

La Invisible Victoria

CAMPAÑAS ELECTORALES Y DEMOCRACIA EN CHILE

Los artículos y columnas
reunidos en este libro
fueron escritos entre abril
de 1987 y enero de 1990.

En su conjunto
constituyen la crónica de
una reflexión acerca de
las campañas electorales
(la del plebiscito de 1988
y la elección presidencial
y parlamentaria de 1989),
y de lo que ellas fueron
significando para la
sociedad chilena: una
oportunidad para afirmar
la dignidad de los chilenos
y reconquistar el derecho
a la ciudadanía.

SUI

VICTORIA

EMERSON TIRÓN

la invisible victo
ria la invis
ible victoria l
a invisible vic

LA INVISIBLE

VICTORIA

la invisible
la invisible

EMERSON TIRÓN

SUI

L *A INVISIBLE*
VICTORIA

La publicación de este libro
contó con el apoyo de SAREC
(Agencia Sueca para la
Cooperación en la Investigación)

*L*A INVISIBLE VICTORIA

CAMPAÑAS ELECTORALES Y
DEMOCRACIA EN CHILE

(c) Eugenio Tironi
Publicado por Ediciones SUR
Román Díaz 199, Providencia, Santiago de Chile
Inscripción N° 74.900

Diseño Portada: Guelfenbein & Silva, Diseño
Edición a cargo de: Paulina Matta
Gestión Editorial: Luis A. Solís D.

Impresión: Imprenta Editorial Interamericana, Ltda.
Conferencia 1140 - Santiago de Chile

IMPRESO EN CHILE / PRINTED IN CHILE

EUGENIO TIRONI

INDICE

Presentación, 9

primera parte

MAS ALLA DE LA CRISIS

"No está muerta, está dormida", 13; Decadencia y renovación, 14; Contra el arcaísmo, por la modernidad, 17; El virus del miedo, 19; Dignidad, 22; El plebiscito es la oportunidad, 24

segunda parte

"LA ALEGRIA YA VIENE"

Concertación vs Unidad, 29; La invisible victoria, 30; La conquista de los indecisos, 32; Nace un consenso, 34; La llave de la trampa, 36; La Guerra de las *Franjas* I, 37; La estrategia del *No*, 44; "El poder de la alegría", 50

tercera parte

EL NUEVO TIEMPO

Despertando, 61; No más transiciones, 62; Ahora el futuro, 64; La hora de los partidos, 65; "No ha pasado nada", 67; Sólo un espacio, 68; ¿Qué esperan los pobres?, 70; El nuevo centro, 75; Por qué tenerle miedo al centro?, 76; La fuerza de las cosas, 78; La pirámide de Pei, 80

cuarta parte
"GANA LA GENTE"

El último movimiento, 85; En carne propia, 86; El secreto de la Concertación, 88; Las leyes del *marketing*, 90; ¡Vivan las elecciones!, 92; El país donde dar la mano es un pecado, 94; Los "Madison Boys", 96; La metamorfosis, 98; ¿Y si el hábito hiciera al monje?, 100; El "pacto secreto", 102; La Guerra de las *Franjas* II, 104; El poder de la gente, 106; Gobernar es concertar, 108

PRESENTACION

Los artículos y columnas reunidos en este libro fueron escritos entre abril de 1987 y enero de 1990. La mayoría de ellos apareció semanalmente en el diario La Epoca de Santiago. He querido respetar, en lo posible, el orden en que ellos fueron publicados. En este sentido, el libro es la crónica de una cierta reflexión acerca de las campañas electorales (la del plebiscito de 1988 y la elección presidencial y parlamentaria de 1989) y de lo que ellas fueron significando para la sociedad chilena.

Gran parte de las reflexiones contenidas en este libro están basadas en el trabajo de investigación realizado por el CIS, un proyecto conjunto de Ced, Ilet y Sur que desde fines de 1987 ha estado dedicado a estudios de la opinión pública respecto a actitudes de los ciudadanos frente a la política. Este libro tiene una deuda obvia, por lo tanto, con mis amigos del CIS: Guillermo Campero, Mariano Fernández, Javier Martínez, Juan Gabriel Valdés, Carlos Vergara y Eugenia Weinstein.

Es imposible establecer cuánto deben estos textos a Paulina Matta, quien siempre estuvo dispuesta a escucharme y a corregirlos. Quiero agradecer también a Carmen Barrera, que me ayudó a poner un poco de orden. Sin saberlo, Alejandro Foxley me dio un estímulo que resultó decisivo. Agradezco al Kellogg Institute for International Studies de la Universidad de Notre Dame, EE.UU., que me permitió el tiempo y la tranquilidad para escribir una primera versión; y por cierto a Sur, mi casa, por todo el apoyo recibido.

Santiago, enero 1990.

primera parte

MAS ALLA DE LA CRISIS

*“NO ESTA MUERTA, ESTA DORMIDA” **

La presencia de un extranjero que nos habla y escucha con cariño hace muchas veces la función de un espejo que permite vernos en nuestras verdaderas dimensiones, descubriendo rasgos cuya misma evidencia toma invisibles. Con la visita del Papa, la sociedad chilena ha podido verse a sí misma como pocas veces antes. Y lo que ha quedado es una sensación de ahogo ante el progresivo hundimiento en la pequeñez y el pesimismo. Por demasiados años el tiempo se ha consumido en la queja y en la denuncia, como si las vidas giraran en torno a “Pinochet” o a los “marxistas”.

El paso del Papa parece señalar que ha llegado la hora de terminar con ese rito y de abrir los ojos a lo que pasa en lo profundo de la sociedad chilena. Con seguridad, entre el gobierno y la oposición ocurren muchas más cosas de las que ven quienes no tienen ojos sino para buscar a los culpables.

Los millones de chilenos que han salido a las calles a escuchar al Papa han dejado en evidencia que lo que esta sociedad necesita es una declaración de esperanza, no que se siga hurgando en sus miserias; necesita el aire fresco del porvenir, no que se siga invocando a sus fantasmas; necesita de la responsabilidad de cada uno, no de la culpa de los otros.

La nueva actitud supone políticos armados de convicción, capaces de resistir la inercia del reclamo y la culpabilización; dirigentes que convoquen el futuro, en vez de ocuparse en administrar los mitos del pasado; líderes que interpelen, que hablen de sacrificios y renunciaciones, no políticos prisioneros de su fugaz popularidad; en fin, supone hombres públicos que tomen riesgos, que sepan ganar y perder, que estimulen la aventura colectiva.

Chile requiere también de intelectuales que hablen con responsabilidad, que no se sometan a las modas, que propongan alternativas y no se refugien en ese tipo de “profesionalismo” que es sólo el disfraz de un escepticismo paralizante.

* *La Epoca*, 16 de abril 1987.

De profesores que se atreven a enseñar; a exigir de los alumnos ir más allá de lo que saben, más allá de su experiencia y de su mundo, en vez de conformarse con ecos y halagos. En fin, requiere de una prensa que emplee su creatividad en descubrir lo que hay de nuevo en la sociedad, los gestos de solidaridad, las señales de esperanza; porque definitivamente no vale la pena seguir dilapidando imaginación en la búsqueda de la pequeña frase o la cifra que más convienen a la crítica ingeniosa, o en presentar de un modo cada vez más dramático la situación del país.

"¡No está muerta, está dormida!": Juan Pablo II estremeció a los jóvenes del Estadio Nacional cuando repitió esa frase, dicha por Jesús ante una niña a la que sus padres suponían fallecida. *"La comunidad nacional no está muerta, sólo está dormida"*: basta quizás que cada uno formule lúcidamente esta simple declaración para que Chile empiece a dejar atrás el autoritarismo.

DECADENCIA Y RENOVACION *

El optimismo es difícil en este tiempo que José Donoso bautizara como de "la desesperanza", en el cual parecen haberse esfumado las fronteras entre la justicia y el rencor, entre el espanto y la ingenuidad, entre la indignación y el exhibicionismo, entre la voluntad y la arrogancia, entre el deporte y la tortura.

Pero de pronto hay iniciativas que consiguen escapar de este clima aplastante. Entre ellas se cuenta un libro reciente de Alejandro Foxley, *Chile y su futuro. Un país posible*. En los últimos decenios —afirma el autor— el país ha atravesado por situaciones límites que descarnadamente han expuesto el fondo de sus problemas históricos. Y esto da a la nación la claridad necesaria para enfrentar con éxito la encrucijada que hoy tiene por delante, pues o "se abre paso hacia el mundo de los países recientemente industrializados, o entra en un largo ciclo histórico de decadencia, desintegración e ingobernabilidad".

* *La Epoca*, 10 de octubre 1987.

En cierto sentido, las circunstancias chilenas son similares a las que han estado en la base de los renacimientos a lo largo de la historia. Porque no hay renovación —ni en el plano individual ni en el colectivo— que no esté precedida por períodos oscuros de crisis y disolución. Hay momentos en que las certidumbres se evaporan, el porvenir parece estrecharse, y las rutinas necesitan ser transgredidas para hacer frente a dificultades inéditas; y es precisamente entonces que las viejas inercias son desplazadas por el entusiasmo contagioso que acompaña a las nuevas posibilidades. Mirada así, la crisis histórica de Chile puede transformarse —como lo señala Foxley— en una gran oportunidad.

De hecho, la sociedad chilena no ha permanecido pasiva bajo el dominio autoritario. Bloqueados sus rieles tradicionales de evolución, se ha visto obligada a agudizar su ingenio, a multiplicar su creatividad y su eficiencia. Y así, apelando a todas sus energías, en muchos aspectos esta nación ha logrado renovarse y salir adelante.

La historia, por lo demás, no marcha tal cual uno lo cree cuando se encuentra en medio de los acontecimientos, y su dirección no sigue mecánicamente los dictados del Estado. Para no mencionar sino algunos ejemplos recientes, ¿quién iba a imaginar que la Reforma Agraria terminaría, veinte años después, por crear "farmers" en algunas regiones del país?; ¿o que el exilio permitiría a miles de chilenos reciclarse profesionalmente y enriquecer la cultura nacional con su bagaje de vivencias y conocimientos?; ¿o, en fin, que la persecución a la política tendría como efecto el fortalecimiento de nuevas identidades colectivas y de organizaciones sociales más autónomas del dominio partidario?

Las sociedades son sistemas donde fluyen subterráneamente corrientes poderosas, no importa a veces lo que pase en la superficie. Es lo que ha ocurrido con algunos de los grandes procesos de modernización de los años 40 al 73, que han seguido actuando, e incluso han madurado, pese a las nuevas políticas del Estado. La urbanización y la integración del territorio a través de una infraestructura de transporte y comunicaciones básica es un hecho consumado. Lo mismo se puede decir de la expansión de la escolaridad bajo la batuta de un Estado laico, o de la organización de una administración pública moderna. En fin,

es obvio que la diferenciación entre las instituciones religiosas, culturales y científicas, la creación de una clase intelectual profesional, y la socialización en una cultura que incorpora las nociones de progreso, individualismo, eficiencia e industriosisidad, son también tendencias consolidadas que han seguido haciendo su camino en el período más reciente.

No se puede discutir que, en los últimos años, algunas dimensiones claves del proceso de modernización que vivió Chile desde los años treinta, se han agotado o han sido revertidas por la orientación que ha adoptado el Estado en la última década y media. Por ejemplo, el objetivo unificador de un desarrollo autónomo sostenido en la extensión del mercado interno fue derrechamente dejado de lado, lo que llevó al desmantelamiento de ramas enteras de la industria. Del mismo modo, el Estado abdicó de su papel de locomotora del progreso, con lo que desapareció el soporte de una movilidad social basada en la acción colectiva.

Para la mayoría de los chilenos la involución ha sido quizás la tendencia más visible, y con seguridad la más dolorosa. ¿Puede por ello caracterizarse este período exclusivamente como una regresión de la pauta modernizadora tradicional? Todo indica que no. En efecto, es evidente que junto con esa reversión, y sostenido por los avances conseguidos en las décadas anteriores, un nuevo impulso modernizador ha venido surgiendo en Chile. Con la post-crisis —vale decir, la consolidación de una cierta organización de la economía y la sociedad después de las convulsiones del lapso 1982-1984—, ese nuevo impulso se ha vuelto especialmente significativo. El resultado es que, en muchas dimensiones, la sociedad chilena es hoy mucho más moderna que en 1973.

La integración de Chile a la economía mundial —en su estructura de producción y de consumo— es, por ejemplo, un rasgo de ese nuevo impulso modernizador. Lo mismo puede decirse de la tendencia del Estado a la descentralización, la tecnificación y el retraining, que se acompaña de una cada vez mayor valorización social de las iniciativas asociativas e individuales, incluida la función empresarial. Como resultado, los mecanismos de movilidad se han trasladado del campo social o político al campo económico; y con esto, aquello que era tarea colectiva se ha transformado en un riesgo individual.

