

COMITE CRETIVO

FECHA : 03.03.89  
 TEMAS : - Comentarios sobre Informes del CIS  
 - Perfil de Aylwin

---

1. Informes CIS.

Principales comentarios.

1. Se trata de un documento no aprobado. Ha provocado polémica. Está basado en encuesta realizada a fines de mayo, sin embargo hay coincidencias con encuesta Search de fines de Julio.
2. Respecto a los riesgos o dificultades de la campaña, destacan:
  - tendencia a que dos alternativas principales se acerquen al 50% y dificultad para cumplir objetivo de superar el 56%;
  - campañas menos posicionadas que en caso del SI y NO plebiscitario;
  - que debate nacional se traslade de la alternativa "democracia o dictadura" a la opción entre "modernidad o tradicionalismo" ("eficacia o politiquería").

Importante: mayor adhesión (votos) a partidos de la concertación que para Aylwin (62 puntos para partidos y 53 para Aylwin, con una distancia del 8%). Situación inversa a la de Buchi.

Hay debate en torno a la envergadura y el origen, pero respecto a esto último se plantean hipótesis: a) un déficit en la figura de Aylwin, b) un deficiente manejo de los partidos en cuanto a manifestar su lealtad, c) se trataría de una situación normal, puesto que el votante de derecha no tiene (tanta) identidad con partidos; mientras que en la oposición ello sí se manifiesta.

En relación a quiénes son los votantes que adhieren a los partidos de la concertación y no expresan intención de voto por Aylwin, se distinguen dos grupos:

- a) Aylwin blando: los que votarán por partidos en la parlamentaria y no saben como votarán en la presidencial o no responden a la pregunta,
- b) voto en disputa: votarían por partidos en la parlamentaria y por Buchi en la presidencial.

## 3. Opiniones e ideas expuestas.

- Otras experiencias demuestran que indecisos aumentan días antes de la elección (aprox. 20 días).
- Nuestro Grupo Objetivo debiera ser: mujeres, jóvenes, sectores populares, personas de centro. Considerar que la gente está despolitizada.
- Nuestra campaña debiera dirigirse a los "débiles", con características ganadora, arrastradora.
- Debemos hacer sentir a la gente que la tarea está inconclusa. Se dice: ganó el NO, tenemos elecciones, llegó la democracia.
- La gente percibe que esta es una elección entre programas...¿Con marcas?
- Debemos montar un freno moral-emocional para aquellos que votaron NO y ahora se muestran partidarios de Buchi.
- Hay que tener en cuenta el crecimiento de la derecha. El 43% del SI es demasiado significativo. Antes nunca habría obtenido tanto.
- Se percibe que la gente no quiere cambios bruscos, hay cierto acostumbramiento a la pasividad, lo que favorece la postura continuista de Buchi (de la estabilidad, la tranquilidad). La gente siente que la cosa está bien.

- Hay un fuerte sector que ya no reacciona al progresismo. Postulados de extrema izquierda ya no son tan "taquilleros".
- Se ve a Buchi con dificultad para interactuar con la gente. Sólo lo hace en terrenos específicos, técnicos. Oscila entre pensamiento abstracto e hiperconcreto. Es amoral. Cuando situación escapa a su control se desahoga corriendo. Es como el "llanero solitario". Sus acciones refuerzan su carácter independiente.

Su equipo funciona como empresa.

Realiza una campaña mediática, con vista a provocar reacción en los medios de comunicación. No se sobreexponer, lo que aumentaría su enigma e influencia. El diseño de su campaña va con su personalidad, está haciendo un experimento.

- El estilo de la campaña de Buchi es no convencional.

La nuestra estaría condicionada a ser convencional.

- Nuestro punto de partida debiera ser la moral.

El de Buchi, el pragmatismo y la solución de problemas. Según esto último, la nuestra debiera ser una ideología pragmática.

- Quién está con quién?

Con Buchi, los empresarios.

Con Aylwin, la mayoría, los que piensan, los intelectuales de este país.

- Buchi ha tenido buena acción en encuentros internacionales, con dignatarios latinoamericanos especialmente, con Vargas Llosa, y al interior (obispo en Talca). Eso lo estaría haciendo famoso, pero no conquistando adherentes. La gente tiene simpatía por él, pero también le piden que demuestre su experiencia política.

