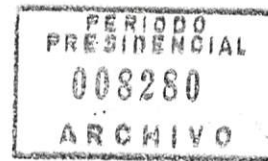


(Aprox. 01/09/1989)

3082



CANDIDATURA PRESIDENCIAL

PATRICIO AYLWIN

ESTRATEGIA PUBLICITARIA

www.archivopatricioaylwin.cl

OBJETIVOS

- Que los adherentes a la candidatura de Patricio Aylwin, sean ellos "duros" o "blandos", movilicen su esfuerzo para obtener que otras personas tomen su decisión electoral en favor de nuestra candidatura.
- Que los indecisos vuelquen su simpatía hacia Patricio Aylwin y en definitiva decidan su voto por él.
- Que los partidarios "blandos" de otras candidaturas se vean afectados por nuestra campaña y un porcentaje de ellos cambien su decisión o al menos sean neutralizados en su entusiasmo.

Objetivo electoral a alcanzar: 60% de los votos.

EL GRUPO OBJETIVO

En general definimos al grupo objetivo, como aquellos "Aylwin Blando", "Voto en disputa" y "Buchi potencial" (4,9% - 9,6% - 2% respectivamente). Si se quisiera ser más precisos (sobre todo por el escaso período de la campaña), quizás se podría considerar sólo como grupo objetivo a los dos últimos, con el supuesto de que los "Aylwin Blando" también serían alcanzados por la argumentación a éstos.

En términos demográficos se trata de: a) mujeres de 25 - 50 años G.S.E. bajos (C3 DE); b) jóvenes de 18 - 25 años G.S.E. bajos (C3 DE) ideológicamente de "Centro" y "Centro derecha", abiertos a la posibilidad de cambios que mejoren su situación, pero temerosos que ello implique caos, violencia, desorden e inestabilidad; c) habitantes del sector rural, medianos y pequeños propietarios y campesinos asalariados, de un perfil ideológico también conservador y que buscan ser reconocidos en su importancia y dignidad.

(Estos grupos objetivos son referenciales, lo que significa que no tendremos campañas segmentadas para ellos, pero nuestra comunicación debe comprender principalmente sus motivaciones y lenguaje).

PROMESA BASICA

P.A. como candidato y Presidente pretende:

- en primer lugar escuchar a las personas y conocer directamente sus opiniones y problemas.
- poner* - lograr la participación de todos para que, organizadamente, contribuyan en la búsqueda de las mejores soluciones.
- poner en práctica un programa realista y moderado que procure la estabilidad política mediante la democratización de las instituciones y de toda la sociedad y consiga la paz social como resultado de un desarrollo económico con justicia, cuyos beneficios alcancen a toda la población, especialmente a los más postergados.
- establecer un clima de auténtica unidad nacional, en el que cada uno se sienta seguro, confiado que el gobierno está preocupado de que todos tengan lo necesario y que el fruto del esfuerzo personal será recompensado.

REASSON WHY

P.A. cree por sobre todas las cosas en la dignidad de cada persona, el respeto que todos merecen, la libertad de cada uno y el derecho a una vida de acuerdo a esos valores.

Para Patrocio Aylwin la gente está primero.

www.archivopatrocioaylwin.cl

RESPUESTA DESEADA

Voy a votar por Aylwin. Se ve que le gusta escuchar y entenderse con todos. Sus planteamientos son justos. Creo que con él el país va a estar tranquilo, va a progresar y yo y la gente como yo, sólo tenemos que ganar si es Presidente.

En realidad Aylwin sabe manejar las cosas y tiene un equipo preparado para resolver los problemas.

Si gana Aylwin, gana la inmensa mayoría de la gente y por lo tanto gano yo.

Además Aylwin ya ganó una vez y con toda la gente que lo respalda va a volver a ganar y yo también quiero ganar.

ESTRATEGIA CREATIVA

La clave siempre es la misma: determinar qué caracteriza esencialmente nuestra candidatura y al mismo tiempo, negando implícitamente las posiciones de nuestros adversarios, generar una corriente de simpatía de los que son indiferentes hacia ella.

Resolver estratégicamente esta cuestión significa la toma de decisión fundamental.

