

ESTUDIO DE CASO 5

Selección de tácticas de incidencia y creación de mensajes de incidencia: Coalición México Salud-Hable y su campaña #VotoSaludable

Antecedentes

Aprovechando la oportunidad de las elecciones generales nacionales y de la Ciudad de México en julio de 2018, la Coalición México Salud-Hable lanzó una campaña para elevar el perfil de las ENT y para que las y los candidatos rindan cuentas de los compromisos de ENT en sus programas electorales, que, a pesar de la creciente tasa de ENT, fueron débiles en las políticas de prevención y control de las ENT. La alianza movilizó el interés público a través de una plataforma en línea en la que publicaron las posiciones de los candidatos sobre las ENT. También se acercaron a los candidatos con una agenda de acción de la sociedad civil sobre las ENT (Agenda Salud-Hable) para que la respalden en sus plataformas electorales. Esta campaña condujo a un mayor reconocimiento público y político de las ENT, como la primera inclusión de la salud como tema en los debates presidenciales, y el reconocimiento de la ONU por su impacto en la prevención y el control de las ENT. Este trabajo fue apoyado por la Alianza de ENT, a través del programa Acelerador del Instituto de Incidencia (2017-2019).

Enfoque

En abril de 2018, México Salud-Hable lanzó la [plataforma en línea #VotoSaludable](#), que consiste en un sitio web específico, una página de Facebook, de Twitter y un canal de YouTube para un evento de prensa. El lanzamiento fue acompañado por una intensa campaña en las redes sociales, interpelando a los candidatos sobre sus propuestas de ENT e invitándolos a respaldar la Agenda Salud-Hable. Los mensajes iniciales en las redes sociales tenían un gancho para atraer al público a las plataformas, seguidos de mensajes orientados a la acción sobre información clave de la ENT, las cuestiones de política y las exigencias utilizando infografías atractivas. La alianza pidió a las y los candidatos que publiquen sus propuestas para las ENT, y luego monitoreó, verificó y publicó las declaraciones y manifiestos de las y los candidatos en la plataforma para informar a la ciudadanía sobre las posiciones de los candidatos sobre el tema de las ENT.

Algunas de las tácticas innovadoras utilizadas por esta alianza incluyen:

- Reemplazar los tradicionales foros presenciales de discusión pública con candidatos con una campaña digital que permitió un mayor alcance de los mensajes al público y a las y los candidatos.
- Usar una plataforma digital para monitorear las propuestas de las y los candidatos sobre las ENT.
- Usar hashtags de Twitter de manera creativa para ganar atención pública y política, etiquetar a las y los candidatos en publicaciones de redes sociales y agregar enlaces al sitio de la campaña para llamar la atención sobre la Agenda Salud-Hable.
- Entregar copias de la Agenda Salud-Hable con cartas personalizadas que contienen los logotipos de más de 50 organizaciones involucradas directamente en las oficinas de campaña de las y los candidatos y buscar activamente reuniones con estos.
- Tomar fotos durante las visitas a las oficinas de campaña y difundirlas con breves comunicados de prensa, y alentar a las y los candidatos a compartirlas en sus conferencias de prensa.
- Celebrar conferencias de prensa con diferentes portavoces que representan a una variedad de sectores y grupos de enfermedades para atraer a diferentes audiencias (investigadores, profesionales de la salud, OSC que trabajan en diferentes ENT, personas que viven con ENT y sus cuidadores principales, jóvenes, activistas sociales, etc.)
- Adaptar los mensajes a los candidatos incluyendo información sobre los beneficios económicos y para la salud de atender el tema de las ENT.
- Alentar la participación de las y los votantes incluyendo botones en la plataforma que les permiten publicar tweets preestablecidos dirigidos a las y los candidatos exigiendo claridad en su agenda de salud y de ENT, así como llamados al apoyo público de las demandas de mejores políticas para las ENT.

Recomendaciones

México Salud-Hable recomienda lo siguiente para adaptar los mensajes a diferentes audiencias y seleccionar las tácticas apropiadas:

- **Fomentar** la participación activa de una amplia gama de partes interesadas en el diseño, la organización e implementación de la campaña y sus mensajes, e invitarles a participar en tácticas específicas.
- **Diseñar** mensajes que apelan a una amplia base de apoyo, por ejemplo, que señalan que las y los candidatos tienden a ignorar los problemas de salud porque no les conviene políticamente.
- **Dar** talleres de capacitación para la formación de portavoces para diversificar las y los mensajeros e identificar representantes reales, creíbles y elocuentes de diferentes sectores.
- Si se enfrentan a **recursos** limitados, se pueden llevar a cabo tácticas de campaña efectivas en la calle para impulsar la cobertura de los medios de comunicación, como a través de manifestaciones frente a la sede de los partidos políticos, en las oficinas de campaña o fuera de los edificios de los medios de comunicación.
- **Utilizar** personajes populares, mascotas o grupos musicales para llamar la atención sobre las actividades y para que el público en general y los medios de comunicación se interesen y se involucren.
- **Considerar** el uso de una campaña digital basada en ciclos electorales para elevar el perfil de cualquier preocupación de ENT directamente con el electorado y las y los candidatos.