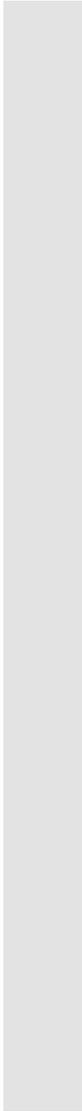


Estrategia de comunicaciones Senador Juan Ignacio Latorre

Asesoría

Sobre el proceso

- Esta es una primera propuesta de estrategia de comunicaciones, a partir de los contenidos que levantamos en los talleres del 23 y 24 de marzo, la investigación disponible, nuestra experiencia y nuestro modelo de trabajo (a partir del Método Compass, de Trad e Ibinarriaga) .
- Es una propuesta porque ustedes deciden, corrigen, comentan, y con eso preparamos una segunda versión.



¿Qué es una estrategia de comunicaciones?

¿Qué es una estrategia de comunicaciones?

- La estrategia define un objetivo y traza una historia a contar.
- Brinda los instrumentos para desplegar una narrativa de comunicación (elementos estructurantes) y para tomar decisiones de comunicación con sentido estratégico.
- No hay eslóganes, medios ni mensajes aplicados. Eso viene después. Lo primero es ponernos de acuerdo en lo estratégico, luego bajamos a piezas y aplicaciones.

Objetivo

- Construir un posicionamiento del Senador Juan Ignacio Latorre que sea distintivo, valioso y significativo para sus audiencias relevantes.

Tiempo

- Parece pertinente pensar esta estrategia en un horizonte temporal 2018-2019, atendiendo a:
 - Periodo de instalación relativamente extendido.
 - Año electoral 2020.

El centro de la comunicación: Para qué

- Construir proyecto, identidad y fuerza capaz de gobernar transformando Chile.

El posicionamiento deseado

- La conversación que queremos instalar en los corazones y las mentes de nuestras audiencias.

Cartas de identidad

- Partimos de la base que los juicios, tomas de posición y acciones en política son primariamente emocionales y luego racionales.

Síntesis de identidad emocional

- Emoción protagónica: confianza.
- Emociones antagónicas: resignación, desconfianza, pesimismo, temor.

Síntesis de identidad racional

- Soy
- Senador nacional del FA, profesor

- Hago
- Convoco, abro, acerco, explico, viabilizo: lo que pasa y lo que queremos hacer, desde la región con proyección nacional.

- ¿Cómo lo hago?
- Con responsabilidad, en colectivo, con pedagogía, amplitud, convocando a los que ya están y a los que faltan.

Elementos estructurantes de narrativa

- **Héroe**

El senador del FA

- **Antagonista**

La política cooptada como espacio de prolongación acrítica del neoliberalismo

- **Conflicto**

Desigualdad

- **Quiebre**

Participación, involucramiento, apertura de la política con proyecto transformador

