, tomó la decisión de apoyarte porque le diste una razón para creer.

Esto implica que la captación de votos no empieza en el último mes de campaña. Arranca mucho antes. Comienza el día en que pisás el barrio con una actitud de escucha, el día que resolvés una duda por WhatsApp, el día que entregás un volante a alguien y te quedás conversando en vez de seguir apurado. Cada una de esas interacciones va construyendo una relación, y la relación es la que se traduce en decisión de voto.

También quiero que entiendas que no todos los territorios ni todos los votantes responden igual. Lo que funciona en una zona puede no servir en otra. Lo que entusiasma a un grupo social puede dejar indiferente a otro. Por eso, más que seguir un libreto cerrado, tenés que trabajar con una caja de estrategias que puedas adaptar según la situación. A veces la clave está en una charla breve y directa, otras en una presencia constante y discreta, y en algunos casos en un gesto simbólico que despierte la atención de todo el barrio.

Por último, recordá que tu objetivo no se resume a convencer para que te voten en esta elección, sino construir un vínculo que dure más allá de la campaña. Cuando un vecino te ve como alguien confiable, que cumple lo que dice y que sigue estando presente después de los comicios, ese voto se convierte en un apoyo estable. Y para eso, hay que militar con visión de largo plazo, no solo con urgencia de resultado.



4.1. Trabajo territorial puerta a puerta

El puerta a puerta es la esencia del trabajo militante, es el momento en el que la política deja de ser un concepto abstracto y se convierte en un intercambio humano. Cada vez que golpeás una puerta, estás mostrando que te importa lo suficiente como para dar la cara, escuchar y proponer. Esa cercanía no se logra con afiches ni con redes sociales: *se construye a un metro de distancia, mirándose a los ojos*. Para hacerlo bien, no podés salir sin planificación. Tenés que saber en qué calles vas a estar, identificar las viviendas clave y organizar el recorrido para no dejar huecos. Esto te permite optimizar el tiempo y evitar que tu presencia sea percibida como improvisada.

Presentate con nombre, explicá de forma clara por qué estás ahí y cuidá tu lenguaje corporal ya que la primera impresión es la que cuenta. Si la persona está ocupada, no fuerces la charla: ofrecé volver en otro momento o dejá material. La cortesía y el respeto a los tiempos del vecino son tan importantes como lo que tengas para decir.

Y algo más: registrá la información que obtengas, por ejemplo si un vecino te dice que quiere participar de una reunión, anotá su contacto. Si alguien manifiesta una preocupación concreta, hacelo saber al equipo para darle seguimiento. El puerta a puerta no termina en la conversación: sigue en el trabajo posterior.

4.2. Conversaciones persuasivas: escuchar, conectar, proponer

La conversación persuasiva es un intercambio donde tu primera tarea es escuchar (no es un monólogo). No importa cuán sólida sea tu propuesta, si no entendés qué preocupa a la persona que tenés enfrente, no vas a poder conectar. Empezá con preguntas abiertas: “¿Cómo ves la situación del barrio?”, “¿Qué creés que se podría mejorar?”. Esas preguntas generan apertura y muestran interés genuino.

Una vez que escuchaste, buscá el punto de conexión, ejemplo, puede ser un problema que vos también viviste, una historia común o un valor que compartan. Ese momento en que el vecino siente que lo entendés es clave para que te preste atención cuando empieces a hablar de tu propuesta.

Cuando propongas, adaptá tu lenguaje a la persona. No es lo mismo hablar con un jubilado que con un joven que vota por primera vez. Evitá tecnicismos si no son necesarios, pero tampoco caigas en frases vacías. Las propuestas deben sentirse posibles y cercanas.

La persuasión también implica saber manejar objeciones. Si alguien te dice que no confía en la política, no lo contradigas de inmediato. Reconoce su punto, explicá qué se está haciendo distinto y contá ejemplos concretos. Eso demuestra que no estás ahí para “ganar” una discusión, sino para construir confianza.

Por último, no olvides que una buena conversación persuasiva deja una puerta abierta, aunque el voto no esté asegurado. Un vecino que hoy no se compromete puede hacerlo en unas semanas si siente que fuiste honesto y constante.

4.3. Campañas relámpago en plazas, ferias y eventos

Las campañas relámpago son acciones intensas, de alto impacto en poco tiempo, funcionan muy bien para visibilizar tu espacio y generar interacción directa con mucha gente en un solo lugar. Plazas, ferias, eventos deportivos o culturales son escenarios ideales para este tipo de acciones.

La clave es que sean visualmente atractivas y que el equipo esté preparado para interactuar, no solo para repartir material. Usá mesas limpias, banners claros y un mensaje central fácil de entender. Aprovechá para sumar contactos, detectar referentes barriales y escuchar lo que la gente quiere decir.

Y no te olvides de registrar la acción. Fotos, videos y testimonios sirven para redes sociales y también para mostrar dentro del equipo los avances y el alcance real de la militancia en territorio.



4.4. Uso efectivo de redes sociales y mensajería instantánea

Las redes y la mensajería no reemplazan el trabajo territorial, pero son un aliado enorme para reforzar lo que hacés en la calle. Te permiten mantener el contacto, difundir actividades y llegar a quienes no podés ver cara a cara.

Antes de subir algo, preguntate: “¿Este contenido informa, invita o inspira?”. Si la respuesta es no, probablemente no valga la pena. El votante percibe la diferencia entre un mensaje útil y uno improvisado, y subir sin estrategia es un error muy común. Evítalo.

En redes sociales, lo auténtico gana, por ejemplo mostrá fotos reales de actividades, testimonios de vecinos, videos cortos explicando propuestas y mensajes en primera persona. Evitá el exceso de diseño artificial que aleja en lugar de acercar.

En mensajería instantánea, un mensaje genérico enviado en cadena tiene menos impacto que uno breve, directo y con el nombre de la persona. Y no caigas en la tentación de saturar: más de dos mensajes no solicitados por semana puede generar rechazo. Hacé lo opuesto, y que tus mensajes sean genuinos.