La gran transformación en la que ha estado embarcada la sociedad chilena, en muchos sentidos coincide con el curso que sigue la modernización en todo el mundo contemporáneo, y que en cada caso reorienta más o menos bruscamente el viejo curso modernizador, toma formas más o menos democráticas, preserva mejor o peor los principios de la solidaridad social.

No obstante, la modernización de la sociedad chilena se enfrenta a una encrucijada, pues no encuentra un correlato a nivel de la política. Ello resulta, básicamente, del arcaísmo de la Constitución de 1980 y sus normas de sucesión presidencial. En vez de proveer de vías institucionales que canalicen un cierto consenso modernizador, esas reglas generan grados extremos de odiosidad e inestabilidad. La figura del general Pinochet, en particular, se ha vuelto insoportablemente obsoleta, porque arrastra de manera indefectible al clima de 1973, es decir, a la crisis histórica de la cual la sociedad chilena contemporánea intenta salir.

CONTRA EL ARCAISMO, POR LA MODERNIDAD *

No hay dudas de que éste no es ya el país pre-73, pero no es tampoco el “mundo feliz” de los *Chicago Boys* de antes de 1982. Un nuevo ciclo se ha abierto, donde no hay un modelo perfectamente reconocible. Chile ha entrado, para decirlo de algún modo, a un escenario de *post-crisis*.

La vigencia del general Pinochet depende de la manipulación de todo lo arcaico que hay en la sociedad. Por eso recrea, una y otra vez, el escenario de crisis, en donde todavía están entrampados muchos políticos de oposición.

El empeño de las fuerzas democráticas por contrarrestar la propaganda del régimen, por ejemplo, las lleva a desconocer las multiformes transformaciones que ha venido experimentando la sociedad: arman un solo paquete con lo que pasa en la sociedad y en la cúpula del Estado, haciendo con ello un inmenso favor al régimen. Forzada a defender su identidad, de otra parte, la oposición ha adoptado la postura del anti-profeta que anun-

* *La Época*, 21 y 29 de octubre 1987.

cia incansablemente las catástrofes por venir. Y ese papel termina por hundirla en una visión escéptica y desesperanzada —o, cuando mucho, vagamente romántica— que le hace perder atractivo ante las fuerzas creativas del país.

En otros términos, la oposición democrática cae en un error cuando se consume en la denuncia y reduce su programa a la reversión de las nuevas tendencias modernizadoras. Los chilenos han invertido enormes energías, sea para impulsar esas tendencias, sea para adaptarse a ellas. Anunciar su liquidación equivale a proponer una crisis histórica como la que la sociedad trata de dejar atrás; y en un país que ha acumulado en tan poco tiempo experimentos y traumas de tanta magnitud, es de presumir que semejante convocatoria no despertará más que un entusiasmo pasajero.

La oposición tiene que retomar la actitud moderna por excelencia: el optimismo. En vez de seguir girando en torno a los temas de la destrucción de la democracia o de la crisis, parece haberle llegado la hora de poner la atención en las oportunidades que ofrece todo lo nuevo y dinámico que presenta la sociedad chilena de hoy.

La oposición, en suma, no debiera ir dirigida a la modernización, sino al arcaísmo; vale decir, a un régimen personalista que bloquea el amplio acceso a la modernidad. La democracia es la condición para que el escenario de la post-crisis se afiance, el pasado quede de una vez atrás, y el país entero se pueda lanzar a la aventura de la modernización: su programa no es pues volver atrás, sino impulsar a *toda* la sociedad hacia adelante.

El gran desafío de la futura democracia es precisamente impedir que se asiente la dualización de la sociedad. Junto a grupos hiper-modernizados, existe un mundo marginalizado que no cuenta con medios para salir de esa condición. No se trata, por cierto, de idealizar la uniformidad ni de imponer a la sociedad que marche toda a una misma velocidad, pero el Estado tiene que proveer a todos los ciudadanos de canales de participación y de movilidad sociales; tiene que actuar como una institución que integre a la nación.

Al igual que en el pasado, el programa de la democracia ha de ser *modernización para todos*. Pero es obvio que su proyecto no puede desentenderse de los nuevos rasgos que adopta la

modernización en el mundo contemporáneo, para reiterar un modelo ya superado. Si veinte años atrás el símbolo más popular del compromiso entre democracia y modernización fue la máquina de coser que entregaba el Estado vía *Promoción Popular*, hoy la mejor representación de ese mismo pacto es seguramente la organización de una *Corfo para los pobres*.

EL VIRUS DEL MIEDO *

No siempre se sabe cuál es el peligro, de dónde vendrá y cuándo ocurrirá, pero se sabe que existe y que frente a él se está inerme. El *miedo* se ha transformado en un sentimiento articulador de la vida de muchos chilenos. Pudo haber nacido con la represión, que ha dejado en los chilenos una marca indeleble, en especial la represión inmediatamente posterior al golpe militar. El miedo puede brotar también de la inestabilidad socioeconómica, en particular el desempleo. En los grupos medios, el temor surge de la violencia que puede venir de los "pobladores"; y entre muchos partidarios del régimen militar, la exposición a un conflicto político abierto en donde puedan resultar derrotados produce auténtico terror.

El miedo es como un virus que se ha extendido entre los chilenos. Con él se ha internalizado un sentimiento de vulnerabilidad, de debilidad personal, de angustia por no tener control sobre la propia vida. Con miedo, las personas no actúan según su voluntad. Por lo tanto, ante él las apelaciones racionales a la conciencia son insuficientes y, a veces, hasta contraproducentes.

* Lo que viene a continuación forma parte de un artículo publicado en la revista *Mensajes* N.º 361 (Marzo-Abril 1988), con el título "Los chilenos y el plebiscito. Un enfoque psico-social". Las observaciones están basadas en una investigación psicosocial realizada mediante *focus groups interviews*, con Gloria Messener en agosto 1987, y en las discusiones sostenidas con el equipo del proyecto CIS. Este estudio estuvo motivado por el hecho de que, no obstante la altísima proporción de chilenos que según las encuestas de opinión eran favorables a la inscripción en los registros electorales, a diez meses del plebiscito el número de inscritos efectivos no llegaba ni a la mitad del número potencial. ¿De donde venía esta resistencia a la inscripción, especialmente entre los que se inclinaban por el *No*?

Pero no es sólo miedo lo que comparte la población. También hay que mencionar los efectos de la *frustración*, presente especialmente entre los jóvenes. Este sentimiento emerge ante obstáculos que impiden lograr un objetivo al cual se tiende para satisfacer una necesidad ya constituida. Entre los chilenos de todas las edades y estratos sociales es notoria la distancia entre el país que se imaginan y el país real en que viven. Para la juventud que ha terminado su ciclo escolar, el problema está en la “falta de oportunidades”; y para los grupos populares, el problema radica en lo que se percibe como el “fin de la clase media”, esto es, el bloqueo de sus expectativas de movilidad social.

En condiciones normales, la frustración conduce a la hostilidad hacia la sociedad. Pero cuando el individuo no puede expresar su rabia y agresividad hacia afuera, la frustración lleva a la auto-culpabilización y auto-punición, o al desplazamiento de estas reacciones hacia personas del entorno: así, por ejemplo, los padres la desplazan hacia los hijos (“ha tenido todas las oportunidades, y no las ha aprovechado”), y éstos hacia los primeros (“me prometió que, si estudiaba, lograría un ascenso social; lo hice, pero no he conseguido nada”). Esto último es lo que ocurre en el caso de los chilenos, donde la frustración es fuente de resignación antes que de rebeldía.

Un tercer sentimiento prevaleciente en la población es la *humillación*, vale decir, el percibirse sistemáticamente marginalizado, no respetado, objeto de sospecha y abuso, sin nadie ante quién reclamar, sin saber cómo informar a los demás de lo que nos pasa. Así es como los grupos populares han experimentado su relación con el Estado en los últimos quince años. Los hechos más marcadores en este sentido han sido los allanamientos, los programas de empleo de emergencia (PEM, POJH), la política social del gobierno (que *da* casas y subsidios, pero no oportunidades para surgir), y la relación cotidiana con los empresarios y los carabineros. Como se sabe, la humillación deteriora la autoestima de las personas y, con ello, su capacidad para actuar autónomamente. Esto se revela con particular agudeza en los hombres adultos, que arrastran consigo el sentimiento de que las mujeres y los jóvenes los han desplazado de su rol tradicional como proveedores y defensores de la dignidad del grupo familiar.

En cuarto lugar, la participación política de los chilenos está inhibida por un profundo sentimiento de *impotencia*. Esta surge de la sensación de estar sometidos a un juego que es controlado desde arriba, y que será interrumpido en el momento mismo en que pareciera llegar a tener consecuencias. La impotencia es resultado también de una “desesperanza aprendida”, vale decir, de la reiterada experiencia de que hasta los máximos esfuerzos son a la larga infructuosos.

El conflicto entre el deseo de hacer algo y el miedo a los efectos de esa acción, desemboca en actitudes conformistas que son racionalizadas de múltiples maneras. Esto es lo que explica, por ejemplo, la idealización negativa, donde una autoimagen individual y grupal deteriorada lleva a depositar en el adversario (en este caso, el general Pinochet) toda la potencia arrebatada, lo que excusa al individuo para no emprender ninguna acción política y esperar simplemente la llegada de un salvador tan omnipotente como Pinochet (EE.UU., el Papa, etc.). La impotencia también está detrás de la tendencia a disociar la experiencia colectiva de la individual, lo que lleva a una actitud crítica respecto a lo que pasa en el país, mientras se emite una opinión satisfactoria respecto a la situación personal: en estas circunstancias, “no hay razón” para actuar en la esfera pública.

En quinto lugar está el *escepticismo*, especialmente vivo entre los jóvenes y en la “minoría activa” de los militantes políticos. El escepticismo es total respecto de los mensajes y actos del gobierno, pero también hay incredulidad frente a la oposición. Lo que reina es el sentimiento de que “no se puede creer en nadie”: “La fe está agotada” decía un muchacho; “ahora sólo confío en mi esfuerzo”. El escepticismo produce actitudes y conductas consistentes, lo que da como resultado una profecía autocumplida: “Como estoy seguro de que nada va a resultar, entonces no hago nada y en consecuencia nada resulta”. El mensaje tradicional de la oposición y la labor cotidiana de sus militantes refuerza extraordinariamente este sentimiento. En efecto, al poner todo su énfasis en la denuncia del régimen, terminan magnificándolo y provocando miedo, impotencia y escepticismo respecto a la eficacia de cualquier acto de oposición.

Todo lo anterior estimula una marcada tendencia al *retraimiento*. La gente se vuelca hacia dentro (“voy del trabajo a la

casa; ninguna otra cosa me interesa”), las expectativas personales se transfieren a los hijos, y florece el romanticismo (“para ser feliz me basta con el cariño de los míos”). En definitiva, el retraimiento conduce a la completa disociación entre la suerte del individuo y de su grupo más íntimo, y la suerte de la colectividad: el resultado obvio es la pérdida de cualquier interés en la participación política.

DIGNIDAD

El anhelo básico de los chilenos es vivir en una sociedad en donde, en reemplazo del miedo, lo que se encuentre sea seguridad y un sentimiento de unidad y trascendencia. Esta aspiración se vincula estrechamente a la demanda por instituciones que terminen con el abuso y ofrezcan seguridad a todos los individuos por igual, en tanto poseedores de los mismos derechos. Lo que los chilenos quieren escuchar de los liderazgos, por lo tanto, no son nuevas proclamas, sino una invitación que diga simplemente “*aquí son todos bienvenidos*”.

En el plano socioeconómico, la aspiración de la mayoría de los chilenos es superar la frustración que les produce un sistema social que no satisface sus demandas de movilidad social. La movilidad social se identifica con la modernización del país y con la expansión de la clase media, que representa el horizonte al que aspiran los grupos populares. Lo que éstos quieren es que se abran las oportunidades de ascenso social, y para ello el rol del Estado es ineludible. La movilidad social pasa en primer lugar por la posibilidad de un lugar en el mercado de trabajo; ahora, si las oportunidades propias se juzgan escasas, esta expectativa se transfiere a los hijos: de aquí la importancia que se le asigna a la educación.

Por demasiados años los chilenos se han sentido humillados por el poder político, y lo que hoy desean imperativamente es que el Estado les reconozca la dignidad que ellos han sabido proteger en el plano privado. La gente anhela ser tratada con respeto, independientemente de su condición social; ser escuchada con atención y cariño; que se la valore en el trabajo; que no se la aisle físicamente ni se la marginalice socialmente;

que el Estado la provea de oportunidades y no se limite a mantenerla con subsidios. Los chilenos se saben dignos y capaces, pero necesitan que esto se les reconozca por parte de las autoridades y los políticos. La exigencia es elemental: *que aquí nadie abuse*; el resto les parece que vendrá por añadidura.

