

Obteniendo el respaldo para su campaña

Dos de los aspectos más importantes de organizar sobre un tema es el de correr la voz y ganar apoyo. Preguntar por la seguridad de un apoyo de su campaña es un buen primer paso que podría abarcar los dos aspectos.

El respaldo es una manera como un grupo o individuo puede expresar su aprobación y apoyo para una campaña. Los respaldos son efectivos al comienzo y durante toda la campaña, porque ellos sirven para educar al grupo o al individuo a respaldar su campaña sobre su tema, a la misma vez simultáneamente está mostrando la meta de su campaña y que usted tiene una gran base de ayuda.

La meta de este artículo es de servir como guía para el proceso de obtener apoyo para la campaña en la que usted está trabajando.

¿A quién podríamos preguntarle que nos respalde una campaña?

A todo el mundo! Entre más apoyo tenga usted sobre su tema, mejor. Claro, usted deberá tener un método para determinar a quién preguntarle y cuándo. Hacer una lista de posibles personas que respalden su campaña sería de mucha ayuda. Grupos o individuos que tienen directamente interés en el tema o conexión con su organización son generalmente un buen comienzo. Esto tal vez incluya personas o grupo de personas que anteriormente han trabajado en temas similares por lo tanto ellos quizás tengan útiles sugerencias.

Por ejemplo, si usted está trabajando en cambiar la política de educación, usted podría comenzar por hacer preguntas a grupos de personas que trabajan en el tema de la educación. Para mencionar algunos, esto incluiría, organizaciones de padres/maestros, asociaciones de maestros, juntas de servicio a jóvenes.

Esto también es lo mismo para individuales específicos que tienen un interés definitivo sobre el tema en el cual usted está trabajando. Por ejemplo, el grupo que trabajó en la campaña de salario justo de Harvard obtuvieron apoyo individual de por lo menos 70 miembros de la facultad en la Universidad, legisladores a nivel estatal y nacional, individuos famosos que trabajaron en temas similares, inclusive estudiantes famosos. (<http://www.hcs.harvard.edu/~pslm/livingwage/portal.html>).

Usted quizás quiera preguntarle a individuos o grupos que han trabajado con su grupo en campañas previas, aunque estos no se vean de alguna manera ligado directamente al tema que esta usted actualmente tratando. Esto traerá una base de ayuda para su campaña más diversa, y promoverá cooperación entre su organización y esa persona o grupo. Ahora usted podrá moverse y preguntar a otros grupos tales como la comunidad, organizaciones cívicas, grupos o congregaciones religiosas, sindicatos, y otros grupos con interés especiales. Esta clase de organizaciones por lo general tienen buenas conexiones y pueden obtener información por parte de mucha gente sobre su campaña. No existe tal cosa como la de tener muchos apoyantes. No se pierde nada con preguntar. Tenga creatividad con la persona que usted quiera que lo(a) apoye.

¿Como podemos contactar estos individuos o grupos?

Observe de cerca la lista de los posibles apoyantes que usted ha creado. En ella habrán algunos individuos o grupos – uno de ellos son los que usted ya tiene una relación – los que usted pueda simplemente llamar y pedirle que apoye su campaña sin ningún problema. Sin embargo, puede ser posible que la mayoría de los nombres en la lista probablemente necesiten más información y un historial de su campaña. Una buena manera de hacer esto es enviándoles cartas o un paquete con la información necesaria.

Divida la lista grande en pequeñas listas cada una con 20 nombres. Esta parece ser el número más factible si el propósito es de tener un control. Envíele a un grupo o individuos un paquete que contenga una carta de introducción, información explicando su campaña – usualmente en una forma de hoja volante o una carta de apoyo – con información de su organización en general (en un folleto y boletín informativo).

Una vez que usted haya mandado los paquetes, espere alrededor de una semana y después llame a las personas a las que les envió el paquete a manera de seguimiento. Por medio de esto, usted sabrá cuan interesada la persona o el grupo está en apoyar su campaña. Si ellos estan interesados – especialmente en el caso de grupos – es muy importante saber su proceso de como hacer aprobaciones.