No es lo mismo un grupo de voluntarios que un grupo de vecinos interesados en un proyecto específico, hay que segmentar (separar por grupos o categorías). Adaptá el contenido y el tono según la audiencia. Combiná lo digital con lo territorial. Un contacto hecho en persona puede reforzarse con un recordatorio por WhatsApp, y una publicación en redes puede invitar a una acción presencial, ya que el éxito está en el equilibrio entre ambos mundos.

4.5. Acciones simbólicas y de visibilidad en el territorio

Las acciones simbólicas dejan huella porque apelan a lo visual y lo emocional al mismo tiempo, pueden ser banderas, murales, caravanas, actos comunitarios o gestos que transmitan identidad y compromiso. Para que tengan impacto, deben ser claras y coherentes con los valores del espacio político. No se trata solo de “marcar presencia”, hay que transmitir un mensaje que la gente recuerde y asocie con tu propuesta. Una acción simbólica bien pensada refuerza la moral de la militancia y despierta curiosidad en los vecinos.



5. COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA MILITANTES

Para militar no basta con caminar por un barrio o entregar material: Hay que saber comunicar. Y no me refiero únicamente a repetir propuestas, sino a transmitir una visión, un propósito y un compromiso que la gente pueda *sentir como propio*. La comunicación es la herramienta que une lo que el espacio político quiere lograr con lo que el vecino necesita escuchar para confiar. La manera en que hablás, la actitud que mostrás y hasta el tono de tu voz son parte de tu mensaje. Muchas veces, un votante no recuerda palabra por palabra lo que le dijiste, pero sí la sensación que le dejaste. Por eso, tu forma de comunicar es tan importante como el contenido mismo. La comunicación política efectiva no busca “ganar” cada conversación, sino construir vínculos duraderos. Un militante que sabe comunicar no se limita a contestar preguntas: hace que la gente quiera seguir hablando con él, aunque no estén de acuerdo en todo. Y eso, a la larga, es lo que abre puertas para sumar votos y apoyos.

5.1. Cómo transmitir el mensaje sin entrar en discusiones estériles

En la militancia vas a encontrarte con personas que intenten provocarte, que busquen llevarte a un terreno de discusión sin salida. Si caés en ese juego, perdés tiempo, energía y credibilidad. La clave está en saber cuándo retirarte y cuándo vale la pena seguir.

Cuando el objetivo es transmitir tu mensaje, mantené el foco, escuchá con respeto, respondé de forma clara y breve, y evitá desviarte hacia debates que no llevan a nada. Si la otra persona insiste en discutir un tema que no es parte central de la campaña, podés reconocer su punto y volver a lo que realmente querés transmitir.

No confundas evitar una discusión con ceder, podés responder con firmeza sin levantar la voz y sin entrar en provocaciones. La serenidad transmite seguridad, y el votante percibe que tu compromiso no depende de la emoción del momento.

En algunos casos, lo más inteligente es cerrar la conversación con un gesto amable, agradeciendo el tiempo y dejando la puerta abierta para volver a hablar en otro contexto. No es cuestión de “ganar” ahí mismo, sino de mantener tu imagen intacta para una futura oportunidad.

5.2. Manejo de fake news y ataques opositores

En campaña, las noticias falsas y los ataques son inevitables y si no sabés manejarlos, pueden desgastar tu credibilidad y la del espacio político, por eso, lo primero es verificar la información antes de responder. Nunca reacciones con lo primero que te llega: confirmá con tus coordinadores o fuentes oficiales.

Cuando respondas, hazlo con datos claros y lenguaje sencillo, no uses tecnicismos innecesarios que confundan más. Y si la mentira es muy difundida, reforzá la respuesta con ejemplos o pruebas visibles que la gente pueda verificar por sí misma. No te enganches en una batalla interminable con quien lanza la mentira, en lugar de eso, concentrá tus energías en informar a quienes están abiertos a escuchar. Tu tiempo vale más en convencer indecisos que en tratar de ganar discusiones con opositores cerrados.



5.3. Contar historias que generen empatía

Los datos son importantes, pero las historias conectan de una forma que las cifras solas no logran, por ejemplo cuando contás una historia, la persona que te escucha se involucra emocionalmente. Puede ser la historia de un vecino que se benefició con una política pública, de un barrio que cambió gracias a un proyecto, o incluso tu propia experiencia.

Para que una historia funcione, tiene que ser auténtica y breve, no hace falta adornarla demasiado: lo que la hace poderosa es que sea real, y cuando sea posible, contala en primera persona o en voz de quien la vivió, eso genera cercanía inmediata.

No uses historias inventadas, si la gente descubre que exageraste o mentiste, *la confianza se rompe de manera irreversible*, ya que la coherencia entre lo que contás y lo que es cierto es parte de tu reputación como militante. Atenti!

Una madre que lucha por la educación de sus hijos se va a sentir más conectada con un relato sobre mejoras escolares que con uno sobre infraestructura vial. Acompañá las historias con imágenes (si podés). Una foto del lugar o la persona de la que hablás refuerza el impacto y ayuda a que se recuerde mejor.

Cuando lográs que alguien se vea reflejado en una historia, das un paso enorme hacia la empatía y la confianza. Y eso, en el terreno político, es un puente directo hacia el voto.

5.4. Uso de videos, fotos y testimonios reales

Una imagen clara, un video breve y bien hecho o un testimonio en primera persona pueden transmitir más que un discurso de varios minutos, ya que el contenido visual es una de las herramientas más potentes que existe para comunicar.

Para que funcionen, estos materiales deben ser reales, nada de imágenes genéricas que no representen al barrio o a la comunidad. Mostrá caras conocidas, lugares reconocibles, situaciones que la gente pueda identificar como propias.