Pese a la impotencia, en la gente subsiste un anhelo de participación. Hay interés por estar informados, por emitir opiniones, por ser tomados en cuenta, en fin, por elegir a los gobernantes. Lo que ocurre es que la participación política acrecienta la dignidad personal: por esto mismo, al margen de cualquier otra consideración, la inmensa mayoría quiere un cambio de gobierno. Si sienten que se dan ciertas condiciones, los chilenos participarán en el plebiscito previsto para octubre de 1988; entre esas condiciones, la principal es que exista una oportunidad efectiva de ganar, lo que se asocia a la imagen de una oposición unida.

La gente desea tener otra vez confianza y terminar con el escepticismo que, saben muy bien, los destruye. Los militares no dan confianza: no importa lo que prometan o realicen ahora, la memoria los asocia automáticamente con la represión, el abuso y la rigidez. Pervive una imagen positiva de lo que fue la democracia (con la excepción del período 70-73), pero no con suficiente fuerza como para proyectarse por sí sola. El anhelo de confianza apunta a la búsqueda de un liderazgo civil que crea en el pueblo, que escuche y se emocione, que actúe y no prometa, que sea práctico y competente.

Aunque ha tendido a retirarse del mundo social para resguardarse en el seno de sus familias, es evidente que la gente quiere intensamente pertenecer a Chile, y que Chile sea una nación respetable. Hay una imagen altamente positiva del país: su historia, su belleza natural, su hospitalidad. El “orgullo nacional” es parte de la dignidad que cada persona se asigna a sí misma. Pero esa nación respetada y respetable no es la de hoy, sino la del pasado. Hay pues un anhelo de que Chile vuelva a ser como entonces, de volver a ser parte de esa nación en donde todos contribuían y que pertenecía a todos.

EL PLEBISCITO ES LA OPORTUNIDAD

Los chilenos quieren cumplir con sus anhelos, pero dominados por la angustia, no se atreven a actuar. Quieren ponerse en acción, pero desconfían de sus propia fuerza para hacer frente a las adversidades. Desean un cambio, pero tienen miedo a la inestabilidad que él puede provocar. Sienten la necesidad de expresarse libremente, pero temen que esto termine con el orden público. Quieren hacer algo, pero les aterroriza que ello desencadene una violencia que los destruya. Necesitan líderes en quienes confiar, pero temen ser decepcionados. En fin, tienen necesidad de un futuro, pero los angustia la posibilidad de que él reavive los traumas del pasado. La despolitización de los chilenos es una respuesta a estos conflictos emocionales.

¿Puede el plebiscito superar esos conflictos y poner fin a la despolitización de los chilenos? Sí; el proceso que se abre con el plebiscito representa sin duda la mejor oportunidad de la que se ha dispuesto desde 1973.

En un evento multitudinario y a través de un acto secreto, cada persona tendrá la oportunidad de actuar. La inscripción y el voto son acciones que implican bajo riesgo, lo que permite vencer los efectos inhibitorios del miedo. Al mismo tiempo, ellas crean la sensación de que “mi opinión es importante y va a ser tomada en cuenta”; de que “somos poderosos porque estamos todos juntos”. El plebiscito, en otros términos, es el tipo de evento que se necesita para que los chilenos puedan salir del estado en que se encuentran subjetivamente, y actuar en función de sus anhelos.

La actitud ante el próximo plebiscito no puede estar marcada por la queja, la denuncia y el escepticismo. Si es así, entonces se estará profundizando la impotencia y el miedo; vale decir, los soportes psicosociales de la apatía. Por lo tanto, es urgente romper con la actitud de muchos militantes de la oposición, que se han profesionalizado en la denuncia. Para terminar con la apatía, esos militantes tendrán que transformarse en los profetas de la esperanza, en los comunicadores de la nueva ac-

titud: el plebiscito es una oportunidad para afirmar la dignidad de los chilenos y para mostrar el poder del pueblo; la posibilidad de expresar la opinión en las urnas es ya una conquista; hay que celebrar esta conquista inscribiéndose en los registros electorales; la ciudadanía impedirá cualquier intento de fraude; el plebiscito abrirá las puertas a las elecciones libres; por fin, estamos de nuevo todos juntos.

segunda parte

“LA ALEGRIA YA VIENE”

*CONCERTACION VS. UNIDAD **

Una mayoría de los chilenos declara en las encuestas que la realización de elecciones libres sería el mejor modo de superar la crisis institucional que consume buena parte de las energías del país. La oposición ha solicitado con todos los tonos una reforma constitucional que abra esa posibilidad, pero estos esfuerzos han chocado con la obstinación del régimen. Se está llevando al país a una confrontación que habría preferido evitar: el plebiscito. Sin embargo, siendo ésta la única alternativa, se ha llegado a la conclusión de que es necesario inscribirse para votar por el *No*, pues su triunfo abrirá el paso a las elecciones libres.

El mecanismo plebiscitario ofrece innumerables inconvenientes para el país. No obstante, para la oposición ofrece una "ventaja comparativa" que no puede desaprovechar: permite la unidad de objetivo y conductas a un conglomerado heterogéneo en cuanto a sus motivaciones. Frente al plebiscito, lo que importa es agrupar el máximo de votantes por el *No*. Pero esta ventaja se pierde cuando se pretende poner "contenidos" al *No*, lo que lleva a definir un programa, a formar una coalición de partidos y a buscar un candidato.

La peor de todas las estrategias posibles es enfrentar el plebiscito como si fuera una elección abierta y competitiva. En el amplio arco por el *No* hay espacio para todos; por lo mismo, cualquier proyecto de uniformarlo es contraproducente.

Frente al plebiscito, basta entonces con crear un movimiento nacional basado en tres elementos: el objetivo: oponerse al continuismo del régimen; la promesa: abrir paso a elecciones libres; la tarea: inscribirse y votar. A esto hay que agregar un procedimiento para alcanzar las elecciones libres después del triunfo del *No*, que conviene no plantee un quiebre traumático con la normativa vigente para no avivar el miedo ante la amenaza del "desorden".

* *La Epoca*, 25 de enero 1988.

El *No* ofrece a la oposición una oportunidad inmejorable para alcanzar la unidad que le demandan los chilenos. Como algunos estudios lo han revelado, ésta no es una demanda estrictamente política, sino que refleja más bien una necesidad subjetiva de autoafirmación en una población sometida al miedo y a la impotencia. Por lo tanto, la oposición no necesita por ahora de “programas” o “coaliciones”; lo que necesita es una imagen donde el pueblo chileno pueda mirarse para recuperar la confianza en su propio poder.

Así como lo óptimo puede ser enemigo de lo bueno, la “unidad” puede ser enemiga de la concertación. En otras palabras, no se puede pedir a los partidos políticos chilenos simplemente que se “unan”, pues sus divisiones encierran legítimas diferencias y una competencia natural en la perspectiva de la futura democracia; pero lo que sí se puede pedir a los partidos es que se concerten en todos aquellos espacios necesarios al triunfo del *No*.

LA INVISIBLE VICTORIA *

La Campaña por el *No* está introduciendo cambios profundos en la sociedad chilena. La contienda política diaria obscurece el hecho de que este país ya no es el mismo que el de hace apenas unos meses, y de que ya no volverá a ser jamás el de antes, cualquiera sea el resultado del plebiscito.

Se ha reconstituido la ciudadanía después de quince años. Millones de chilenos se han inscrito en los registros electorales y, al hacerlo, han roto con la apatía y el escepticismo para exigir que el Estado los escuche y para defender su voz, si es necesario. Esto es obra de la oposición. Ella apostó a hacer del plebiscito un proceso mediante el cual los chilenos se pusieran de pie. Para ello se propuso inscribir a los chilenos; y lo está logrando.

Otro éxito de la oposición es haber sido capaz de dar seguridad en su capacidad para impedir el fraude en el plebiscito. La desconfianza en el régimen hacía que la gente no se inscri-

* *La Epoca*, 25 de mayo 1988.

biera, y esto mismo multiplicaba las posibilidades de triunfo de ese mismo régimen. Ante tal círculo vicioso, la oposición se decidió a aprovechar la ley de partidos para ejercer control sobre el acto electoral. Ella obligaba a reunir la firma de 40 mil militantes; pues bien, varios partidos reunieron ya ese número en un tiempo récord, venciendo el temor que muchos tenían respecto a figurar públicamente como miembros de un partido opositor.

Gracias a esa actitud de la oposición, el plebiscito ha ganado en credibilidad, hasta transformarse en un mecanismo institucional a través del cual los chilenos confían poder resolver civilizadamente una contienda política que mantiene al país bloqueado. Por fin la política de la guerra se ve sobrepasada por la política del voto; por fin las élites tienen que ceder la palabra a la muchedumbre.

El país ha cambiado también porque está dejando atrás la fractura política que lo arrojó a la tragedia de 1973. La sociedad chilena se resiste a seguir girando en torno a los fantasmas del pasado; lo que quiere es mirar al porvenir, reencontrarse en la continuidad de la nación. En concordancia con esto, dieciséis partidos —entre los cuales se cuentan los grandes adversarios de 1973— han concluido acuerdos institucionales y socioeconómicos que los comprometen a cooperar, más allá de sus lógicas discrepancias, en la democracia por construir.

Para llegar a participar en el plebiscito y alcanzar esos acuerdos, los partidos opositores tuvieron que vencer la inercia de sus tradiciones y querellas ideológicas, y adoptar una conducta racional y pragmática en función de acciones que se orientan al futuro. Esto revela una importante modernización de la política en Chile, materia en la cual el mayor rezago proviene de la derecha. En efecto, ésta aparece como una fuerza arcaica que no se atreve a renunciar a la protección de los militares y que carece de otra apelación que no sea aquella que divide a los chilenos en función de la crisis de 1973.

¿Qué resultará del plebiscito? Un eventual triunfo del *Sí* podrá interrumpir temporalmente el proceso de democratización y modernización que está en marcha, pero no revertirlo para siempre. El triunfo del *No*, por su parte, no haría otra cosa que visibilizar la victoria que la sociedad chilena está obteniendo sobre su pasado.

LA CONQUISTA DE LOS INDECISOS *

Más allá de lo que pase en las cúpulas políticas, en la opinión pública han cristalizado algunas tendencias que están haciendo ya su propio camino. Por ejemplo, el plebiscito ha terminado por ser aceptado como mecanismo apto para desenredar la madeja política chilena. Así lo revelan el aumento de las inscripciones, el menor rezago de los jóvenes —hasta aquí los más desconfiados— y el interés que la gente manifiesta ahora por el proceso en curso. Como si fuera poco, días atrás el Partido Comunista, hasta ahora el más acérrimo opositor al camino del plebiscito, resolvió sumarse a él, llamando a inscribirse y a votar por el *No*.

La segunda tendencia apreciable es la recuperación de una actitud que caracterizó a los chilenos hasta un pasado no tan lejano: la preferencia por la argumentación antes que por los insultos o descalificaciones, el gusto por ponderar con serenidad las opciones en juego, el rechazo a los planteamientos apocalípticos y tremebundos que presentan siempre situaciones sin salida; en suma, una dosis de cordura que a veces se echa de menos a nivel de los políticos. De hecho, todas las encuestas muestran a un ciudadano que sabe perfectamente que el plebiscito —cualquiera sea el resultado— no traerá ni el paraíso ni el infierno; que no es posible una “vuelta a la UP”; que el triunfo del *No* no traerá ni el “caos” ni el “descalabro económico”; que bajo este gobierno ha habido progresos económicos que es necesario mantener; en fin, que la Constitución vigente debe ser reformada y no simplemente sustituida.

Un tercer elemento sobresaliente del panorama pre-plebiscitario es la presencia de un segmento de la opinión pública que se ha revelado más consistente y fuerte de lo que nadie imaginaba: los indecisos. En general se estima que representan un tercio del electorado, y son ellos, por tanto, los que definirán el resultado del plebiscito. De allí que las opciones *Sí* y *No*

* *La Epoca*, 1º y 21 de julio 1988.

estén obligadas a dirigirse hacia los indecisos para seducirlos y atraerlos. Con el correr de las semanas, las ofertas de una y otra opción se van haciendo más y más parecidas, pues se dirigen a la conquista de un mismo público. Tácitamente, por lo tanto, los indecisos están llevando a las élites políticas a suavizar sus gestos y a moderar sus mensajes.

De acuerdo a un sondeo reciente (CIS, mayo 1988, Gran Santiago), por lo demás, los indecisos —vale decir, los que están ponderando los pro y contra de las opciones en juego— estarían aumentando, un poco a costa del *No*, y principalmente a costa del *Sí*. Como se advirtió tantas veces, la fórmula del plebiscito equivale a un chantaje; y una manera de rebelarse ante esta situación es negarse a tomar una opción, o sea, declararse indeciso. Al mismo tiempo, con su actitud el indeciso está emitiendo otros dos mensajes: por una parte, está castigando al *Sí*; y por la otra, está expresando su desconfianza en el *No*.