- El mensaje de Buchi no llega a nuestro Grupo Objetivo. Va a un segmento ABC1 y C2.

El mensaje de Aylwin ha sido de persuasión, de reflexión, de soluciones con una idea de país más reconocida (no individualista como la Buchi). Nuestros mensajes debieran generar mucha comunicación boca a boca, invitar a, provocar participación.

- Se reafirma idea de hacer una campaña estereotipadamente convencional.

- La concertación es eficiente en lo político. El diálogo lo demostró.

- Campañas debieran ser auténticas. Buchi lo hace en su estilo. Aylwin debiera mostrarse tal como es: gregario, que suma gente y funciona con la gente.

- Nuestra campaña debiera ser en relación al gobierno que se hará.

No debiéramos considerar lo que Buchi hace y desarrollar una campaña a nivel nacional como si no tuviéramos contendores.

- Las encuestas favorecían a Pinochet, ¿por qué no tanto a Buchi? Hombres y mujeres encuentran atractivo a Buchi, pero ¿hasta qué punto? ¿Qué pasa con Fra? Fra? Se está midiendo.

- Debiera involucrarse más a Comité Juvenil que actuó por el NO (ahora por la concertación), para que actúen a su nivel. Fueron muy eficientes.

- Cómo perciben las mujeres a ambos candidatos?

Buchi: un seductor amoral (amante que abandona, inestable emocionalmente)

Aylwin: un seductor paternal.

(En cuál confiaría usted? A cuál le entregaría su hija?)

- Esta es una pelea de héroes. ¿Cuál es el papel de Aylwin? ¿Ligado al Papa? ¿Como un pastor? ¿Cómo Quijote, pero dando soluciones?

Es bueno tener en cuenta la reacción que provoca Aylwin: genera compromiso, invita a ayudarlo (sin saber por qué exactamente).

## II. Perfil de Aylwin.

1. Area emocional:
  - sereno
  - en paz consigo mismo
  - no tiene cuentas importantes pendientes con su vida, por lo que sus motivaciones tienden a ser positivas y claras y no basadas en el resentimiento, frustración o necesidad de autoafirmación
  - tiene una percepción realista de si mismo, lo que le permite evaluar adecuadamente tanto sus habilidades como sus limitaciones sin inseguridades
  - su confianza en si mismo le permite escuchar y asimilar otras opiniones diversas, pero a la vez sabe exponer y afirmar sus propias ideas con claridad y convicción
  - predomina en él la ética del deber, sin embargo es flexible y capaz de adaptarse a situaciones diversas sin descompensarse
  - tiende al autocontrol de las propias emociones, lo que le permite desenvolverse bien en situaciones de conflicto mostrando destreza en negociar posiciones diversas; probablemente esta capacidad disminuya cuando es su propia persona la que genera el conflicto ya que su ética del deber puede llevarlo a sentimientos de culpa cuando se trata de afirmar conveniencias personales que no lo trasciendan.
2. Area intelectual:
  - destaca su plasticidad de pensamiento, capacidad de pasar de lo abstracto a lo concreto y de lo particular a lo general sin dificultades
  - se aprecia un orden mental que se traduce en claridad de exposición; capacidad de síntesis, e hilación de ideas sin tendencia a la dispersión o al detalle irrelevante
  - lenguaje es preciso y pulido
  - no se aprecia ningún síntoma de deterioro psico-orgánico.
3. Area social:
  - su trato es medido pero cálido
  - se aprecia experiencia y astucia para captar sutilezas del comportamiento humano
  - es capaz de generar ambientes íntimos que inducen a la confianza a la vez que al respeto
  - genera afecto hacia su persona
  - requiere y busca la estima de los demás, pero su seguridad en si mismo le permite prescindir de este afecto cuando la situación así lo requiere y sin mayores ansiedades
  - transmite autoridad y seguridad en el contacto directo con él.

En síntesis, un individuo con grandes cualidades personales.

4. Imagen pública (recogida en focus groups realizados en Mayo):
  - hombre cínico, manipulador y débil de carácter (lo que dista enormemente de su imagen privada).

Se agregan otros calificativos: blandengue, hipócrita, politiquero, solapado.

Se sugiere, como una forma de ir corrigiendo esta imagen, que en sus mensajes Aylwin aplique dichos conceptos negativos al referirse a otros de manera que con respecto a él se sobrentienda lo contrario.