Los testimonios son especialmente valiosos porque la voz de un vecino puede tener más peso que la de cualquier político. Si alguien cuenta con sus propias palabras cómo una propuesta o una gestión le cambió algo concreto, ese mensaje llega con fuerza y credibilidad.

Usá estos recursos de forma planificada, no se trata de publicar todo junto, sino de dosificar para que cada contenido tenga su momento y su alcance. El impacto está en la calidad y la autenticidad, no en la cantidad.



6. MOVILIZACIÓN Y RETENCIÓN DEL VOTO

Quiero que pienses la movilización como una coreografía precisa que empieza semanas antes del comicio y culmina cuando el último vecino deposita su boleta. No hablo solo de correr el “día D” y esperar que la marea los favorezca. Hablo de construir, paso a paso, el compromiso de votar y de sostenerlo frente a cualquier obstáculo: el mal clima, el cansancio, la desinformación, los imprevistos familiares o laborales. La retención del voto, a su vez, no es un trámite posterior; es una consecuencia natural de cómo trataste a ese vecino desde el primer contacto hasta el cierre de urna: si lo hiciste sentirse parte, si lo ayudaste a planificar su día, si le diste motivos y facilidades, ese voto llega y se queda.

Cuando digo de movilizar, te pido que distingas tres momentos. Primero, la preparación silenciosa: identificar a quién movilizar, por qué canal y con qué mensaje. Luego, la activación gradual: pequeños recordatorios, invitaciones a actividades, promesas de acompañamiento, acuerdos de horario para ir a votar. Por último, la ejecución quirúrgica el mismo día: mensajes a las horas clave, transporte organizado, resolución de contingencias, chequeo de que cada compromiso se cumpla. Nada de esto ocurre por accidente; se organiza.

También quiero que tengas clara una idea: movilizar no es presionar, es despejar el camino para que esa persona pueda ejercer su decisión. El respeto es la clave, si perciben apuro o ansiedad desmedida, se rompe la confianza que costó tanto construir. La mejor movilización es la que hace sentir al votante acompañado, no perseguido.

Hay otro punto que no podemos perder: la memoria del vínculo. Si con ese vecino hablaste en mayo, lo ayudaste con un trámite en julio y lo invitaste a una charla en septiembre, el mensaje de octubre no llega solo: llega con toda esa historia detrás. Esa historia vale votos.

6.1. Identificación de votantes seguros, dudosos y opositores

Para movilizarte con inteligencia, necesito que clasifiques con honestidad. Un esquema simple funciona muy bien: seguro, dudoso, opositor. Al “seguro” no lo des por ganado: confirmá disposición, horario probable y obstáculos previsibles (trabajo, cuidado de hijos, distancia). Al “dudoso” trátalo con paciencia y contenido: su problema no es solo la logística, es el sentido; necesita un motivo cercano y una experiencia positiva contigo. Al “opositor” dividilo mentalmente en “duro” y “blando”: con el primero no quemes tiempo de movilización; con el segundo medí oportunidades de neutralizar hostilidad o, al menos, bajar tensión en la cuadra.

No trabajes con intuiciones sueltas, apoyate en registros de conversaciones previas, listas de contactos, notas breves en tu planilla: “prefiere votar temprano”, “necesita transporte”, “pide info sobre alquileres”, “no atiende llamadas, responde WhatsApp”. Esa información ordena tu jornada y te ahorra llamadas inútiles.

Te propongo usar un código visual simple para tu cuaderno o planilla: verde (seguro), amarillo (dudoso), rojo (opositor), con un asterisco si requiere ayuda logística. No es sofisticación, es disciplina. En el fragor de la campaña, lo simple es lo que se cumple.

Cerrá cada visita o llamada con un microacuerdo: “¿Te viene bien ir a votar entre las 10 y las 12? Te escribo a las 9:30 para recordártelo”. Ese pequeño compromiso convierte una simpatía difusa en una acción concreta.

6.2. Estrategias para reforzar el compromiso del votante

A la persona que ya te dijo “sí, voy”, ayúdala a sostener ese “sí” en el tiempo. La herramienta más poderosa que conozco es la **planificación del voto**: lugar exacto de la mesa, cómo llega, con quién va, en qué franja horaria, qué hará con sus hijos o con su turno de trabajo. Cuando el plan existe, la probabilidad de que se caiga disminuye.

Ahora bien, aunque la planificación del voto sea tan valiosa, como militante debés entender que hay aspectos de la decisión y del acto electoral que pertenecen únicamente al votante. Respetar su privacidad es fundamental: no presiones para saber a quién va a votar, no insistas en detalles que no quiera compartir y evita generar la sensación de control o vigilancia. *La confianza se construye con acompañamiento*, no con invasión, y cuando esa línea se cruza, se pierde la legitimidad de tu trabajo.

Usá recordatorios con propósito. ¡Nada de spam! Un mensaje amable 72 horas antes con la ubicación del establecimiento y la mesa; otro 24 horas antes con un “nos vemos mañana, cualquier cosa te ayudo”; y uno el mismo día, en la franja que acordaron, para convertir intención en acción. Si percibís cansancio o dudas, volvé a la razón personal que esa persona te dijo en su momento: “lo haces por tus viejos”, “por la escuela del nene”, “por tu laburo”. Lo personal sostiene lo político.



Practicá la movilización relacional: pedile a tus votantes seguros que inviten a dos personas de su círculo cercano. No es una cadena infinita; es una red pequeña y confiable que cuando el empujón viene de alguien querido, la tasa de respuesta sube.

Reducí fricciones logísticas con gestos concretos: compartir horarios de menos congestión, sugerir caminar por sombra si hace calor, coordinar transporte vecinal, ofrecer compañía para personas mayores.

No olvides la contención emocional. A veces aparece el enojo de último momento (“no cambió nada”, “todos mienten”). No minimices, escuchá, reconocé el sentimiento y volvé a la propuesta que más sentido le hacía a esa persona. Evitá la discusión; buscá el anclaje que acordaron semanas atrás.