¿Por qué “castigando” al *Sí*? Porque las últimas encuestas revelan que se está produciendo un éxodo o desprendimiento desde el *Sí* a los indecisos. Y las razones son claras: porque no les gusta el general Pinochet; porque son sensibles a la incongruencia que hay entre la propaganda “democrática” del gobierno y la militarización creciente de la campaña a través de la participación del Ejército; en fin, porque observan que el *Sí* se identifica con el extremismo y, por ende, con la polarización.

Los indecisos vienen del *Sí*, pero aún no se suman al *No*; esto es, precisamente, lo que los deja como indecisos. ¿Por qué no se suman al *No*? Porque se sienten inseguros respecto a él; en otras palabras, porque la oposición no ha logrado hasta ahora proyectar una imagen de unidad, organización y moderación lo suficientemente clara para atraerlos. Una campaña hacia los indecisos: éste es el gran desafío de la Campaña por el *No*, ahora que ya consiguió su primera victoria: inscribir a los chilenos en los registros electorales.

Para motivar la inscripción, la oposición apeló básicamente a dimensiones emocionales; para la conquista de los indecisos, en cambio, se requiere de la incorporación de elementos más racionales. Esto es muy simple: para ganar a los indeci-

sos, al *No* le basta con hacer visible y conocido aquello que ha elegido ser: una opción cívica que tiene como propósito abrir paso —sin violencias de ninguna especie— a elecciones abiertas, secretas e informadas de Presidente de la República, y a un diálogo nacional acerca de la conveniencia de reformar ciertos aspectos de la Constitución Política del Estado.

NACE UN CONSENSO *

El plebiscito ha sido motivo de la realización de múltiples estudios de opinión pública. Ahora bien, una lectura comprensiva de la información acumulada lleva a concluir que en la sociedad chilena han venido emergiendo acuerdos sobre algunos temas cruciales para el futuro de la nación. La materialización política de estos consensos se encuentra por ahora bloqueada, como efecto de las opciones cerradas a las que conduce el mecanismo plebiscitario; pero a la larga, tales consensos terminarán por imponerse también en el campo de la política.

¿Cuáles son esos consensos? En primer lugar, se ha producido un amplio entendimiento en torno a la necesidad de que los chilenos recuperen la ciudadanía. El gobierno y la oposición se han unido en el llamado a la inscripción en los registros electorales. En los meses precedentes millones de personas se han inscrito, después de vencer la apatía, el escepticismo, la falta de recursos, el miedo. Hasta abril de 1988, los jóvenes de las grandes urbes eran los más rezagados; hoy en día ellos también se han sumado a esta movilización silenciosa.

Un segundo consenso es aquel que reconoce progresos en la economía nacional, y retrocesos en la distribución de sus beneficios. La imagen de avance y modernización es compartida incluso por un tercio de los que votarán *No* en el plebiscito, y predomina ampliamente entre los grupos indecisos o indiferentes. De otra parte, a excepción del grupo que señala su intención de votar *Sí*, el resto de la población comparte la mis-

ma sensación: el buen comportamiento general de la economía no ha representado para ellos mayor prosperidad. Esto coincide con la opinión de que los sectores sociales más favorecidos por el actual gobierno han sido los "ricos" y los "militares" —en este orden—, y que el más desfavorecido ha sido la "clase media".

Un tercer consenso es el que se refiere a la necesidad de un cambio que democratice la vida política. En este plano se ha creado un amplio acuerdo —que supera con largueza a los partidarios del *No*— en cuanto a que el general Pinochet no debe seguir de Presidente por otros ocho años. La misma voluntad de cambio se manifiesta respecto a la Constitución: sólo una minoría se opone a que ella sea modificada. Por último, un acuerdo similar se reproduce en torno a la conveniencia de que los militares abandonen las funciones políticas en el próximo futuro.

Y hay un cuarto consenso: efectuar esos cambios políticos sin confrontaciones ni rupturas innecesarias. De allí la preferencia por reformas a la Constitución y no por sustituirla enteramente, incluso entre los partidarios del *No*. De allí también que una mayoría se pronuncie por respetar las normas constitucionales en cuanto a la continuidad del general Pinochet en su cargo por un año, aun si el *No* resulta triunfador en el plebiscito.

Se ha creado pues una mayoría consistente favorable a reformas económicas y políticas que no envuelvan rupturas radicales ni confrontaciones agudas. La curiosa concentración de preferencias a favor de "un candidato de consenso" (en algunas encuestas esta opción reúne más adhesiones que la suma del *Sí* y el *No* respecto a Pinochet) no debe interpretarse como expresión de la desinformación o ingenuidad de la ciudadanía: lo que ella revela, más bien, es su resistencia a la polarización que envuelve el plebiscito, y la búsqueda de una solución política que represente el entendimiento que se ha venido abriendo paso en la sociedad.

* *La Epoca*, 24 de agosto 1988.

LA LLAVE DE LA TRAMPA *

Recuperación de la ciudadanía, estabilidad económica con mejor distribución de los beneficios y cambio político con preservación del orden público: éstas son las coordenadas de un consenso nacional que emerge sigilosamente por debajo de las opciones por el *Sí* y el *No*. Para triunfar en el plebiscito, las opciones en competencia tienen que ser capaces de encauzar esta poderosa corriente que sacude subterráneamente a la sociedad chilena de hoy. Para decirlo de otro modo: la que ganará será aquella opción que mejor refleje esta voluntad de consenso que se aprecia en la ciudadanía.

Muchos chilenos se resisten a pronunciarse por un "*Sí* total" o un "*No* total". La gente está cansada de este tipo de dilemas. Y se preguntan: ¿por qué no abrir espacio para que se presenten todas las alternativas, en sus múltiples gradaciones, para elegir libremente entre ellas?

Todo el país sabe que la oposición fue siempre contraria al plebiscito, el cual crea un clima artificialmente confrontacional. Incluso políticos partidarios del régimen expresaron sus reservas frente a tal mecanismo. Era, sin embargo, el que más seguridades daba a la perpetuación del general Pinochet, y por ello se adoptó.

Pero los chilenos no quieren la confrontación. Se sienten incómodos ante las opciones cerradas que les plantea el plebiscito. Por esto muchos se declaran "indecisos", o expresan su deseo de contar con un "candidato de consenso". Es comprensible: a nadie le gustan los hechos consumados.

Las cartas, de todas maneras, han sido tiradas. Igual como ha ocurrido en los últimos quince años, a los chilenos no se les respeta su libertad de elegir en las materias realmente importantes. Han sido puestos en la disyuntiva de optar entre un *Sí* y un *No*, y no tienen más alternativa que hacerlo.

* Exposición realizada ante un grupo de dirigentes de la Concertación de Partidos por la Democracia. Santiago, agosto 1988.

El *Sí*, todos saben lo que significa: ocho años más de confrontación con un Presidente que grita y amenaza como si los chilenos fueran niños. Los acuerdos que se han venido tejiendo trabajosamente en la sociedad, serán probablemente destruidos, porque el poder de Pinochet reposa en la división de la ciudadanía. El *Sí* no representa un avance hacia la modernización del país; al contrario, representa un retroceso frente a lo ya avanzado.

En efecto, los chilenos están de acuerdo en muchas más cosas de lo que parece. Es Pinochet quien sabotea los consensos y bloquea la capacidad de acuerdo. Si se abre la posibilidad de que las distintas posiciones políticas puedan expresarse con entera libertad, se verá que entre ellas la convivencia, e incluso la colaboración, son posibles: ésta es la apuesta del *No*.

Un triunfo del *No*, por lo tanto, no sería el triunfo del Partido Demócrata Cristiano, Socialista o Radical. Tampoco el triunfo de otro modelo económico, o de otros planes de previsión, ni de nada que se le parezca. Con el *No* ganarían todos los chilenos que desean disponer del derecho a elegir libremente su destino y vivir en paz. Así de simple.

Muchos compatriotas sienten el plebiscito como una trampa: por esto lo rechazan y buscan —aunque sea ilusamente— otras soluciones. La llave para escapar de esta trampa está en el *No*. Porque ganando el *No*, existe la seguridad de que habrá elecciones abiertas en el plazo máximo de un año, y frente a ellas cada uno recupera su libertad para elegir entre una amplia variedad de opciones.

LA GUERRA DE LAS FRANJAS I *

Después del plebiscito de 1988, numerosos analistas atribuyeron a la televisión una importancia capital en la victoria del *No*. Se exagera, no hay duda, pero a juzgar por estas reacciones, algo de especial parece que hubo bajo la *Franja del No*.

* Publicado en la revista *Convergencia* N° 14, Santiago, noviembre 1988, con el título "La Franja del No".

Sacarlo a la luz hoy día tiene su importancia, porque se pueden descubrir algunas pistas útiles para encarar con éxito los desafíos políticos que se avecinan.

Hay que subrayar que la *Franja* no fue un producto aislado. Ella en realidad fue la cara más visible de una Campaña que la antecedió y que cubría también muchas otras dimensiones. Tras la *Franja*, por ejemplo, estuvo todo el trabajo previo del *Comité Técnico* del Comando por el *No*. Este grupo, constituido en noviembre de 1987 y compuesto por científicos sociales con acceso a los más variados estudios de opinión, fue el que se encargó de diseñar las alternativas estratégicas de la Campaña, para que los dirigentes políticos tomaran las decisiones. De este Comité surgieron proposiciones claves, como aquella de centrar la campaña en espantar el miedo, recuperar la dignidad y revitalizar el sentimiento de que las cosas pueden ser diferentes. También la estrategia destinada a consolidar tempranamente la implantación del *No* entre los jóvenes y, sobre todo, llevarlos a inscribirse. A continuación, el énfasis en los "indecisos", con un mensaje segurizante centrado en los problemas sociales antes que en el cuestionamiento de la estructura económica, y que se proponía recuperar una convivencia normal en donde Pinochet y los militares dejaran el gobierno a los civiles.

Bajo la *Franja* estuvo también un *Comité Creativo* formado por publicistas profesionales. Si cabe la distinción, el *Comité Técnico* fue el que elaboró "la estrategia" de la Campaña, mientras el *Creativo* fue el que le dio "la onda". Esta "onda" —que fue, a lo menos, tan importante como la "estrategia"— se reflejó en un slogan ("*Chile. La alegría ya viene*"), en piezas publicitarias de radio y prensa, en los *spots* para TV (como el de la "Señora Yolita") y, particularmente, en el *jingle* y el *clip*.

El equipo

El gobierno mantuvo hasta el final el suspenso acerca de las características que tendría la propaganda electoral en televisión. De ahí que, faltando sólo dos semanas para su inicio, recién pudo constituirse el equipo encargado de la realización de la *Franja del No*, compuesto por productores y directores inde-

pendientes, algunos con experiencia en TV y otros entrenados en el cine publicitario y documental. Este equipo recogió las proposiciones elaboradas por el *Comité Técnico* y diseñó la estructura de un programa de TV destinado a sostenerse 27 días sucesivos en el aire. La primera decisión consistió en solicitar a Patricio Bañados —un animador de sólida reputación y alta credibilidad— que actuara como "hombre ancla" de la emisión, lo que fue uno de los mayores aciertos de la *Franja del No*.

Realizar los programas suponía armar una empresa de grandes dimensiones con recursos muy escasos. Esto se logró en pocos días, gracias a la extraordinaria capacidad de organización existente en el medio publicitario y cinematográfico, que vive de ordinario sometido a las leyes del mercado. El montaje de esta empresa tuvo a su favor también la existencia en Chile de una capacidad instalada moderna y sofisticada, desarrollada gracias al *boom* experimentado por la publicidad en el último período.

La organización que se montó tuvo un funcionamiento completamente descentralizado. Bajo las directrices generales del núcleo central operaron diferentes sub-equipos compuestos de directores y productores, cada uno de los cuales contaba con medios técnicos propios. Muchas veces estos sub-equipos —y también otros, que no estaban directamente ligados a la producción de la *Franja*— tomaban iniciativas por su cuenta, lo que permitía cada día contar con materiales en los que no se había pensado. Al final esta organización fue decisiva para darle agilidad y frescura al programa.

La *Franja*, en definitiva, se constituyó en una empresa altamente productiva donde convergieron tres trayectorias profesionales: la de los científicos sociales, la de los publicistas, y la de los profesionales del cine y la TV. Cada decisión (desde la letra del *jingle* hasta la factura de cada uno de los programas) fue el resultado de la interacción entre esos tres mundos que se encontraron bajo la *Franja*.

¿Qué fue lo que permitió el ensamblaje entre tres "culturas" tan diferentes? Si se observa con atención, se descubrirán por lo menos dos puntos en común. El primero, que tanto los científicos sociales como los publicistas y los realizadores constituyen grupos que en los últimos años han experimentado intensos pro-

cesos de modernización y profesionalización. Y si se indaga más a fondo, se encontrará otro rasgo compartido: casi todos los que estuvieron tras la *Franja* pertenecían a la “generación de los sesenta”, aquella que se socializó en fuertes valores colectivos, que se jugó a fondo por ellos y en muchos casos perdió, que asumió sus derrotas, se recicló y siguió adelante en la búsqueda de lo que Sergio Spöerer bautizara como la “segunda oportunidad”.