- **Desenlace**

Política distinta, capaz de transformar Chile

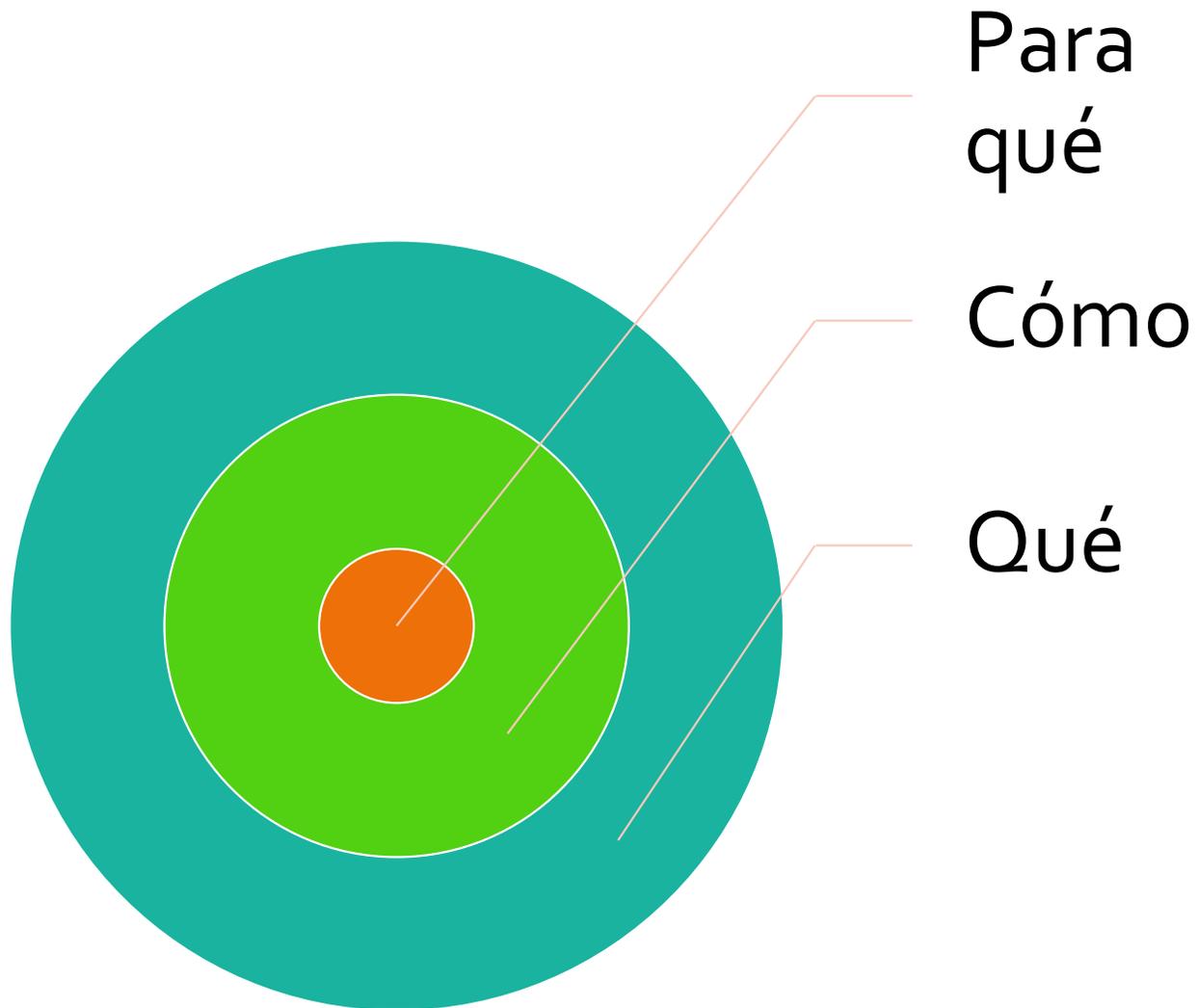
Racionales

1. Sin prisa, con consistencia.
 1. Privilegiar el cuidado del posicionamiento estratégico por sobre un rápido crecimiento en el conocimiento o visibilidad.
2. No disputar posicionamiento con otros líderes FA.
 1. Buscar una posición que permita ser visto como complementario a otros líderes FA, y no como competencia.

Racionales

3. No ocupar el rol de “vocero del Senado”.
 1. El desafío de acercar o abrir el Senado debe ser siempre abordado con elementos críticos que marquen distancia con la imagen y cultura institucional. El posicionamiento de un “mejor senador” es necesario, pero no suficiente, requiere conquistar también el atributo de un “senador distinto”.
4. Complementariedad con bancada FA.
 1. La complementariedad debemos buscarla no solo desde lo racional, la práctica política y sus espacios de coordinación, sino también desde lo comunicacional, transmitiendo ritmos y estilos distintos de hacer y estar.

Un desafío transversal:
comunicar desde el para
qué



El centro de la comunicación: Para qué

- Construir proyecto, identidad y fuerza capaz de gobernar transformando Chile.

¿Cómo?

- Latorre Explica: construyendo colectivamente sentido.
- Convocando, acercando, explicando, construyendo acuerdos, viabilizando, desde la región con sentido nacional.

Qué

- Latorre Explica lo que pasa y lo que queremos hacer: problema → solución
- Por ejemplo: el agua. Desde la región, medioambiental, con anclaje social y narrable desde la mirada de la economía colaborativa.
- Otro ejemplo: mujeres y economía, aprovechando el 8 de marzo, vinculando a una situación regional.
- No es necesariamente explicar una ley en específico, sino lo que pasa: problema y solución, la que pudiera expresarse en un proyecto.

¿Dónde?

- Unidad en los contenidos, copando diversas plataformas.
- Ejemplo: agua
 - Video propio
 - Infografía
 - Espacio Bio Bio TV
 - Pauta en medios
 - BTL
 - Medios sociales propios
 - Diario mural, especialmente al interior del distrito
 - Boletín

Enunciado rector

- Nuestra comunicación procura instalar:
- *A Juan Ignacio Latorre como un senador regional de proyección nacional capaz de representar y abrir críticamente el Senado y la política, articulando entre diferentes actores. Es la punta de lanza porque va abriendo un espacio y construyendo un proyecto, una identidad y una fuerza capaz de gobernar transformando Chile.*
- Tono: asertivo, conciliador y esperanzador.