Finalmente, hacé seguimiento post-voto en el mismo día con un mensaje de agradecimiento. Quien se siente reconocido consolida la lealtad y se convierte, con el tiempo, en promotor espontáneo.

6.3. Organización de actividades previas al cierre de campaña

En los últimos días antes de la elección, cada movimiento debe tener un objetivo claro: asegurar que quienes ya están convencidos efectivamente vayan a votar y cerrar con fuerza a los indecisos. A esto, en el trabajo electoral internacional, se lo conoce como GOTV (Get Out The Vote), que significa literalmente “Sacar el voto”. En términos simples, es una estrategia que concentra todos los recursos de la campaña para convertir la intención de voto en voto real. No se trata de buscar nuevos electores en el último minuto, sino de movilizar de manera efectiva a quienes ya han mostrado apoyo o inclinación positiva. El mismo se construye antes de la jornada electoral y para hacerlo bien, te sugiero organizar actividades pequeñas, precisas y focalizadas en los días previos: recorridas casa por casa en manzanas estratégicas, visitas de cortesía a vecinos comprometidos, mateadas de baja formalidad para reforzar el sentido de comunidad y charlas rápidas en esquinas de alto tránsito. La clave está en la magnitud del acto y en la calidad del contacto. Es mejor tener diez interacciones profundas que repartir cien volantes sin lograr un compromiso concreto.

Un buen ejercicio es realizar un simulacro de GOTV dos o tres días antes de la elección. Ahí podés probar el sistema de llamadas, verificar que cada responsable tenga su lista actualizada, ensayar rutas de transporte y confirmar horarios de contacto. El simulacro sirve para detectar fallas a tiempo: un teléfono equivocado, un chofer que no puede cumplir su turno, un voluntario que no conoce bien su zona. Corregir estos detalles antes del día D es lo que marca la diferencia entre una movilización ordenada y un caos improvisado. Cuando llega la elección, el GOTV debe fluir como un engranaje ya probado, no como algo que se arma sobre la marcha.

6.4. Preparación logística para el día de la elección

El día D se gana con un tablero simple y roles claros, para ello definí un punto de coordinación (virtual y físico), establecí cuatro franjas de control de participación (mañana temprana, media mañana, siesta, tarde) y asigné responsables por radio de cuadras. Cada responsable sabe a quién llama, a quién pasa a buscar y a quién reporta. Menos es más: pocas órdenes, muy claras.

Prepará un kit operativo por equipo: teléfonos cargados y respaldo de batería, mapas impresos de circuitos y escuelas, listados de contactos priorizados, horarios acordados, direcciones de reunión, agua y snacks. Parece obvio, pero el hambre y el cansancio desordenan más que cualquier acto opositor.

Diseñá un plan de transporte realista: autos identificados, motos o bicis para recados breves, conductores asignados por tramo horario, prioridad para adultos mayores y personas con movilidad reducida, y un canal rápido para emergencias. Si llueve, ajustá rutas; si hay corte, mové el punto de encuentro. La flexibilidad salva votos.

Cuidá el cumplimiento de normas en el entorno de cada escuela: distancia permitida, trato respetuoso con autoridades y fuerzas de seguridad, cero hostigamiento. La mejor militancia en puerta es la que orienta, informa y contiene sin invadir. Los fiscalizadores tienen su protocolo; tu tarea es facilitar la llegada del votante y sostener el ánimo del equipo.

Cerrá la jornada con un cómputo de movilización: cuántas personas comprometidas efectivamente votaron, dónde se trabó el flujo, qué medidas funcionaron mejor. Ese aprendizaje inmediato nutre la evaluación de la noche y te da ventaja para la próxima elección. La movilización no termina cuando cierran las urnas; termina cuando aprendiste cómo la hiciste posible.



7. EL DÍA DE LA ELECCIÓN

Quiero que pienses este día como una operación cuidadosamente ensayada que por fin se ejecuta. Lo que hiciste durante semanas, escuchar, anotar, planificar, confirmar horarios, organizar transporte, hoy se convierte en movimiento. No hay lugar para la improvisación heroica; hay lugar para la calma disciplinada. Tu principal tarea es transformar compromisos en presencia en la mesa, sin agobiar a nadie y respetando la vida privada de cada vecino.

Desde temprano, necesitás dos cosas: un centro de coordinación claro (presencial o virtual) y un tablero simple con la lista priorizada de personas a movilizar por franja horaria. La complejidad mata la efectividad. Si el tablero requiere explicación, no sirve. Colores, estados, hora acordada, responsable asignado, observaciones logísticas: con eso alcanza para que cualquier compañero pueda reemplazarte si te llaman a atender un imprevisto.

Te pido que cuides la temperatura emocional del equipo, la ansiedad se contagia, la serenidad, también. Un mate compartido, una indicación breve, un “gracias” a tiempo mantienen el foco y evitan microconflictos innecesarios. Cuando tu tono es firme y respetuoso, el vecino lo percibe y confía. Cuando es apurado o invasivo, se cierran puertas. Nunca olvides la privacidad del votante, estás para facilitar, no para vigilar, no preguntes por preferencias ni pidas confirmaciones que incomoden. Si la persona no quiere compartir su horario, ofrecé ayuda genérica y quedate disponible.

Y hacia el cierre, recordá que el trabajo no termina cuando cae el sol. Quedan llamadas de agradecimiento, una devolución breve al equipo sobre lo que funcionó, y un apunte de aprendizajes inmediatos. Todo sirve para la próxima elección, todo se anota mientras está fresco.