La “Fanja” de cada día

Cada programa contenía más o menos los mismos elementos: Patricio Bañados, *clip*, reportaje, especialista o dirigente político, humor, testimonios, musical, noticias, etc. La producción se organizó siguiendo esa estructura: hubo un equipo permanente encargado de las noticias; otro encargado de producir el humor; un tercero que se encargó de los musicales; hubo un productor encargado de los *spots*, que fueron realizados por diversos directores; uno de los miembros del equipo central se encargó de la producción de los reportajes (sobre salud, educación, pobreza, etc.); un equipo especial tomó a su cargo la grabación de los dirigentes políticos; y los propios directores generales fueron responsables de las grabaciones en estudio de Patricio Bañados y de los especialistas por tema.

Junto con la estructura de producción funcionó un Comité Editorial, que seleccionaba los temas de los reportajes, ponía atención en los contenidos emitidos por los diferentes participantes para multiplicar su eficacia, y evaluaba la marcha general del programa. Este Comité trabajó en estrecha colaboración con el *Creativo* de la Campaña, y contó con la colaboración de un equipo de psicólogos y sociólogos que evaluaba diariamente el impacto del programa, a partir de grupos motivacionales (*focus groups*) organizados especialmente con este fin.

Los programas tenían que ser entregados al Consejo de Televisión 36 horas antes de su emisión. El problema de cada día era qué se incluía y cómo se combinaban las diferentes partes del programa. Se definían esquemas que iban variando en el transcurso de la jornada según el material con que se contaba, según lo que iba ocurriendo en la campaña, o según las ideas

que iban surgiendo. La “hora de la verdad” caía en la noche, y el lugar era siempre el mismo: la mesa de edición. Allí, con el material en los monitores, los directores y los responsables políticos de la *Fanja* decidían qué iba y qué quedaba afuera.

Responder o no responder, y otros dilemas

En el proceso por cierto se vivieron momentos de tensión. Una de sus fuentes fue la presión que se recibía desde los círculos políticos e intelectuales. Así, por ejemplo, en la primera semana arrieron las críticas por lo excesivamente “liviano” que era el programa: lo que proponían era “perder menos el tiempo” y aumentar la dosis de “información” (léase mensajes verbales racionales). También se escucharon opiniones que estimaban que el programa era muy “blando”, que había que “aprovechar la oportunidad” y radicalizar las denuncias. De otra parte, había quienes estimaban que el programa era muy “izquierdista”, porque se refería con demasiada insistencia a los temas de la pobreza y los derechos humanos, contenía muchos testimonios de figuras de esa proveniencia política, y se dirigía de preferencia a grupos populares.

Pero sin duda el mayor foco de tensión fue la *Fanja del Sí*. Su estilo ultra-agresivo y sus alusiones directas al programa del *No* llevaron a que muchas personas (especialmente en los círculos políticos) estimaran que era necesario responder. Pero el país es testigo de que el *No* jamás respondió. Estaba en juego un problema de principio: no se podía gastar ese escaso espacio de libertad en TV en una guerrilla que los chilenos no se merecían. Pero había además un problema de eficacia: el programa del *No* estaba teniendo éxito —incluso entre los partidarios del *Sí*— y se producía el hecho extraordinario de que la gente veía diariamente en la propaganda del régimen aquello que más rechazaba: la reproducción del clima de confrontación.

En efecto, los grupos motivacionales o *focus groups* mostraban que el público se identificaba con los sentimientos de paz y tolerancia que despertaba la *Fanja del No*, y esto creaba el ambiente afectivo para que sus mensajes fueran reci-

dos. Estas evaluaciones fueron decisivas para resistir las presiones del medio y las provocaciones del adversario, e insistir en la línea trazada.

Las evaluaciones entregaron también valiosas orientaciones para decidir algunas cuestiones delicadas, como el momento y la forma de introducir a los dirigentes políticos. Cuando se diseñó la *Franja del No*, la participación de los dirigentes políticos fue contemplada, pero la decisión sobre la oportunidad se fue postergando ante el éxito de los primeros programas, en los que ellos sólo aparecían en las noticias. Al final de la segunda semana, sin embargo, los directores hicieron ver la necesidad de darle más peso y contenido al programa, para lo cual se veía necesario introducir a los políticos. Por los *focus groups* se sabía exactamente el tipo de resistencias que ellos despertaban en el público: anticuados, distantes, formales, todos iguales, repetitivos. Esto permitió crear el formato en que finalmente aparecieron, en ambientes cálidos y con mensajes breves, específicos y orientados al futuro.

Las encuestas realizadas con posterioridad al plebiscito han demostrado que la *Franja del No* enfrentó correctamente los dilemas que se le presentaron. En todos los planos obtiene una evaluación mucho más positiva que el programa del *Sí*: para la sorpresa de muchos, el *No* en TV fue más entretenido y a la vez más creíble; fue más real y a la vez más positivo y optimista; fue más artístico y a la vez más confiable como alternativa de gobierno.

Modernizando la política

La *Franja del No* no habría sido lo que fue sin el respaldo de los dirigentes políticos. Eran tres los partidos con derechos sobre el espacio televisivo; no obstante, ellos tomaron el acuerdo de hacer un programa común abierto a todos. Donde correspondió, los políticos confiaron en equipos técnicos contruidos en función de la competencia y no de la afiliación partidaria. Mostraron además su ductilidad para prestarse a los "dictados de la TV", y un sentido de equipo que los llevó a poner sus imágenes personales al servicio de la causa compartida. Lo que reveló la *Franja* —y, en general, toda la Campaña del *No*—

es que en la dirigencia política de oposición hay síntomas de una real modernización.

La atención prestada a las encuestas de opinión y a su imagen pública, revela la voluntad de los políticos de adaptarse a las percepciones, sentimientos y opiniones de la gente común, para ensayar interpretarla. Este esfuerzo por crear una relación de empatía con los ciudadanos sustituye la figura tradicional del dirigente-profeta distante de la gente ordinaria, por la figura de un genuino servidor público.

La adopción de esta nueva actitud lleva a un relativo distanciamiento del líder con respecto a su grupo de referencia habitual, formado por los dirigentes y militantes del partido. Esto explica las resistencias que suscita en estos últimos el uso del *marketing*, al que acusan de conducir al abandono de los principios y de la voluntad en política.

Desde el momento en que los líderes trascienden sus grupos de referencia para acercarse a la gente ordinaria en el afán de representarla, no hay duda de que las posibilidades de los proyectos ideológicos totales son mucho menores, lo que desde todo punto de vista es positivo. Las propias "leyes" del *marketing* enseñan, de otra parte, que todo "producto" que carezca de una imagen definida o que cambie permanentemente sus características está destinado al fracaso, pues no despierta credibilidad; una política sin voluntad ni principios, por lo tanto, fracasaría con seguridad en el plano electoral. La protección de los principios se puede entonces dejar en manos de la ciudadanía: es sin duda más seguro que dejarla en las manos de una burocracia partidaria.

La experiencia de la Campaña por el *No* revela que la modernización de la política está ligada al uso del *marketing*. El miedo que éste despierta en algunos círculos proviene de una visión reduccionista que lo identifica con la manipulación de la opinión pública por las élites políticas. Sin embargo, ¿por qué no tomarlo en un sentido inverso, esto es, como un vehículo a través del cual la sociedad hace pesar sus aspiraciones en las élites políticas? Esto fue exactamente lo que hizo la *Franja del No*: acoger las demandas más profundas de los chilenos y llevar a los políticos a pronunciarse sobre ellas. En este sentido, la modernización de la política puede contribuir poderosamente a una democratización de la sociedad.

Bajo la Franja

Después de las transmisiones con ocasión de la visita del Papa en abril de 1987, ningún programa de la televisión chilena había tenido el impacto de la *Franja del No*. Jugó a su favor ciertamente la curiosidad que produce todo lo prohibido, lo que fue reforzado por su alta calidad técnica y artística. Pero, ¿fue sólo eso?

Bajo la *Franja* se escondió en realidad un secreto: contrariamente a lo que se esperaba, no fue un programa de propaganda del *No*, sino de "propaganda" de los chilenos, de los vivos y de los muertos. Y al mirarse en ese espejo, los chilenos descubrieron que renacía en ellos un sentimiento que había permanecido reprimido por largos años: el sentimiento de formar parte de un mismo pueblo, y de que éste era digno y noble; descubierto eso, ya no tenía sentido seguir con Pinochet.

Si se observa su gestación, la historia de los que la realizaron, los valores a los que apeló y su estética, cabe preguntarse si bajo la *Franja del No* no estuvo el germen de una nueva cultura democrática. Una cultura bastante singular, pues amalgama la defensa de los derechos humanos con los desafíos de la empresa privada, el cariño por el pueblo con la apertura hacia el mundo, la doctrina social de la Iglesia con Neruda, la solidaridad con la modernización. De ser así, esto es lo que debieran proyectar hacia el futuro los políticos que se postulan como herederos del *No*.

*LA ESTRATEGIA DEL NO **

La estrategia seguida por la Campaña por el *No* se basó en un diagnóstico de la sociedad chilena elaborado durante años por la comunidad de cientistas sociales. El triunfo de esta opción en el plebiscito reveló que esa interpretación era adecuada. El objeto de esta presentación es explicitar someramente aquel

* Presentación hecha en un Seminario del CIS para evaluar la Campaña por el *No* (diciembre 1988) y que se recoge en *La Campaña del No vista por sus creadores*, Santiago: Editorial Melquifades, 1989.

diagnóstico, en tanto él permite comprender mejor el desarrollo de la Campaña y las repercusiones del plebiscito.

El diagnóstico

La Campaña por el *No* hizo suya la hipótesis según la cual la sociedad chilena había atravesado por un período prolongado de desintegración. En el plano sociológico, el fenómeno de la desintegración abarcaba diversas dimensiones. De partida, el hecho de haber sido azotada por olas de cambios sucesivos y radicales, terminó por provocar en la gente un hondo cansancio. Muchos de los antiguos referentes normativos, valóricos y simbólicos fueron destruidos; y como éstos no siempre fueron sustituidos por otros, la continuidad histórica de Chile como nación quedó suspendida, y en ciertos grupos se creó una típica situación de anomia. Por último, las transformaciones en la economía y en el papel del Estado provocaron la reducción del contingente asalariado y el abultamiento de la ocupación informal y la marginalidad, lo que atomizó la estructura social ahondando el proceso de desintegración.

El debilitamiento de la cohesión social, sumado a la prolongada acción de un gobierno autoritario, tuvieron a su vez variados efectos en el plano psicosocial. El primero y principal fue el miedo o angustia, provocados por un contexto inestable y fuera de todo posible control para los individuos. Junto con esto, la identidad y autoimagen de las personas sufrieron un severo deterioro, producto de la frustración a que dio origen el bloqueo de los canales conocidos de movilidad social y de la humillación provocada por un Estado que excluía sistemáticamente a las personas de la participación política.

Lo anterior hizo que tomara cuerpo un profundo sentimiento de impotencia, que no se revelaba directamente, sino por la vía de convertir al general Pinochet en una figura omnipotente frente a la cual no se podía hacer nada. A fines de 1987, por ejemplo, cuando la campaña daba sus primeros pasos, la opinión generalizada era que el gobierno era imbatible, pues tenía el control absoluto sobre el plebiscito en todas sus fases. Ante un adversario todopoderoso, nada más justificado que mantenerse pasivo y no intentar ni la más mínima oposición.

Para convivir con la impotencia y el miedo, los chilenos fueron elaborando diversos mecanismos de defensa. Uno de los más recurrentes fue el escepticismo, esto es, una incredulidad radical respecto a la posibilidad de que las cosas pudieran ser diferentes. Proponerse una meta de cualquier tipo implica siempre el riesgo de un fracaso; pues bien, el miedo al fracaso llevó a que toda meta política fuera objeto de una crítica destructiva, pues era preferible resignarse y no tener ilusiones antes que experimentar una nueva desilusión.

Los militantes de los partidos opositores fueron los más afectados por este síndrome, que los llevó a actuar al comienzo como verdaderos profetas del escepticismo. En su caso se debe hablar de una "desesperanza aprendida", cuyo origen se encontraba en la experiencia de las protestas: en ellas pusieron toda su fe y su energía, aparentemente sin resultados. En reacción a eso, con ocasión del plebiscito tendían automáticamente a usar su información para "probar" que Pinochet disponía de todos los medios para imponer su voluntad. Ocupados en eso durante años, por lo demás, lo que mejor sabían era "denunciar" al régimen (especialmente en materias de derechos humanos), sin percatarse de que con ello activaban el miedo, la impotencia y, en consecuencia, la pasividad de la gente.

