

30/23

LAS PRIMARIAS Y LA ORGANIZACION DE LA CAMPAÑA.

La realización de las elecciones primarias es un gran desafío en torno al cual hay que poner en tensión todas las fuerzas acumuladas si queremos triunfar.

Por la complejidad de la composición del universo electoral, es importante diferenciar tareas y especializar a distintas instancias en cada una de ellas.

Los partidos PS y PPD tendrán una labor fundamental: su desafío es no dar ventajas al PDC en el segmento de militantes con derecho a voto, que representa el 30% del electorado. esto significa que la meta de cada partido es refichar 50.000 afiliados.

Otro desafío clave es ganar en el segmento de los independientes: para ello es preciso que concursen esfuerzos partidarios con esfuerzos del comando, tanto orgánicos como propagandísticos. No es posible aún precisar metas cuantitativas pero sí es posible afirmar que mientras mayor sea el número de independientes inscritos mayores serán nuestras posibilidades.

A nuestro juicio, las principales tareas que debemos abordar son las siguientes:

1- INSCRIPCIÓN O REFICHAJE DE MILITANTES PS Y PPD

- *) Esta operación se trabaja y dirige desde cada partido
- *) Cada partido se compromete con un piso de 30.000 militantes y una meta de 50.000.
- *) Los partidos informarán al comando periódicamente sobre la marcha de la tarea.
- *) Se trabajará en base a las estructuras partidarias vigentes y con puerta a puerta. Para ello las directivas comunales de ambos partidos deberán recibir el registro de adherentes de su comuna y proceder a recorrerlos uno a uno, reinscribiéndolos.
- *) Cada partido deberá darse la estructura que considere más adecuada y dar a sus candidatos a diputados el rol que estime conveniente.

2- INSCRIPCIÓN DE INDEPENDIENTES POR LAGOS

*) La responsabilidad sobre esta operación recaerá en personas y equipos específicos definidos centralmente por el comando y que responderán a éste. En estos equipos habrá gente de: PDI, jóvenes de La Ola, Comités de Chile 21, red de ex Participa, Alcaldes y Concejales, Dirigentes sociales. Sin perjuicio de ello, los partidos también tendrán fichas y/o propaganda para inscribir independientes, aunque no se volcarán con responsabilidades específicas sobre esta tarea hasta no agotar sus esfuerzos en el reempadronamiento de militantes.

*) El nuevo rol de los independientes deberá expresarse políticamente en la incorporación de independientes al Comando o en la creacuión de un Comando Independiente.

*) Proponemos la creación de una **red nacional de comités dedicados a motivar la inscripción de independientes**. En estos comités debieran participar las personas independientes involucradas en la precampaña y los militantes de partidos que no participan activamente de las estructuras políticas (por ejemplo, en muchos casos, los dirigentes estudiantiles, los profesionales, etc). Estos comités serían coordinados desde el Comando. El ideal es que los delegados a la Convención elegidos por el segmento independiente sean miembros de estos comités.

*) Una vez conocido el procedimiento deberá priorizarse y definirse lugares de recolección de adhesiones. En especial debemos enfatizar en lugares de concurrencia juvenil, determinadas comunas, etc.

*) El sistema de trabajo se basa en instalación de mesas de entrega de material informativo sobre la inscripción y si el procedimiento lo permite, de inscripción de independientes en las propias mesas.

*) habrá que poner el énfasis en Santiago, Valparaíso y Concepción. Se establecerán metas de inscripción por comuna, provincia y región.

3- CAMPAÑA COMUNICACIONAL

*) Debe existir campaña comunicacional que acompañe el esfuerzo de inscripción. Esta debe centrarse en dos objetivos: por un lado, conquistar una hegemonía en términos de que **la concertación opta por el cambio** más que por la continuidad y, **por otra parte, en lograr la motivación por inscribirse informando cómo esto se hace.**

*) R. Lagos debe hablarle al conjunto de la concertación. El electorado objetivo es el independiente de la concertación (de centro izquierda) y el militante radical.