7.1. Plan de movilización de votantes

Arranca siempre con un mapa horario dividido en cuatro tramos:

Apertura-media mañana	Media mañana-mediodía	Siesta-media tarde	Última hora
-----------------------	-----------------------	--------------------	-------------

En cada tramo, un responsable de zona y un listado priorizado con teléfonos, direcciones y observaciones. Quien lidera cada tramo sabe a quién llamar, a quién pasar a buscar y qué obstáculo eliminar primero. Si algo cambia, lo anota en caliente para que el siguiente tramo lo herede sin perder tiempo. Trabaja con micro acuerdos previos: “te escribo a las 9:30 y si estás libre te acompaño”. Esos acuerdos se cumplen. Un recordatorio amable por WhatsApp, una llamada corta si no responde, y si la persona solicita compañía, activa a quien está más cerca. *Nada de mensajes en cadena que saturan*. Menos ruido, más precisión.

El transporte se define por necesidad, no por capricho: adultos mayores, personas con movilidad reducida, familias sin vehículo. El resto, orientación sencilla: “esta es la entrada menos congestionada, estos horarios suelen ser más rápidos”. Reducir fricciones ayuda más que prometer milagros.

Cada interacción termina con una nota breve: “votó”, “sale 14:30”, “pide ayuda con niños”. Ese rastro convierte el caos potencial en un flujo previsible. Y sí, cuido la privacidad: registro logística y estado de asistencia, *jamás opinión política*.

7.2. Coordinación con fiscales y autoridades de mesa

Tu vínculo con fiscales generales y de mesa debe ser respetuoso y funcional. Ellos cuidan la integridad del acto y la disponibilidad de boletas; vos facilitás que el vecino llegue tranquilo, conozca su mesa y resuelva dudas básicas fuera del establecimiento. Dos roles distintos que se complementan. Si un votante te consulta sobre un procedimiento, lo orientás hasta el límite permitido y derivás a la autoridad cuando corresponde. *Educación cívica, no presión*.

Acuerden canales de comunicación breves: un grupo específico para reposición de boletas, otro para incidencias formales y un contacto directo por zona. Si hay reporte de faltante, lo pasa al fiscal; vos evitás aglomeraciones en la puerta, mantenés el orden y pedís a tu equipo que no discuta con nadie. Las incidencias se documentan y se elevan por la vía institucional. La cordialidad con autoridades de mesa y fuerzas de seguridad es innegociable. Distancia reglamentaria, lenguaje cuidado, *cero provocaciones*. Tu presencia ayuda cuando descomprime, estorba cuando intenta reemplazar funciones que no te corresponden.

7.3. Solución rápida de imprevistos

Antes de empezar, tenés una matriz de contingencias con responsables: clima adverso, corte de luz, fallas de transporte, boletas mal ubicadas, filas extensas, vecinos que requieren asistencia puntual. Cada contingencia tiene un “primer respondedor” y un “segundo al mando”. Cuando estalla un problema, nadie pregunta “¿y ahora qué hacemos?”; ya estaba escrito.

Si llueve fuerte, mueves puntos de encuentro bajo techo y priorizas franjas de menor afluencia. Si hace calor intenso, indicas agua, sombra y descansos cortos para el equipo y para quienes acompañas. Nada de heroísmos que enferman. La salud de la militancia es condición de eficacia.

Cuando se cae un transporte, activas plan B de inmediato: vehículo alternativo, moto o caminata asistida si la distancia lo permite. La decisión se toma en minutos y se informa al tablero para que no aparezcan dos soluciones sobre el mismo caso.

Si surge una tensión en la puerta, discusión entre simpatizantes, rumor malintencionado, provocación, aplicas la regla de oro: bajar el tono, separar a los propios, registrar la incidencia y, si corresponde, informar al fiscal general. No estas para escalar conflictos; estas para que la gente vote en paz.

Y si un vecino expresa incomodidad por privacidad, das un paso atrás. Agradece el tiempo, deja el canal abierto y retira la solicitud de horario. Es mejor perder un seguimiento que romper una confianza. La legitimidad del proceso vale más que cualquier cifra de planilla.

7.4. Control y registro de asistencia al voto

Usa un tablero de semáforo: verde (ya votó), amarillo (compromiso con horario), gris (no ubicado aún). Cada actualización tiene hora y responsable. *Nada de datos sensibles*; solo estado de asistencia y notas logísticas. Al final de cada franja, un corte rápido para ver dónde concentrar el próximo empuje.

Cierra la jornada con un resumen operativo: cuántos compromisos se cumplieron por tramo, dónde se trabó el flujo, qué mensajes funcionaron mejor, qué logística falló. Ese aprendizaje no es burocracia, es memoria estratégica. Mañana, cuando todo vuelva a empezar, vas a agradecer haberlo escrito hoy.

8. DESPUÉS DE LA ELECCIÓN

El día después no es un epílogo; es un punto de partida, vos estás para cerrar el ciclo con dignidad y abrir otro con más inteligencia. La forma en que actuás ahora define si el vínculo que construiste se transforma en comunidad política o se desvanece. Agradecé, registrá, aprendé y volvé a salir al territorio con la cabeza fría.

Manejá las emociones colectivas con equilibrio, si hubo victoria, celebrá con humildad, acercate a quienes no votaron igual y cuidá el gesto público: el barrio mira cómo ganás. Si tocó perder, sostené la frente alta, llamá a quienes confiaron en vos, explicá que el trabajo continúa y marcá próximos pasos concretos. La coherencia poscomicios vale más que mil afiches.

Dejá asentado todo lo que aprendiste mientras todavía está fresco: qué funcionó en la movilización, qué zonas respondieron mejor, qué mensajes abrieron puertas, qué fricciones logísticas frenaron gente. Escríbilo, compartilo y convertí ese aprendizaje en método. *La memoria militante se construye con disciplina.*

Por último, pensá el “después” como una inversión en confianza. Si el vecino ve que seguís presente cuando ya no hay cámaras ni boletas, entiende que lo tuyo no era “humo”. Volvé, escuchá, proponé pequeñas mejoras barriales y hacé que el territorio te reconozca como un actor constante.