En fin, el hecho de sentirse ante un medio hostil, que en vez de ofrecer seguridad y satisfacciones producía miedo y humillaciones, incentivó una marcada propensión al retraimiento. La gente tendió a replegarse hacia los grupos primarios (como la familia, por ejemplo), a imputar a la responsabilidad propia el origen (o la culpa) de sus problemas, a sobrecargar la vida afectiva en búsqueda de compensaciones, y a caer en razonamientos cargados de romanticismo y de pensamiento mágico.

La apuesta

Si el diagnóstico anterior era correcto, entonces la demanda tácita de los chilenos se dirigía al robustecimiento de los lazos de integración social. Por lo tanto, la estrategia del *No* consistió básicamente en la formulación de mensajes y en la organización de eventos que, en vez de reforzar las tendencias

conflictuales y desintegrativas dominantes por años en la sociedad chilena, respondieran a los anhelos reprimidos de reconciliación y cohesión social.

Los anhelos de los chilenos se dirijan, en primer lugar, a habitar en una sociedad que acogiera y donde primara la *seguridad* y no el miedo; en segundo término, a poner fin a los abusos humillantes (sea por parte del Estado o de los grupos más poderosos), vale decir, a hacer respetar la *dignidad* y los derechos de las personas; en tercer lugar, a obtener oportunidades de progreso o *movilidad social* para todos los miembros de la sociedad, de modo que algunos no se vieran condenados a una frustrante marginalización de los beneficios colectivos; y en cuarto término, a la apertura de canales de *participación* y a la restitución de la *confianza*, factores básicos para terminar con el retraimiento y revivir el sentimiento ciudadano de *pertenecer* a una comunidad política: la nación.

El objetivo de la Campaña no fue modificar las opiniones de la población, pues en su inmensa mayoría ellas eran favorables al *No*; el verdadero objetivo fue superar una actitud resignada que nacía del miedo y del escepticismo, de tal modo que las personas actuaran de acuerdo a sus opiniones. Y así surgió el *slogan* de la Campaña, que no era una invocación, sino un anuncio categórico: *Chile, la alegría ya viene*.

En el diagrama de la siguiente página (diseñado por el equipo del CIS a fines de 1987) se ilustra bien el desafío del *No*: aprovechar el plebiscito para que los chilenos superaran su situación presente, movilizándose en función de sus aspiraciones.

La *Franja del No* en la televisión fue una perfecta ilustración de esta estrategia. Pero en realidad toda la Campaña se orientó en ese mismo sentido: de allí los esfuerzos por hacer de la misma Campaña una comunidad al interior de la cual cada uno podía expresarse; o la imagen de unidad que proyectaron los partidos opositores, que devolvió a millones de chilenos su sentimiento de poder; o el compromiso de los partidos políticos en el sentido de que su primera prioridad sería ampliar las oportunidades socioeconómicas de las personas, antes que emprender grandes transformaciones de tipo estructural; o las iniciativas (formación de apoderados, sistema de cómputo paralelo, etc.), destinadas a generar confianza en la capacidad de la oposición para controlar un eventual fraude; o la actitud de

Estado actual los chilenos	Campaña por el No	Aspiraciones de los chilenos
miedo	sentido de comunidad	seguridad
frustración	oportunidad para todos	integración y movilidad social
humillación	fin a los abusos	dignidad y derechos
impotencia	unidad política	participación
escepticismo	organización para impedir un fraude	confianza
retraimiento	inscripción en los registros electorales	orgullos de ser ciudadano de esta nación

los líderes políticos, que recorrieron todo el país acompañando y escuchando al pueblo; o, en fin, la promoción de múltiples actos (la inscripción en los registros electorales, concentraciones, marchas, etc.) a través de los cuales los chilenos pudieron recuperar un sentido de pertenencia que añoraban.

Una opción clave fue aquella de centrar gran parte de la Campaña en promover la inscripción en los registros electorales, con el supuesto de que éste sería el acto que marcaría el paso hacia una nueva actitud. Esta decisión suscitó algunas inquietudes, pues no se veían por ninguna parte los temas "políticos" que se suponía la Campaña debía abordar. Al final, sin embargo, lo que permitió el triunfo del *No* el 5 de octubre de 1988 fue el hecho de que los chilenos habían reconquistado previamente su ciudadanía.

En suma, la estrategia del *No* se orientó esencialmente a despertar un movimiento nacional de reconstrucción de las bases de integración de la sociedad chilena. Si tenía éxito en este objetivo, la victoria electoral sobre Pinochet podía darse por descontada; no tenía sentido, por tanto, consumir las energías de la campaña en derrocar al *Sí*. Esta fue la gran apuesta del *No*.

Lo obvio era esperar del *No* una Campaña de contenido "liberal"; en los hechos, sin embargo, ella tuvo un carácter netamente "conservador". Los valores de cohesión social, continuidad histórica, unidad nacional y normalización con los cuales el *No* se identificó, tienen claramente esa marca. Esto "desposicionó" a la Campaña del *Sí*: más allá de sus intenciones, quedó identificada con la ruptura histórica, con la guerra interna; vale decir, con el prolongado período de convulsiones que los chilenos deseaban dejar atrás.

El rito del reencuentro

Más allá del triunfo del *No* el 5 de octubre, es interesante hacer notar que el proceso del plebiscito logró vivificar valores comunes y recrear entre los chilenos un sentimiento de unidad. En este sentido, el plebiscito puede ser interpretado como un rito; específicamente, como uno de aquellos ritos que acompañan el paso de una situación a otra, y que los antropólogos denominan ritos *de passage* o de transición.

En los ritos *de passage* se distinguen tres fases: separación, transición y agregación. En el caso del plebiscito, la inscripción en los registros electorales cumplió la función de un *rito de separación*: en efecto, este simple acto marcó el abandono de la actitud de escepticismo y resignación que predominaba en vastos sectores de la población. La Campaña por el *No*, por su parte, cumplió la función de un *rito de transición*, acompañando a los chilenos en su pasaje desde esa situación a otra en la cual sus aspiraciones básicas pudieran realizarse, aprovechando con este fin el plebiscito (el diagrama presentado en páginas anteriores ilustra bien esta función de la Campaña). Y al final, el plebiscito mismo se transformó en un *rito de agregación*: el 5 de octubre los recintos de votación se convirtieron en verdaderos templos donde se celebró una liturgia republicana, protegida por fuerzas militares apostadas en las afueras de los recintos bajo las órdenes de los "celebrantes", esto es, de los vocales y apoderados de mesas y recintos que durante meses se habían preparado para la ocasión.

Como todo rito, éste terminó en una fiesta. Los partidarios del *No* celebraron su victoria sin agresiones ni violencias de

ninguna especie. Los partidarios del *Sí*, por su parte, aceptaron su derrota, y se sintieron profundamente aliviados al ver que se cerraba un ciclo histórico —que ellos sabían no podía durar para siempre—, sin que se desencadenara la catástrofe que temían.

La experiencia del plebiscito permitió exorcizar los demonios que habitaban en la historia reciente del país, y que mantenían a los chilenos atemorizados y divididos. Participar en un mismo rito, defendiéndolo y respetándolo, los llevó a reconocerse como partes de una misma comunidad nacional y, por ende, a respetar sus diferencias. El 5 de octubre de 1988 demostró a cada uno que la sociedad puede organizarse por sí misma para resolver sus diferencias, por lo cual es innecesaria la presencia de poderes tutelares.

Lo que hizo del plebiscito un rito *de passage* hacia una sociedad más integrada fue el carácter que tuvo la Campaña por el *No*. Porque la apelación que le permitió ganar sobre el *Sí* recreó al mismo tiempo un sentido de unidad nacional que hoy asegura grandes posibilidades de éxito al proceso de democratización que se abre paso en Chile. Esta es la verdadera victoria del *No*.

"EL PODER DE LA ALEGRIA" *

Sr. Tironi, Ud. integró el Comité Técnico que diseñó la campaña por el No en el reciente plebiscito chileno. ¿En qué consistió ese trabajo?

El trabajo comenzó en octubre de 1987 con estudios de opinión pública para los partidos políticos. Hasta ese momento la oposición chilena estaba embarcada en una campaña por elecciones libres, vale decir, rechazaba el plebiscito. Los estudios de opinión permitieron conocer las grandes demandas de los

* Extractos de una entrevista de Mariella Balbi en el diario *La República*, Lima, Perú, enero 1989.

chilenos y sus principales bloqueos o resistencias.

¿Cuáles eran?

Había un anhelo global: una búsqueda de dignidad, un deseo de integración social, de participar de una colectividad. Por otra parte se observaba un miedo muy profundo, que muchas veces se manifestaba como resignación, apatía, escepticismo e impotencia.

¿Qué pensaba la gente del plebiscito?

Al principio lo tomaban como una trampa, y se requería entonces estimular una modificación de esa actitud. No había que tomarlo [el plebiscito] como una maniobra de Pinochet, sino positivamente, como una oportunidad para que la gente se congregara nuevamente y reconquistara su ciudadanía inscribiéndose en los registros electorales. Así los chilenos podrían participar a través del voto, vale decir, mediante un gesto que no encerraba mayores riesgos individuales.

¿Cómo llegaron a esta conclusión?

Los actos electorales hacen a la gente sentirse parte de una muchedumbre, y esto les da un sentimiento de poder. Así se podía contrarrestar la omnipotencia que la población le asignaba a Pinochet, dejándola paralizada.

El diagnóstico fue muy simple: el problema fundamental no está a nivel de las opiniones, pues la gente quiere democracia. El problema está en el plano actitudinal: las personas no están en condiciones de actuar en función de sus opiniones, porque se encuentran con resistencias psicológicas que se lo impiden. Lo que hay que hacer entonces es remover esas resistencias, en particular el miedo y el escepticismo; y el plebiscito representa una gran oportunidad.

¿Fue difícil lograr la unidad de dieciséis agrupaciones políticas?

Ese fue un punto crucial. Históricamente en Chile la unidad se había producido sobre la base de principios comunes. En este caso eso era imposible, porque los partidos tenían proyectos diferentes. Por eso no correspondía hablar de unidad, sino de concertación. Es decir, todos los partidos, aunque distintos, convergen pragmáticamente en un objetivo común: votar que *No*. Esto representaba una importante alteración del camino seguido hasta entonces.

¿Cuál era ese camino?

Aquel que suponía que para tener éxito con el *No* se necesitaba un programa común, una coalición de partidos y un candidato que enfrentara a Pinochet. Lo que el Comité Técnico planteó fue todo lo contrario: lo que se necesitaba era que en torno a un objetivo común convergieran las más diversas motivaciones.

¿Viva la diferencia?

Claro; se trataba de que unos votaran por el *No* porque eran modernos, otros porque defendían los intereses del proletariado, otros porque querían estabilidad, etcétera.

¿No escandalizó esto a los partidos políticos?

Es que las opciones se estaban agotando. La posibilidad de alcanzar la unidad en el estilo tradicional se complicaba cada vez más, y el plebiscito se acercaba. Entonces el "mal menor" fue buscar este tipo de concertación.

Una vez alcanzada la concertación, ¿por dónde empezaron?

Hubo una gran movilización por la inscripción en los registros electorales. Al principio esto parecía muy extraño, porque la Campaña no se dirigía contra Pinochet...

¿Por qué esa decisión?

Es que si desde un principio se enfatizaba mucho la oposición a Pinochet, lo que se despertaba era el miedo, y con eso se ponían a funcionar mecanismos de defensa, como el escepticismo y el retraimiento.

El electorado, ¿es tan fácilmente manipulable?

En una sociedad de masas la gente sigue los mensajes por los cuales siente una empatía especial. No es fácil manipularla. En el Comité Técnico se empleó el *marketing* de la manera más noble. Lo que se hizo fue construir un producto de acuerdo a los deseos de la gente; en ningún caso se pretendió modificar esos deseos para que consumiera nuestro producto. En este sentido se trató de un ejercicio increíblemente democrático. Y en cualquier caso, los "manipulados" habrían sido los políticos y no el electorado, pues fueron ellos los que se tuvieron que subordinar a las demandas de la gente.

¿Qué obstáculos tuvieron que vencer para que los chilenos se inscribieran en los registros electorales?

Al principio muchos chilenos se resistían a hacerlo, porque pensaban que el fraude era inevitable. La Campaña se dirigió a ellos para decirles: "Arriésguense a creer; no tengan más miedo a nuevas desilusiones". Esto ayudó mucho a cambiar la actitud de los militantes políticos, que estaban tan entrenados en la denuncia al régimen que terminaban por desatar un efecto contraproducente, avivando el miedo y la desesperanza. El mayor retraso se produjo en los jóvenes, y esto era preocupante

porque ellos decidían el plebiscito. Por las encuestas se sabía que estaban por el *No*, pero no se inscribían pues no estaban dispuestos a enfrentarse a una nueva frustración.

¿Cómo hicieron para seducirlos?