En ese contexto pensamos que si algo perfila más nítidamente la imagen, inmensamente mayoritaria es la percepción de que durante estos 16 años ha habido un gobierno frente al cual la gente se siente ajena.

O se es decididamente adversario o, en todo caso, se le percibe como lejano. Sólo una pequeña minoría reconoce al régimen como algo propio. Es por lo demás lo esencial de una dictadura.

En este período la gente ha sido castigada duramente, se han desbaratado sus organismos de participación, no ha sido escuchada.

Tan es así que en los últimos años en los que la opinión mayoritaria reconoce logros o

avances en el país, sin embargo no estima que ellos signifiquen un mejoramiento en su situación personal.

Aún más, existe una opinión explícita de que lo que se ha avanzado ha sido en beneficio de una minoría.

Nuestros adversarios, continuadores confesos u ocultos del autoritarismo, no hacen en sus campañas sino prolongar este mismo estilo, centrando su imagen en sí mismo. El Hombre, Un hombre de palabra.

Es decir, él solo, superhombre todopoderoso resolverá todos los problemas.

Frente a eso Patricio Aylwin debe proyectar una imagen directamente opuesta. Más allá de mayores o menores discrepancias programáticas hay algo mucho más central en juego: la recuperación por la gente de su propio país, de sus calles, de sus parques, de su libertad, de su capacidad de decidir, de organizarse, de vivir reconciliado con una Patria que le ha sido expropiada.

En términos políticos hablaríamos de la recuperación de la soberanía popular.

Sin embargo la comunicación no debe transitar por un lenguaje formal e ideológico. Al contrario debe ser capaz de expresar un sentimiento personal y colectivo, que va mucho más allá de las meras opiniones racionales y concientes.

Patricio Aylwin debe ser percibido precisamente, no como un candidato más ni siquiera como el representante de la mayoría (cuestión meramente cuantitativa), sino como el Presidente que encabeza el proceso en que todos los chilenos volveremos a ser ciudadanos libres de un Chile reencontrado consigo mismo.

La Candidatura de Patricio Aylwin, al revés que las de sus adversarios, debe ser vista como la expresión de la tendencia nacional a la gran concertación de todos los chilenos.

Nace de la gente, se debe a la gente, expresa a la gente. Su victoria es la victoria de toda la gente. La victoria de ellos es la de Aylwin.

Ello determina que la presencia protagónica
será de personas reales, de carne y hueso.

Y Patricio Aylwin con ellos, escuchándolo,
dialogando, nunca solo.

www.archivopatricioaylwin.cl

CONCEPTO BASICO

El concepto comunicacional que proponemos pretende explicitar creativamente esta idea y tiene la pretensión de ser no sólo un vehículo publicitario, sino de responder a un concepto de campaña como tal.

Es amplio, permitiendo que en él tengan cabida todas las materias específicas: políticas, programáticas, culturales etc..., en el grado y oportunidad que la dirección de la campaña estime convenientes.

Es amarrador de todos los hilos de la campaña, pudiendo ser utilizado no sólo en su expresión publicitaria directa, sino además como generador de iniciativas, como nombre o adjetivo de las diversas actividades y eventos e incluso en el lenguaje periodístico.

Es abarcador no sólo de nuestros adherentes; está abierto a los demás y despierta el interés por sentirse incluido.

Es por último simple y popular.

TONO Y ESTILO

Nuestra visual, estética, música, etc..., en todas sus manifestaciones debe ser un paso más adelante en la línea diseñada para el plebiscito del 5 de Octubre.

Ese es un terreno ganado que no debemos abandonar.

Somos nosotros los portadores del optimismo, de la alegría, de la modernidad formal y conceptual. Una vez más estamos obligados a sorprender y vamos a hacerlo. Nuestro lenguaje será entusiasta, imaginativo, contemporáneo y equilibrado en sus contenidos racionales y emocionales.

MENSAJES PARALELOS

Colateralmente a nuestra línea troncal debemos enfrentar por todos los medios, incluyendo lo periodístico y organizativo, otros mensajes que armonicen con el principal. Tales son por ejemplo: imagen de padre que quiere por igual a todos sus hijos, solvente equipo técnico, joven y dinámico, capacidad de mando en el gobierno, liderato enérgico en la conducción de la combinación política, presencia internacional activa etc...