8.1. Agradecimiento y fidelización de votantes

Agradecé rápido y con nombre propio. Dentro de las primeras 48-72 horas, enviá un mensaje breve por WhatsApp, llamá a referentes de cuadra y pasá por las casas donde hubo un esfuerzo extra (personas mayores, familias que coordinaron horarios, vecinos que invitaron a otros). Evitá textos genéricos: recordá el momento compartido y cerrá con una puerta abierta (“cuando organicemos la reunión del barrio, te escribo”).

Convertí el agradecimiento en el comienzo de la relación. Invitá a sumarse a un grupo vecinal, a una lista de difusión segmentada o a una actividad de bajo compromiso (mateada, limpieza de plaza, taller breve). Proponé un “primer peldaño” fácil de subir: completar una microencuesta, compartir una foto del día de la elección o acercar una idea de mejora para la zona. La fidelización nace cuando el vecino siente que su voz tiene lugar.

Cuidá la privacidad y la reputación del vínculo. No preguntes por preferencias dentro del cuarto oscuro, no publiques testimonios sin consentimiento, no insistas con cadenas de mensajes. Un agradecimiento respetuoso eleva tu credibilidad y prepara el terreno para que ese votante se transforme en promotor espontáneo más adelante.

8.2. Evaluación interna de la campaña

Hacé un análisis ágil en 24-72 horas con el equipo de territorio. Ordená la conversación con tres preguntas guía: ¿qué debemos repetir porque funcionó?, ¿qué hay que ajustar?, ¿qué dejamos de hacer? Grabá acuerdos simples y asigná responsables de mejora. La evaluación que no reparte tareas se convierte en catarsis y se pierde.

Trabajá con datos y con relatos. Cruzá planillas de GOTV, tasas de respuesta por franja horaria, asistencia efectiva de “votantes comprometidos”, zonas calientes y frías. Sumá el insumo cualitativo de las conversaciones: objeciones frecuentes, frases que abrieron puertas, historias que conectaron. El número sin contexto engaña, el relato sin número se diluye; combiná ambos.

Construí un mapa de eficacia por tácticas. Medí puerta a puerta focalizado, campañas relámpago, grupos de difusión, llamados de última hora, acompañamiento logístico. Identificá cuellos de botella (transporte, lluvia, filas) y definí protocolos de contingencia mejorados. Lo que se documenta, se escala.

Cerrá el capítulo humano, reconocé en público a quienes sostuvieron el barrio cuando se complicó: choferes, compañeras que contuvieron, fiscales que avisaron a tiempo. Un gesto de gratitud interno evita desgaste invisible y consolida equipos para la próxima.

Convertí la evaluación en un plan de entrenamiento, definí dos o tres módulos para el mes siguiente: conversación persuasiva, segmentación realista, logística día D. Sumá nuevos militantes con un itinerario claro para que no se pierdan en la inercia poscomicios.



8.3. Mantener la militancia activa para futuras elecciones

Sostené el pulso del territorio con una cadencia baja y constante. Programá un calendario trimestral con acciones simples: encuentro vecinal breve, relevamiento de problemas puntuales, taller de habilidades, jornada de mejora en un espacio público, presencia en ferias. No busques épica cada semana; buscá continuidad visible, sumá canales digitales ordenados (grupos por barrio, listas de difusión temáticas) para mantener la conversación sin saturar.

Construí una escalera de participación para que cada vecino encuentre su lugar: observador ocasional, colaborador en una actividad, referente de cuadra, formador. Acompañá con microtarefas claras, materiales listos para usar y seguimiento amable. Cuando el barrio te reconoce como una red que cuida, la rueda vuelve a girar mucho antes de que empiece la próxima campaña.

Checklist Operativo Poscomicios

A. Cierre inmediato (48-72 h)

- Enviar mensajes de agradecimiento personalizados
- Llamar a referentes barriales
- Publicar agradecimiento en redes
- Registrar asistencia final
- Guardar y archivar planillas

B. Evaluación interna

- Reunir equipo territorial
- Analizar datos de asistencia y GOTV
- Recoger testimonios y observaciones
- Identificar acciones a repetir o ajustar
- Reconocer públicamente a militantes

C. Comunicación con votantes

- Responder mensajes pendientes
- Invitar a actividades comunitarias
- Actualizar base de contactos
- Cuidar privacidad de datos

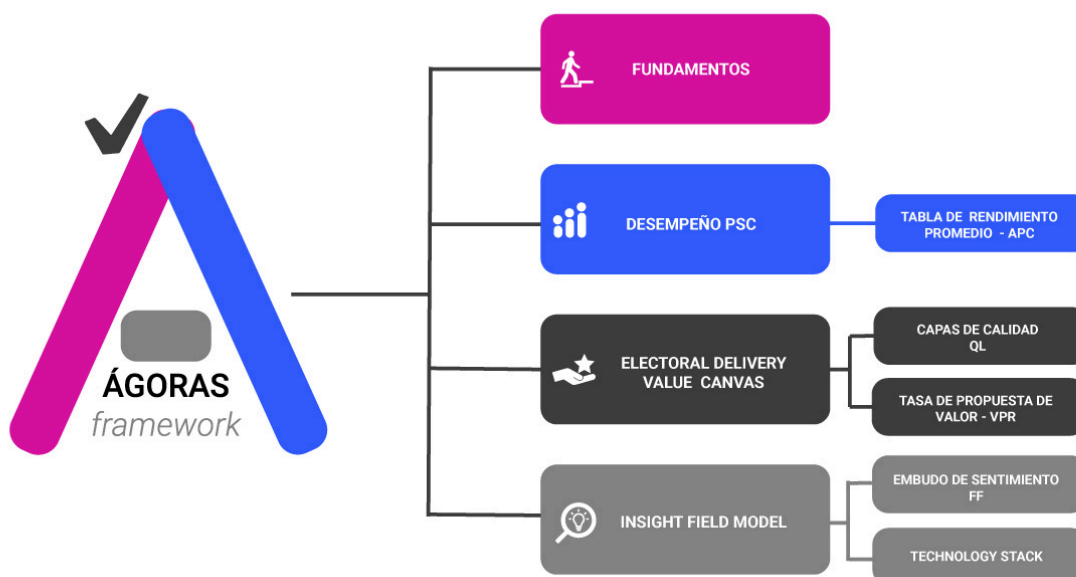
D. Preparación mediano plazo

- Reunión mensual hasta próximo ciclo
- Definir calendario comunitario
- Crear balance de campaña
- Detectar nuevos referentes