Según un estudio específico realizado al respecto, los jóvenes arrastraban una profunda resignación, y ésta daba lugar a una suerte de pensamiento mágico. Decían, por ejemplo, “yo estoy dispuesto a defender el triunfo del *No* en la calle a través de la lucha armada, pero a lo que no estoy dispuesto es a inscribirme”. Pero, ¿qué triunfo iban a defender si ellos ni siquiera votarían? Esto llevó a modificar el discurso frente a los jóvenes. Buscamos que fuera menos complaciente, que los emplazara a correr el riesgo de atreverse, porque ésta era una oportunidad que, si se la dejaba pasar, no se repetiría. Se trataba de transmitirles que la responsabilidad estaba en sus manos; hacerles sentir que ellos decidían la elección. Hay que ser muy duros ante la resignación, porque es una tendencia muy contagiosa. Incluso los adultos que trabajaban con jóvenes populares estaban contagiados por ella.

Al final, ¿se logró que se inscribieran todos?

Sólo dos meses antes del plebiscito el *No* logró empatar el porcentaje de inscritos del *Sí*, con lo cual el cuerpo electoral se volvió representativo. En ese momento comenzó propiamente la Campaña por el *No*.

¿No le parece que la consigna (“Chile, la alegría ya viene”) fue algo forzada? El Chile de Pinochet no parece alegre...

Frente a una desesperanza muy internalizada, no se podía apelar a motivaciones racionales; tampoco se podía centrar todo en Pinochet, porque aumentaba el miedo y éste alimentaba la desmovilización: por esto se llegó a esta consigna. Además, la Campaña no se planteó un cuestionamiento global del sis-

tema; el foco de su crítica fue la forma en que se distribúan los beneficios de ese sistema. “Este es un país que anda bien, pero los chilenos están mal. No queremos acabar con las modernizaciones, sino que éstas se pongan al alcance de más gente”: esto fue lo que estuvo en la base del discurso socio-económico del *No*.

Para usted, ¿cuál fue la falla en la Campaña del Sí?

Creo que fue muy mecánica. Pensó que los éxitos económicos recientes llevarían a los chilenos a votar por el *Sí*, creyendo que hay una relación directa entre situación económica e intención de voto. Por ejemplo, estaban convencidos de que en las zonas del país donde se ha producido un *boom* económico en los últimos años, los habitantes votarían por el *Sí*, lo que no sucedió en absoluto...

¿Por qué?

El factor económico es una de las múltiples motivaciones que llevan a una persona a decidir su voto. La Campaña del *Sí* fue tan economicista que parece que hubiera sido diseñada por el marxista más ortodoxo...

¿Qué otra cosa falló en el Sí?

La otra falla fue su insistencia en apelar a un pasado terrorífico, con la amenaza de que éste se podría reavivar con el triunfo del *No*. Pero ocurrió el efecto contrario: la gente pensó que los partidarios de volver al pasado eran ellos, no la oposición. Además sonaba poco creíble: nadie era partidario de volver al desabastecimiento o a las colas. Creo también que se equivocaron cuando entraron a una campaña reactiva orientada a responder y descalificar al *No*. Esto no lo hace nunca el que va adelante; lo hace el que va atrás, el perdedor.

Una curiosidad: ¿tuvieron que romper con los símbolos del puño y del fusil tan gratos a los partidos de izquierda?

Absolutamente. Por lo mismo, a mucha gente la Campaña del *No* le resultó sencillamente increíble. Piense que el primer programa en TV se inició con el *clip* de “La alegría ya viene”. Si usted lo ve dirá —como se dijo tantas veces en Santiago— que se asemeja a la publicidad de Coca-Cola. Aparece gente bonita, situaciones afectivas, un ambiente romántico. Lo que se siente es que el objetivo del *No* es ampliar las oportunidades personales y expandir el espacio individual de libertad en un clima de solidaridad y no de confrontación. Es un *No* muy íntimo, muy personal.

¿Por qué muchos militantes se desconcertaron?

Les parecía que se perdía mucho el tiempo. Pensaban que el espacio en televisión no se podía “gastar” presentando esas imágenes; había que usarlo íntegramente en denunciar y combatir a Pinochet. Pero eso sí era gastar el tiempo, porque cuanto más intensa fuera la denuncia, mayor sería el sentimiento de abatimiento en la población.

¿Se desterró entonces un discurso perteneciente a los años setenta?

El discurso político tradicional funcionaba bien en las concentraciones, que es adonde van los convencidos, los militantes, no los simples electores. Ahí el rol de la liturgia política es insustituible, ya que establece la continuidad con el pasado, cohesiona al grupo y le da un espíritu de cuerpo. Esto es básico para constituir y fortalecer a las minorías activas, que en las campañas políticas son muy importantes. Hay que recordar el papel clave de esta “infantería” en la promoción de la inscripción en los registros electorales. Es por esto que una campaña electoral no se puede reducir a la propaganda de radio o TV: el discurso político tradicional, así como las concentraciones, mítines y marchas, son absolutamente indispensables.

¿Qué peso tuvo en la Campaña la denuncia de violaciones de los derechos humanos?

Fue bastante importante, pero recibió un tratamiento especial. Más que centrarse en una acusación atemorizante que coloca de inmediato el problema a un nivel “político”, se buscó una aproximación que llevara a la gente a preguntarse, “¿y si me pasara a mí?” Este tipo de aproximación llevó a que más gente se sintiera realmente concernida por el tema de los derechos humanos.

¿Sirvió mucho la ayuda de los artistas?

Sí, porque ellos inspiran confianza. Su colaboración fue clave en la *Franja del No* en TV. En este programa aparecieron algunos *spots* que calaron muy hondo en la población. Por ejemplo el de la “Señora Yolita”, que mostraba a una anciana que se encontraba con que no le alcanzaba el dinero sino para comprar una sola bolsita de té. Esta escena producía una fuerte identificación entre la gente que vive en la pobreza; pero al mismo tiempo, ella desencadenaba sentimientos de solidaridad (y en algunos casos, de culpa) en los estratos medios y altos.

tercera parte

EL NUEVO TIEMPO

*DESPERTANDO **

Un recuerdo que viene una y otra vez a la memoria, casi con carácter emblemático, es la figura y palabras de Juan Pablo II en el Estadio Nacional, frente a la juventud. En esa ocasión relató un hecho del Evangelio: el de la hija de Jairo, a quien sus padres lloraban creyéndola muerta. Llevado Jesús frente a la niña, la miró y dijo: “*No está muerta, está dormida*”.

Las antiguas palabras volvieron a ejercer su poder. Supimos que hablaba de nosotros, que Chile era esa niña aparentemente muerta, pero sólo dormida. Esto quedó demostrado el 5 de octubre. Más allá de las apariencias, hay una comunidad nacional donde están vivos los valores de la justicia y de la libertad. Ella ha despertado, se ha puesto en pie y camina; es difícil que ahora alguien la detenga.

He allí el significado verdadero del plebiscito. El representó mucho más que el triunfo del *No* frente al *Sí*. Fue la victoria de todos los chilenos sobre un pasado que nos mantenía congelados en el miedo, la intolerancia y la violencia.

Algunos indicadores permitían vislumbrar este resultado. Por ejemplo, el fuerte sentimiento de comunidad que desató la visita del Papa; o la callada movilización que llevó a los chilenos a reconquistar el derecho a la ciudadanía, mediante la inscripción masiva en los registros electorales. A esto hay que agregar el impacto decisivo que tuvo la Campaña por el *No*, que mostró que distintas visiones ideológicas pueden unirse eficientemente tras un proyecto común, y liberarse del clima de odio y agresión para transmitir un mensaje de esperanza, reencuentro y alegría.

En la mañana del 5 de octubre, antes de cualquier escrutinio, ya se sabía el resultado. El plebiscito se transformaba en un multitudinario rito democrático y republicano, con cada uno de sus gestos vivo en la memoria de la nación, y revivido silenciosamente por cada ciudadano.

* *La Época*, 15 de octubre 1988.

Los recintos de votación —en su mayor parte escuelas fiscales que lucían dignas y limpias— eran resguardados por efectivos militares al servicio de quienes acudían a votar. Estos llegaban por miles y esperaban en largas colas donde la armonía, no la ansiedad, era la tónica. Se reconocía con naturalidad que todos tenían los mismos derechos, sin importar la posición social ni la filiación política. Las campañas del *Sí* y del *No* habían terminado: lo que reinaba ese día eran el respeto y la colaboración para que cada chileno pudiera expresar libremente su preferencia. Esto se percibía con especial claridad en las mesas de votación: entre vocales y apoderados, la cooperación para hacer del plebiscito un acto electoral transparente era más fuerte que el afán competitivo.

Ese día los chilenos tuvimos la certeza de que podíamos organizar nuestra convivencia y resolver pacíficamente nuestras controversias. Nos sentimos más dignos, pues tuvimos la experiencia de no necesitar ningún tipo de tutelaje. Nos sentimos más libres, pues personas de distinto pensamiento pudimos conversar y trabajar juntos por un mismo fin: la limpieza del acto electoral. Nos sentimos parte de una misma comunidad nacional que es capaz de cobijarnos a todos, y supimos que ella depende de un esfuerzo mancomunado. Nos sentimos más responsables, y orgullosos de esa responsabilidad.

Chile ha despertado, y ha salido fortalecido del dolor. En todas partes emergen signos de una capacidad de convivir que parecía muerta. La paz se está haciendo irreversible. Va naciendo la alegría que se anunciaba: una alegría serena, no estruendosa, como todo aquello que está destinado a perdurar.

NO MAS TRANSICIONES *

El *No* triunfó también entre las mujeres. Esto no se esperaba, pues históricamente el voto femenino se habría inclinado por la opción del orden, que en este caso se creía era representada por el *Sí*. Se ha adelantado una explicación: las mujeres chilenas —como efecto de su inserción en el mercado de traba-

* *La Epoca*, 29 de octubre 1988.

jo y en los procesos generales de modernización— estarían abandonando el patrón de voto conservador. Puede ser; pero hay que considerar también el hecho de que la opción por el *No* superó con creces lo que sería una simple preferencia por el cambio.

Si se mira retrospectivamente, se descubrirá que la Campaña por el *No* apeló principalmente a los valores de la “normalización”: al reencuentro en la continuidad histórica de la nación, a la unidad y reconciliación entre los chilenos, a la solidaridad y a la estabilidad. En este sentido, el *No* representó una opción clásicamente conservadora; y en parte importante, ahí está la clave del apoyo que recibió entre las mujeres y de su victoria en el plebiscito.

Los estudios de opinión pública habían detectado previamente que la gente común arrastra la sensación de que, por dieciocho años a lo menos, ha sido vapuleada hasta el cansancio por las fuerzas de la historia. Las élites políticas han promovido desde el Estado todo tipo de experimentos, a los cuales cada individuo ha debido adaptarse, pagando inmensos costos psicológicos. Son muchos los que sienten que su vida se ha transformado en una perpetua y fatigosa transición hacia un destino siempre distante que es periódicamente alterado desde arriba.

El *No* apostó a que los chilenos ya no quieren nuevas epopeyas; lo que quieren, más bien, es descansar de ellas. Para esto necesitan una nación en que se respeten los derechos de todos, con una economía que estimule, por cierto, a los “ganadores”, pero que sobre todo auxilie a los “perdedores” y les dé otra oportunidad. Porque están hartos de la inestabilidad que encierran el autoritarismo y el liberalismo, hombres y mujeres votaron mayoritariamente por el *No*.

Si la oposición quiere ganar las elecciones de 1989, entonces tiene que preservar la imagen “normalizadora” que le permitió triunfar en el plebiscito. Su acuerdo en torno a un candidato único y consensual va en esa dirección. Pero si se insiste en minimizar la importancia del próximo gobierno y si lo único que ese candidato ofrece al país es varios años de “transición a la democracia”, la oposición corre el serio riesgo de perder el capital de apoyo electoral que posee.

El plebiscito representó un momento culminante de reunificación simbólica de la nación. Ahora los chilenos desean ir más

allá: quieren que los valores y objetivos que estuvieron presentes en la Campaña del *No* se encarnen en un gobierno sólido, competente, moderno y modernizador, capaz de integrar al país y de proyectarlo al mismo tiempo al siglo XXI.

AHORA EL FUTURO *

Que se me excuse por usar una fórmula tan gastada, pero en realidad el plebiscito del 5 de octubre —y me refiero al triunfo del *No* tanto como a su reconocimiento y efectos posteriores— cerró una página en la historia de Chile y, en cierto modo, en la historia personal de cada chileno.

Hasta el plebiscito, el ajuste de cuentas respecto al pasado era lo que dominaba a la política en Chile. Lo que estaba en disputa no era todavía el futuro, sino las interpretaciones sobre una historia traumática: la crisis de 1973 y la posterior “revolución” encabezada por el general Pinochet. Pues bien, el plebiscito cerró ese ciclo de la política chilena. Se transformó en un juicio multitudinario, a través del cual los chilenos emitieron su opinión definitiva respecto a lo que era el objeto del debate: el pasado.