*) La campaña no debe ser confrontacional, no se debe atacar ni descalificar al adversario. El acento debe estar puesto en las ideas que encarna la candidatura y en las virtudes del candidato: aquí no se vota por un partido, sino por una persona.

*) **Nuestra apuesta comunicacional es que la concertación opta por el cambio.** El cambio no es traumático, no divide la concertación. El cambio es necesario para dar dinamismo a la nueva etapa, para involucrar a los jóvenes, para enfrentar los desafíos del siglo 21.

*) Es importante que en el menor plazo posible -aprovechando la convención programática- se levanten las **diez medidas básicas del Programa de Lagos.** Es decir, nuestras banderas de lucha para las primarias y la Convención. Entre estas **deben haber propuestas duras**, de clara identidad de nuestro mundo: Divorcio, Detención bajo Sospecha, Política anti SIDA, Seguro desempleo, Negociación Colectiva Temporeros, Medio Ambiente, etc.

*) Debemos hacer el esfuerzo por un debate televisivo antes de la votación entre los dos candidatos.

*) Es preciso superar las deficiencias comunicacionales de la precampaña para tener éxito en esta etapa.

4- PREPARACIÓN ACTOS Y PRESENTACIÓN DE RICARDO LAGOS EN ELLOS

*) El comando velará por la adecuada organización de los actos comunes de la concertación y la participación de Lagos en ellos. Para ello debe haber un responsable político y personal técnico.

*) Debemos velar por la incorporación de artistas claramente representativos de nuestro mundo en los actos: INTI, ILLAPU, CONGRESO, etc., para mostrar el peso cultural e histórico de la candidatura. **Habrà una lucha fuerte por los símbolos** en estos actos que no debemos descuidar.

5- DÍA D Y CÓMPUTO

*) Esta es una operación centralizada, en la que deben coordinarse detalladamente el comando y los partidos. Supone una planificación ad hoc y equipos humanos que la sostengan.

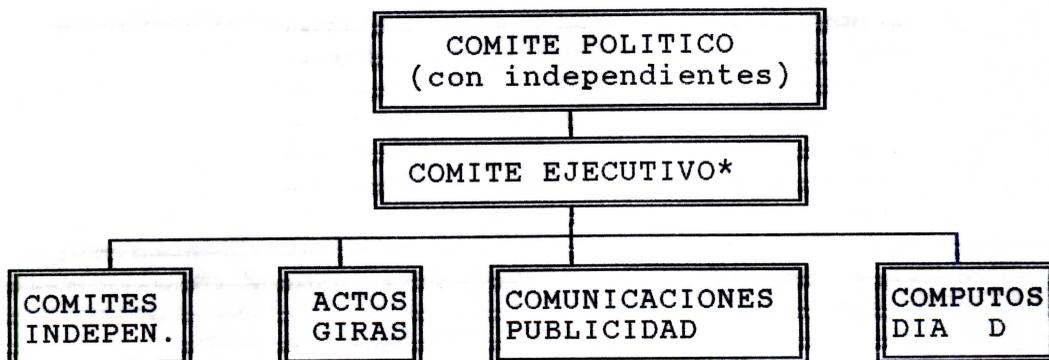
*) En cuanto al cómputo, creemos que es posible establecer un **equipo centralizado** que se constituya en vértice único de los apoderados de mesa del PS y PPD.

*) En cuanto a la **movilización del día D**, hay que hacer la **operación descentralizada**: es decir, el PPD, el PS y los independientes deben ser asumidos diferenciadamente ya que de lo contrario asumimos un alto riesgo de manejo sectario de los recursos que se traducirá en pérdida de votos.

6- PARTICIPACIÓN EN LA CONVENCION

*) Finalmente, nuestra participación en la Convención deberá ser cuidadosamente planificada, buscando en lo posible unificar el mando sobre nuestros delegados.

Abordar estas tareas supone una reorganización y redimensionamiento del Comando. En particular, creemos que un esquema adecuado sería el siguiente:



*) Integrado por Generalísimo y responsables de cada una de las cuatro áreas del comando.