9. ÁGORAS FRAMEWORK PARA MILITANTE (BONUS)

Y como regalo extra, caso desees complementar a lo aprendido con un paquete de herramientas más avanzadas, te traigo “Ágoras Framework”, el mismo un sistema de trabajo pensado para profesionales que gestionan campañas políticas, pero no es exclusivo para especialistas. Si vos entendés su lógica, podés convertirte en un militante mucho más estratégico, con una capacidad de acción más afinada y con una lectura del territorio más inteligente.

Su corazón es el Isos Mindset, una filosofía que parte de un equilibrio entre el yo, el equipo y la comunidad. No se trata de militar como un esfuerzo aislado, sino de ser parte de un sistema coordinado que aprende y mejora todo el tiempo. En Ágoras, cada acción es un nodo dentro de una red: nada se pierde, todo se conecta y se retroalimenta. Cuando aplicás Ágoras a la militancia, no solamente entendés tu tarea de como “salir a repartir volantes” o “acompañar votantes”, sino como parte de un engranaje mayor que analiza información, detecta oportunidades y genera valor real para el vecino y para el proyecto político. Esto te obliga a pensar cada movimiento con propósito: ¿qué impacto va a tener?, ¿qué información voy a recuperar?, ¿cómo voy a usarla para mejorar la próxima vez?



Documentación adicional en <https://agorasframework.org/es/index.html>

9.1. Los pilares de Ágoras para tu trabajo en territorio

1. Fundamentos claros y conciencia situacional

El primer paso es entender en qué punto estás parado. El militante que se mueve sin tener un mapa mental del contexto puede gastar energía en zonas de bajo impacto o dejar de lado lugares clave. Ágoras te impulsa a conocer el terreno, el estado de ánimo del electorado y el rol que vos cumplís dentro del plan mayor. Es equilibrio entre acción y reflexión: sabés qué hacés, por qué lo hacés y cómo encaja en la campaña.

2. Canvas EDV (Entrega de Valor)

Es una herramienta visual que te ayuda a organizar ideas. Te hace responder preguntas básicas pero poderosas: ¿qué le entregás al vecino?, ¿qué problema le resolvés?, ¿qué lo motiva a escucharte? Si lo adaptás a tu barrio, podés dibujar un cuadro donde a un lado pongas lo que vos ofrecés (información, propuestas, ayuda concreta) y al otro lado lo que el vecino espera o necesita. Esto te obliga a alinear tu mensaje con su realidad.

3. Insight Field Model (IFM)

Este modelo es como una brújula para la observación política. Consiste en ir al territorio, registrar lo que ves y escuchás, y transformarlo en datos útiles. Con IFM aprendés a detectar patrones: qué temas se repiten en las charlas, en qué lugares se concentra el apoyo, dónde aparecen resistencias, qué barrios tienen más indecisos. No es solo mirar: es interpretar con método.

4. Feeling Funnel dentro del IFM

Este embudo emocional describe el recorrido que hace una persona desde que no te conoce hasta que se compromete con tu causa. Las etapas pueden ir desde “indiferente” a “curioso”, de ahí a “interesado”, luego “convencido” y finalmente “activo”. Si entendés en qué etapa está cada vecino, sabés qué tipo de contacto aplicar: a un curioso no le vas a dar un discurso técnico, y a un convencido no lo dejás sin una tarea concreta para ayudar.

5. Tech Stack

Es el conjunto de herramientas que usás para hacer tu trabajo más efectivo. No tiene que ser algo caro o complicado: puede ir desde un cuaderno bien organizado y un grupo de WhatsApp, hasta una planilla online o un sistema de registro. Lo importante es que sea confiable, que te permita guardar y encontrar rápido la información, y que facilite la coordinación con el resto del equipo.

9.2. Cómo aplicar Ágoras a tu militancia diaria

Imaginá que tenés una semana de recorrida en dos barrios. Con el Canvas EDV podés planificar qué mensajes llevar a cada uno, porque tal vez en un barrio la preocupación es la seguridad y en otro es el transporte. No se trata de cambiar tu propuesta de fondo, sino de adaptarla al idioma y a la prioridad que tiene ese lugar.

En cada salida, activás el IFM: escuchás lo que dicen, anotás frases clave, prestás atención a reacciones. Esto no se guarda en la cabeza, se registra. Anotás cosas como “en la cuadra X hay un vecino que coordina actividades barriales”, o “en la esquina Y la gente se queja de la frecuencia del colectivo”. Esa información después alimenta la estrategia de toda la campaña.

Con el Feeling Funnel, vas evaluando a las personas con las que hablás: ¿están recién conociendo la propuesta?, ¿ya están convencidas?, ¿quieren ayudar? Así decidís si la próxima vez les llevás un volante, los invitás a una reunión o les pedís que sumen a otro vecino. Es una forma de no tratar a todos igual, sino de ajustar tu energía para que rinda más.

Tu Tech Stack es tu caja de herramientas. Puede ser un cuaderno con un mapa impreso y nombres escritos, o puede ser un grupo de coordinación donde se actualizan datos en tiempo real. Lo que importa es que lo uses de forma consistente. Si un día registrás todo y al otro día nada, el sistema no funciona.

