



Universidad Adolfo Ibáñez

Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos

Escuela de Gobierno, Escuela de Comunicaciones y Periodismo

Trabajo final de grado

**DESDE LA COMUNIDAD A LA CONVENCIÓN, POR UN NUEVO CHILE. PARTIDO
DEMÓCRATA CRISTIANO**

Juan Cristóbal Arriagada

Karina Calderón

Alejandro Cassi

Tabla de contenido

1. Resumen y antecedentes	4
2. Introducción y objeto de la campaña	5
2.1. Objetivo general del trabajo	5
2.2. Objetivos específicos del trabajo	6
2.3. Métodos y materiales	6
3. Análisis del Entorno	7
3.1. Introducción y Metodología	7
3.2. Preferencias de electores	7
3.3. Entorno político y electoral	12
3.3.1. El Distrito 11	12
3.3.2. Historia electoral Distritos 23 y 24	12
3.3.3. Historia electoral del Distrito 11	14
3.3.4. Cómo enfrenta la DC esta elección	17
3.4. Entorno socioeconómico y demográfico del distrito	31
3.5. Entorno socio cultural – ¿Qué temas son relevantes para la campaña?	35
3.5.1. Estallido social	36
3.5.2. Feminismo y reivindicaciones de género	36
3.5.3. Reivindicaciones de comunidades LGBTI+	36
3.5.4. Medio ambiente	37
3.6. Entorno tecnológico – Redes sociales y nuevos medios de comunicación	39
3.7. Aspectos político legales	42
3.7.1. El sistema de elección proporcional	42
3.7.2. Paridad de género	44
3.7.3. El calendario de campaña	45
3.8. Entorno competitivo del Distrito 11	45
3.8.1. Vamos por Chile	45
3.8.2. Independientes por Chile	46
3.8.3. Apruebo Dignidad	46
3.8.4. Otras listas participantes	46
3.8.5. Lista del Apruebo	47
4. Diagnóstico de campaña	49
4.1. Introducción	49
4.2. Datos clave para construir escenarios de campaña	49
4.2.1. Participación electoral	49

4.2.2.	La falta de datos electorales públicos puntuales por candidatos	52
4.2.3.	¿Qué datos entonces permiten tener un acercamiento a resultados?.....	53
4.2.4.	Migración de votos ¿Es el estallido un factor?.....	53
4.2.5.	Duración de campaña y efecto del financiamiento.....	54
4.2.6.	Listas competidoras.....	54
4.3.	Resultados	57
4.4.	Conclusiones del diagnóstico – Síntesis y base para la estrategia	61
5.	<i>Estrategia de campaña para convencionales de la DC en el Distrito 11</i>	63
5.1.	Propósito estratégico.....	63
5.2.	Objetivos Generales.....	63
5.3.	Campaña Elisa Walker.....	63
5.3.1.	Objetivos comunicacionales.....	63
5.3.2.	Públicos y canales.....	64
5.3.3.	Mensajes	74
5.3.4.	Acciones específicas de comunicación en campaña	77
5.4.	Campaña Juan Enrique Pi.....	88
5.4.1.	Objetivos comunicacionales:.....	88
5.4.2.	Públicos y canales.....	88
5.4.3.	Mensajes	97
5.4.4.	Acciones específicas de comunicación en campaña	98
6.	<i>Presupuesto de campañas</i>	102
6.1.	Conformación del presupuesto	102
6.2.	Ítems de gasto	102
6.3.	Fuente de financiamiento	103
6.4.	Mecanismos de control, seguimiento y accountability o transparencia	105
7.	<i>Métricas de campaña</i>	105
8.	<i>Bibliografía</i>	108
9.	<i>Ilustraciones y tablas.....</i>	114
9.1.	Ilustraciones	114
9.2.	Tablas	118

1. Resumen y antecedentes

La elección de convencionales en el Distrito 11 (Lo Barnechea, Vitacura, Las Condes, La Reina y Peñalolen) es una campaña relevante para los partidos políticos de centro izquierda. En particular, porque es una prueba sobre el estado del electorado después del estallido social y el plebiscito. También, es una oportunidad de posicionar un mensaje en un territorio que ha sido tradicionalmente de derecha. El triunfo del Apruebo como opción que conduce a la redacción de una nueva Constitución por un amplio margen a nivel nacional abre la posibilidad cierta a la centroizquierda de apoderarse de un par de escaños, rompiendo así el liderazgo casi absoluto de la derecha en dicha repartición electoral.

El partido Demócrata Cristiano tiene un importante desafío en este territorio electoral. Desde el retorno de la democracia, el territorio electoral que abarca el distrito 11 ha tenido algunos diputados elegidos de este partido. Eliana Caraball, ejerció un período desde el retorno de la democracia en el distrito 23 hasta el año 1994. En el distrito 24, ejerció Tomás Jocelyn-Holt entre los años 1994 y 2002 y Jaime Pilowsky entre los años 2014 y 2018. En el nuevo distrito 11 que fusionó los antiguos 23 y 24 no ha habido diputados elegidos de este partido. Este contexto es clave para entender por qué el desafío de la elección de convencionales constituyentes demócratacristianos es particularmente desafiante.

Esta elección se juegan en dos frentes para la Democracia Cristiana. En el primer flanco, está el táctico, o transaccional, que es de ganar un distrito, en un territorio electoral cuya oportunidad para hacerlo es más propicia que en otras ocasiones. Sin embargo, la Democracia Cristiana está enfrentada también a un desafío más estratégico, que es comunicar una imagen renovada, de modo de sostener su proyecto de militancia, electoral y político. Su contexto es de pérdida en el largo plazo de base electoral y esta elección es un desafío para comunicar una imagen y un proyecto actualizado.

En el siguiente trabajo se propondrá una estrategia electoral y comunicacional, basada en una lectura del entorno político del país y del Distrito 11, de modo de ofrecer una propuesta de campaña con sentido para posicionar a la Democracia Cristiana como preferencia del electorado en las próximas elecciones de convencionales constituyentes del próximo 11 de abril en el Distrito 11. Se ofrecerá un proyecto en base a una lectura del entorno, una estrategia política, electoral, y un diseño de campaña para los dos candidatos a convencionales constituyentes que irán abanderados por este partido.

Para efectos de planeación teórica de la campaña el supuesto es que existe un plazo de tiempo que se enmarca entre el día 10 de febrero (inicio de la campaña) y el día 8 de abril (cierre de campaña).