***) Naturalmente, debe mantenerse una estructura de apoyo al candidato y al comando integrada por Jefe de Gabinete, Encargado Programa, Prensa, Administración, y otros que dependen directamente del Generalísimo.

PARA : RICARDO LAGOS y CARLOS OMINAMI.

Algunas consideraciones prácticas para abordar
las primarias.

Antes de adaptar cualquier determinación orgánica o administrativa, es necesario definir un diseño general de la campaña, que aborde los aspectos motivacionales y políticos.

1.- A partir del Viernes, junto con comunicar al país la vigencia de la Concertación, se inicia una competencia abierta por el liderazgo al interior de ella. Esto provoca los siguientes fenómenos:

- 1.1.- Frei está obligado a cambiar la modalidad de su campaña.
- 1.2.- Lagos debe convencer a sus partidarios de ^{que} ~~que~~ tiene posibilidades de ganar con el mecanismo que impuso.

PARA NOSOTROS LO VITAL ES DEMOSTRAR:

Que el universo electoral de la primaria, además de la transparencia, asegura una competencia leal y equitativa.

En este sentido nuestra campaña debe tener un componente motivador más emotivo que el desarrollado en la etapa anterior. Se trata de motivar y comprometer a nuestros activos para una tarea que una buena parte, si nó la mayoría, aprecia como difícil.

EL
EL LAGOS DE LAS PRIMARIAS DEBE SER ~~UNA~~ LAGOS DE LAS MEJORES IDEAS, MAS APASIONADO, Y MAS MOVIDO.

En el actual marco no hay precampaña posible, desde ahora se debe cumplir rigurosamente con el RITUAL básico de toda ~~campaña~~ ^{CAMPAÑA}: el contacto con los electores.

2. Las ventajas y desventajas de cada candidato, AHORA se sitúan en el universo electoral definido en el acuerdo

Ventaja Frei - la fuerza orgánica, política, electoral, y financiera de su partido y sus aliados.

- Su implantación en el medio popular, especialmente femenino, el cual puede influir en el voto de los adherentes.

Desventaja Frei

- Su posesionamiento de imagen ganadora en la opinión pública, no se ~~traspasa~~ automáticamente al universo electoral del acuerdo.
- Debe ingresar, más tarde o más temprano la polémica.

Ventaja Lagos - Es un candidato más atractivo para el mundo militante y especialmente para los jóvenes.

- El acuerdo recién tomado lo fortalece

Desventaja

- Las fuerzas políticas que lo apoyan son considerablemente más débiles
- El mundo independiente es difícil de motivar y organizar.

3. Dado que el universo electoral de la primaria, en términos genéricos es militante, la campaña requiere un gran despliegue político y orgánico que debe considerar:

3.1.- Las singularidades de cada partido. Es altamente INCONVENIENTE establecer las mismas ~~normas~~ de trabajo para todos los partidos.
NORMAS

El COMANDO solo debe coordinar las tareas electorales.
EL COMANDO debe dirigir la campaña en cuanto a : contenido, ritmo, actividades del candidato, requerimientos.

3.2.- Los expertos electorales deben diseñar un plan que fije las prioridades, en cuanto a las regiones y comunas. No obstante desde ya se puede deducir lo siguiente:

- privilegiar zona metropolitana
- destacar equipo en la v región exterior
- incorporar parlamentarios comprometidos con el candidato a trabajos regionales o zonales.

3.3.- En cuanto a los adherentes se debe diseñar un plan que contemple:

- Prioritariamente, un plan para trabajar con las organizaciones sociales y los dirigentes sociales de todos los niveles
- Desplegar la Ola incorporando nuevos dirigentes a su conducción. Si esto crea conflicto crear instancia con las federaciones estudiantiles.
- Formar comando con independientes connotados y dotarlo de un equipo ejecutivo administrativo con experiencia política.
- Fortalecer trabajo con mujeres. Buscar fórmula que perfile un carácter más popular de este trabajo

3.4.- Tanto por razones de eficacia como de costos hay que privilegiar los eventos pequeños por sobre los grandes

fraternidad y respetuosamente.

RAFAEL.

Marzo 28. 1990