9.3. Por qué Ágoras potencia tu rol como militante

Cuando trabajás con esta metodología, tu aporte deja de ser aislado y pasa a formar parte de una inteligencia colectiva. No sos un repartidor de volantes, sos un generador de datos, un conector de personas y un constructor de confianza. Además, el uso de estos modelos te ayuda a evitar errores repetidos, a detectar oportunidades más rápido y a mejorar el impacto de cada salida al territorio.

El militante que aplica Ágoras entiende que la campaña no se gana solo con grandes actos o discursos, sino con cientos de interacciones pequeñas y bien pensadas. Cada visita, cada mensaje, cada dato registrado es una inversión en el resultado final.

Recomendación final: si querés llevar tus conocimientos a un nivel más avanzado, explorá la [documentación completa de Ágoras Framework](#). Ahí vas a encontrar guías, ejemplos y plantillas listas para usar que te van a permitir trabajar con la misma precisión que un estrategia de campaña.

10. PALABRAS FINALES: AHORA ES TU MOMENTO

¡Llegaste al final de esta guía! Y acá, entre estas últimas líneas, quiero que entiendas algo: este no es el cierre de un texto, es el inicio de tu verdadero trabajo. Todo lo que aprendiste en estas páginas no es teoría para guardarla, es un conjunto de herramientas vivas que cobran sentido cuando las llevás a la calle, cuando las ponés en práctica con la gente, cuando dejás que se conviertan en parte de tu forma de militar.

Vos no sos un espectador, en política, el militante es el puente entre las ideas y las personas, entre el proyecto y la vida cotidiana de los vecinos. Sin tu esfuerzo, la campaña se queda sin músculo, sin alma. Por eso, cada paso que des, cada puerta que golpees, cada conversación que sostengas, puede ser la diferencia entre ganar y perder. Y aunque a veces la magnitud de la tarea parezca enorme, recordá que las victorias se construyen con cientos de pequeñas acciones constantes.

Pensá en la persona que conociste en una recorrida y que te dijo “no me interesa la política”... y después, gracias a tu insistencia, tu respeto y tu capacidad de escuchar, terminó convencida de que votar sí importa. Pensá en el vecino que dudaba y que con tus palabras decidió sumarse como fiscal o ayudar con la logística. Ese es el poder que tenés en tus manos: transformar la apatía en compromiso, la desconfianza en participación.

No te voy a mentir: militar no es cómodo, vas a encontrarte con puertas cerradas, con críticas, con indiferencia y a veces con enojo. Vas a caminar bajo el sol o la lluvia, a dedicar horas que podrías usar en otra cosa. Pero ahí está el sentido: la militancia es, por naturaleza, un acto de entrega y convicción. Y cuando ves los resultados, cuando un barrio cambia su voto, cuando una mesa se llena de boletas de tu espacio, cuando la alegría se desata en la noche del recuento, entendés que valió la pena.

Recordá siempre que tu tarea no termina cuando se cierran las urnas. La verdadera política continúa en la relación que construís con la gente después de la elección. Seguir presente, escuchar, ayudar y representar es lo que convierte a un militante en un referente. No dejes que el contacto se enfríe. Aprovechá lo aprendido para mantener la red activa, para cuidar y fortalecer el vínculo con quienes confiaron en vos y en el proyecto.

Este es el momento de decidir qué tipo de militante querés ser: uno que cumple órdenes o uno que deja huella. Si querés ser de los segundos, necesitás organización, constancia y coraje. Usá las estrategias que viste en esta guía: adaptá tu mensaje al territorio, escuchá antes de hablar, registrá lo que pasa, medí tus avances, corregí tus errores y nunca pierdas de vista el objetivo mayor.

Las campañas legislativas no se ganan de un día para otro, se ganan en la acumulación de cada acción correcta, en la disciplina de no aflojar, en la voluntad de estar incluso cuando la motivación flaquea. Tu papel es irremplazable. Sin vos, el engranaje se frena. Con vos, avanza con más fuerza.

El momento es ahora. No esperes a que alguien te diga qué hacer. Salí a la calle con tu kit, tu plan y tu determinación. Movete con inteligencia, con respeto y con la certeza de que cada voto que sumes es un ladrillo más en la construcción de la victoria. Barrio por barrio, vecino por vecino, voto por voto.

La historia de esta campaña todavía se está escribiendo, y no hay un final predeterminado. Vos tenés la lapicera en la mano. Úsala para escribir un capítulo de triunfo.



HASTA PRONTO!

11. CRÉDITOS Y BIBLIOGRAFÍA

- **GOTV** - Wikipedia.
https://en-m-wikipedia-org.translate.google.com/wiki/Get_out_the_vote?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc
- **Ágoras Framework** - Julio Daniel Marquez.
<https://agorasframework.org/es/index.html>
- **Sal a Votar** - Universidad de Yale (Inglés).
<https://isps.yale.edu/keywords/gotv>
- **Ey, las ideologías existen: comunicación política y campañas electorales en América Latina** – Mario Riorda.
<https://www.saij.gob.ar>
- **Manual de formación política** – Ministerio del Interior, Gobierno de Argentina.
www.mininterior.gob.ar/asuntospoliticos/pdf/_Manual_FP.pdf
- **Planificación estratégica para partidos políticos** – IDEA Internacional.
www.idea.int/sites/default/files/publications/planificacion-estrategica-para-partidos-politicos.pdf
- **Comunicación política e institucional** – Gobierno de Argentina.
www.argentina.gob.ar/sites/default/files/comunicacion_politica_e_institucional.pdf
- **Acciones para una buena comunicación en campañas electorales (Manual de marketing y comunicación política ABC)** – Carlos Fara (ed.).
www.kas.de/c/document_library/get_file?groupId=287460&uuid=6e349c4d-c562-9ad7-254e-2c255db33746
- **Iconos e ilustraciones:**

Freepik: <https://www.freepik.com/>,

Rawpixel: <https://www.rawpixel.com>

PikiSuperStar: <https://www.freepik.com/author/pikisuperstar>