Muchos grupos tienen un proceso establecido para aprobar campañas, y es muy importante tener una idea de como comenzar este proceso. Algunos individuos o grupos quizás le dirán que le apoyarán y que no necesitan más información. Sin embargo, en la mayoría de los casos sería beneficiario, quizás hasta necesario, fijar una reunión para hablar sobre el apoyo.

Las reuniones pueden ser de muchas formas. Congregaciones religiosas sería un ejemplo, ya que ellos parecen tener su propio manera de hacer las aprobaciones. Quizás algunas veces usted tenga que reunirse individualmente con el ministro, sacerdote, o rabino. En otras congregaciones usted quizás tenga que reunirse con el presidente de un comité o con todo el comité que este a cargo de las aprobaciones. En cualquiera de los casos, es importante que usted asista a las reuniones con copias extras que contenga la misma información que contenían los paquetes que usted envió y asegurese de estar preparado para contestar cualquier pregunta que ellos puedan tener sobre el tema de su campaña. Presente su campaña al individuo o grupo, para hacerle saber cuales son sus metas y como podrían ellos involucrarse.

¿Que forma podría tomar la aprobación?

El apoyo podría tomar muchas formas. Hay dos tipos que han sido muy efectivos en la mayoría de las campañas, una de ellas han sido por medio de cartas destinadas a los apoyantes, y la otra es de que ellos firmen una lista que contine el nombre de los apoyantes. Apoyantes individuales o de grupo pueden hacer sus declaraciones públicas de respaldo por medio de manera escrita a los blancos para la campaña, y de esa manera dejarlos que se expresen como se sienten. Sería de mucha ayuda crear una especie de carta donde la gente pueda firmar su nombre o que la gente pueda usarla como guia para su propia base. Esto podría ayudarle de manera consisa a resumir su campaña y hacerla

más fácil de entender. El apoyante también podría enviarle una copia de esta carta al editor del periódico local para ganar algo de atención por parte de los medios.

Tener la firma de las persona que hacen las aprobaciones o de la organización en la lista de apoyantes también es de mucha ayuda, y entre más extensa la lista, es mejor. Usted después podría usar la lista de muchas formas, desde la impresión en los periódicos locales, hasta mandarla a los blancos de la campaña para mostrarle a grupos o individuos que usted les ha pedido su apoyo. Una lista que contenga un diverso y extenso alcance de individuos y organizaciones le muestra al(os) blancos que su posición es amplia y profundamente sentida por toda clase de gente, y este a cambio le da a su organización y su campaña más poder y credibilidad. No importa que clase de forma tome la aprobación, es esencial que siempre tenga acciones específicas que el grupo o individuo pueda hacer o ayudar a la campaña.

¿Que pasa después de la aprobación?

Deje que los grupos u organizaciones aprobantes sepan que una aprobación es nada más que la punta de un tempango en términos de involucramiento. Ellos podrían hacer muchas otras cosas como: pasar información, redactar cartas a los editores, y hacer que de alguna manera otras personas tomen acción en la campaña. Mantenga a los apoyantes involucrados todo el tiempo que dure la campaña. Es importante mantener el flujo continuo de apoyantes durante el tiempo que dure campaña. Un número extenso de apoyantes al comienzo es siempre muy bueno, pero usted deberá continuamente buscarlos y reclutar más de ellos durante toda la campaña.

Seguimiento

Si usted recibe confirmación de apoyo de un individuo o grupo, asegúrese de enviarles una nota o algo dándoles las gracias. También asegurese de mantenerlos involucrados el resto de la campaña. Por lo general, las personas que hacen la aprobación son las personas que vendrán al evento de asistencia o llenar los espacios en las reuniones o recursos por ejemplo. Finalmente, mantenga todas las listas de los apoyantes para campañas futuras en las cuales ellos podrían involucrarse. Diviertase, y muy buena suerte!