Para todos fue un motivo de íntima satisfacción verse de pronto en la situación de miembros de un tribunal. De hecho, durante veintisiete noches, sentados frente a la TV, cada uno pudo ponderar los argumentos de las dos “partes” que participaron en este juicio, expuestos sucesivamente por medio de las “frangas de propaganda electoral”. Con la solemnidad que correspondía a la circunstancia, el día 5 cada chileno emitió su fallo en la urna. El veredicto todo el mundo lo conoce. Su validez ha sido reconocida incluso por la “parte” perdedora. Se trata, pues, de un fallo inapelable sobre el que nadie parece dispuesto a volver atrás.

Como resultado de ese juicio, personal y colectivo a la vez, el pasado ha dejado de ser un espacio habitado por demonios amenazantes, que congela identidades y fija obsesivamente la

* *La Epoca*, 22 de octubre 1988.

atención de todos. Después del plebiscito del 5 de octubre de 1988, ni Allende y la UP, ni Frei y los demócratacristianos, ni el propio Pinochet y las FF.AA., son los mismo de antes en la imaginación de la gente. Se dirá que a nivel objetivo las cosas no han cambiado espectacularmente después del plebiscito. Pero el sentimiento de haber ajustado cuentas con el pasado ha abierto un nuevo ciclo, en el cual el centro de atención de la política se va a desplazar crecientemente al tema del futuro.

Eso es lo que marca la diferencia entre las elecciones presidenciales y parlamentarias que se avecinan, y el plebiscito que acaba de concluir. Lo que en este último estuvo en juego fue el juicio acerca de la historia reciente del país; lo que se elegirá serán las autoridades que encabezarán a Chile en una nueva etapa que se abre. Por lo mismo, es preocupante cierta actitud que se percibe en círculos opositores. Del mito de que Pinochet era omnipotente o de que el fraude era inevitable, se pasó abruptamente al mito de que las próximas elecciones se tienen ganadas. En consecuencia, se piensa que las próximas campañas se pueden organizar girando simplemente a cuenta del triunfo en el plebiscito. Esto es peligroso, porque las elecciones que vienen las ganarán no aquellos que respondan más efectivamente a los traumas del pasado, sino aquellos que convoquen con más convicción a participar en la aventura del futuro.

LA HORA DE LOS PARTIDOS *

Las estructuras partidarias, que mantuvieron un perfil bajo en la campaña del plebiscito, son hoy el escenario principal de la política chilena. Desde luego, allí se tejerán los acuerdos necesarios para alcanzar un orden institucional que refleje los consensos y regule los conflictos de la sociedad. Pero lo más publicitado es el hecho de que los partidos —recuperando su rol tradicional— han comenzado a seleccionar a los candidatos para los diferentes cargos de representación popular en las elecciones que vienen.

* *La Epoca*, 5 de noviembre 1988.

En su calidad de partido mayoritario, y ubicado además en el centro del espectro político, la Democracia Cristiana se ha constituido en teatro de operaciones del proceso de elección del candidato presidencial de la oposición. El proceso es complejo, porque no hay un candidato indiscutido sino varios aspirantes, todos ellos con muchos méritos. No habiendo unanimidad, se ha entrado en un proceso competitivo, como es propio de cualquier organización democrática. La situación se asemeja mucho a las "primarias" que desarrollan los partidos norteamericanos, en donde diversos postulantes a la candidatura hacen campaña para conquistar la adhesión de los militantes y, por esa vía, la nominación: definido el ganador, todos se unen a él para enfrentar al común adversario político.

Hay quienes se sienten acongojados por la competencia que se ha abierto, y quisieran que imperara el consenso o que se llegara a acuerdos fulminantes. Pero la democracia es así: se caracteriza precisamente por la existencia de múltiples opciones, que se hacen públicas para poder pronunciarse frente a ellas.

Existe también cierta inquietud al ver a los partidos zambullidos en la dinámica electoral, y a los movimientos sociales "dejados a su suerte". Pero habría que decir que esto era predecible y que es, en muchos sentidos, un fenómeno positivo. De este modo los partidos y las organizaciones sociales se concentran cada uno en lo suyo. Tal actitud abre un enorme desafío, sobre todo a las organizaciones sociales, que no pueden limitarse a pedir un espacio en las mesas de negociación política, sino deben desarrollar la acción reivindicativa, robustecer sus estructuras, conquistar espacios institucionales, fijar sus prioridades para el futuro y abrir instancias de diálogo entre los más diversos actores sociales, incluidos, por cierto, sus antagonistas.

El hecho de que haya llegado la hora de los partidos no significa, en todo caso, que dispongan de toda la libertad ni de todo el tiempo del mundo. Ellos persiguieron durante largos quince años esta oportunidad. Finalmente la conquistaron; ahora no pueden fallar.

"NO HA PASADO NADA" *

Ha transcurrido poco más de un mes desde el plebiscito, y en la oposición ya se escuchan voces advirtiendo que "*la gente siente que no ha pasado nada*". Vale la pena detenerse en este juicio; él puede hacerse muy popular entre la militancia democrática, en la medida en que proyecta el mismo escepticismo que fue necesario derrotar meses atrás para hacer posible la victoria del *No*.

Primero que nada, ¿es cierto que *no ha pasado nada*? La pregunta es válida, pues numerosa evidencia indica que el país ya no es el mismo que aquél del 4 de octubre. En los mandos de las FF.AA. se han producido importantes cambios, que coinciden con su retiro de casi todas las funciones gubernativas. Cayó el gabinete Fernández y el gobierno ha inaugurado un nuevo estilo, más dialogante y más sensible a los problemas sociales. La oposición, por su parte, ha resuelto presentar un solo candidato presidencial y hacer un gobierno conjunto, y parece abocada a conseguirlo. Para algo más de un mes, todo esto no es poca cosa.

Decir que *no ha pasado nada* después del plebiscito es además quedarse apenas en la superficie de las cosas. Cuando se observa a la gente común —no a los militantes—, uno queda con la impresión de que, para ellos, algo muy profundo ha cambiado: para decirlo en una frase, sienten que pasaron de la condición de "habitantes" a la condición de "ciudadanos". No porque el gobierno actual los trate como tales, sino porque ellos ahora *saben* que lo son. Lo son porque en un momento tomaron la decisión de vencer el miedo y la apatía, y procedieron a inscribirse en los registros electorales para votar en proporciones nunca antes vistas en Chile. Lo son también porque el plebiscito se convirtió inesperadamente en un rito que recreó la comunidad nacional: de allí que cada chileno se sienta hoy más parte de algo que lo supera y, por lo mismo, más protegido.

* *La Época*, 12 de noviembre 1988.

Por cierto Pinochet no ha renunciado, la Constitución es la misma, los salarios siguen igual de bajos, no pasa una semana sin un nuevo muerto en situaciones extrañas, los abusos no han terminado: la lista sería interminable. Nada de esto es extraño, pues la conducción del gobierno sigue en las mismas manos; lo verdaderamente extraño es que alguien imaginara que el triunfo del *No* acarrearía automáticamente el fin de todo eso y el advenimiento inmediato de la democracia.

¿Quiénes son los portavoces más escandalizados del “*no ha pasado nada*”? Si se pone atención, se descubrirá que son los mismos que meses antes del plebiscito declaraban que no tenía sentido inscribirse, que el fraude sería inevitable, y que —en cualquier caso— el triunfo del *No* jamás sería reconocido. Se trata, por tanto, de personas proclives a salir del escepticismo más radical para caer en las fantasías propias del pensamiento mágico. Y el problema con esto es que las ilusiones excesivas son siempre la antesala de las frustraciones, y éstas a su vez el origen de la resignación.

El “*no ha pasado nada*” no es entonces una frase baladí, porque puede ser el primer síntoma de la recaída en una enfermedad que parecía superada en la oposición con el plebiscito: la enfermedad de la desesperanza.

SOLO UN ESPACIO *

Pablo Vergara Toledo, de 26 años, murió dinamitado la noche del 4 de noviembre en las cercanías de Temuco. Según la versión oficial, le estalló una bomba que colocaba junto a la joven Aracelli Romo en una torre de alta tensión. Tres años antes, carabineros habían muerto a balazos a sus dos hermanos, que aún no cumplían los 20 años. Del paradero de la hermana menor, no se sabe nada.

Luisa, la madre de los jóvenes Vergara Toledo, al terminar un largo ayuno se dirigió a los adultos para enrostrarles, desesperada, su incapacidad de entregar una alternativa de cambio

* *La Epoca*, 10 de diciembre 1988. Una versión más extensa (“Los jóvenes primero”) fue publicada en *Mensaje* N° 375, diciembre 1988.

“a esa juventud que no tiene trabajo, que no puede estudiar y que ni siquiera tiene posibilidades de contraer matrimonio; a esa juventud popular sin presente ni futuro que quiere un espacio en la sociedad, pero que ha sido excluida sistemáticamente por el actual régimen”.

La exclusión es tal que, de ordinario, la situación de los jóvenes populares pasa inadvertida. Sólo llaman la atención con estos hechos estremecedores; o cuando aparecen en las páginas policiales de los diarios; o cuando irrumpen en las manifestaciones —desde aquella con el Papa en el Parque O’Higgins, hasta las más recientes con ocasión del plebiscito—, como si llegaran literalmente de otro país: en “patotas”, con blue-jeans, camisetas y zapatillas, arriban felices por la oportunidad de mezclarse en la muchedumbre, se ríen y gritan cualquier consigna —aunque de preferencia las más radicales—, gesticulan para exhibirse agresivos, llevan botellas de cerveza que se pasan unos a otros, y cuando la manifestación llega a su fin, se encaraman a las micros que los llevan de vuelta al anonimato y al aburrimento de sus poblaciones en la periferia.

“Terroristas”, “delincuentes”, “drogadictos”, “alcohólicos”, “vagos”: éstos son algunos de los estigmas que acosan a la juventud popular. Pero pocos observan que estos jóvenes son presos de una profunda resignación.* Se revelan generalmente incapaces de planificar, incrédulos frente al cambio, carentes de una noción de futuro, ineptos para medir las consecuencias de sus actos, y proclives a un pensamiento donde los deseos se confunden con la realidad. En la mayoría de los casos la resignación toma una forma pasiva, y se expresa en desinterés o apatía; pero en otras toma una forma activa, como ocurre con los jóvenes que descargan su rabia a través de la violencia política, de la que obtienen roles heroicos que les permiten recuperar parcialmente su autoestima.

Pero la apatía y la violencia no son los únicos caminos para los jóvenes populares. Baste ver su papel en el plebiscito: después de ser los más reacios, terminaron por inscribirse masivamente y por inclinar el resultado a favor del *No*. ¿Qué tuvo el plebiscito que operó este “milagro”? Representó una *oportunidad de*

* Estas observaciones tienen como base un trabajo con grupos de jóvenes realizado con Eugenia Weinstein en el Proyecto CIS.

cambio, y a la larga valía más la pena jugarse por ella que quedarse denunciándola o esperando que se “dieran las condiciones”. En seguida, el estilo y los temas de la Campaña por el *No* hicieron a los jóvenes sentirse invitados y valorados por la dirigencia política. Por último, el plebiscito representó una ocasión única de escapar de la marginalidad cotidiana, de confundirse en muchedumbres en donde convergían todos los grupos sociales, de sentirse participando —a través de mensajes y ritos— de una condición compartida: la de ciudadanos.

El problema con los milagros es que son efímeros. La esperanza que despertó el plebiscito en los jóvenes pronto puede dar paso a una nueva frustración, si no hay una respuesta a su demanda de integración a la sociedad. Este es el desafío número uno de la democracia. La juventud marginal, en particular, no puede esperar; es más, sin su compromiso la democracia misma es imposible.

Se dirá con razón que no todas sus demandas podrán ser satisfechas de inmediato. Pero como quedó de manifiesto en el plebiscito, lo que piden estos jóvenes es simplemente ser acogidos, y no objeto de sospecha; ser invitados, no excluidos; sentirse parte de un proyecto colectivo, no unos parias; y paulatinamente, ir viendo que sus necesidades —de educación, de trabajo, de vivienda— van teniendo solución. Como dijo Luisa, lo que quieren no es más ni menos que “un espacio en la sociedad”.

¿QUE ESPERAN LOS POBRES? *

Pocos son los que se han quedado sin parafrasear la frase del Papa, aquella de que “los pobres no pueden esperar”. Sin embargo, pocos son los que se preguntan acerca de qué es lo que esperan los pobres.

La cuestión alcanzó actualidad hace algunas semanas a raíz de una “toma” de viviendas ocurrida en la periferia de Santia-

* Exposición realizada en el seminario *Desafíos de la equidad*, organizado por el Programa de Postgrado en Economía Ildes-Georgetown, Unicef y Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, Santiago, agosto 1989. Publicado también en la revista *Mensaje* N° 383, octubre 1989.

go, en la que murió una persona. Está además el antecedente de las *protestas* y de las revueltas que estallaron meses atrás en Caracas y en diversas ciudades argentinas.

Estos estallidos han venido confirmando la imagen de los grupos marginales como un foco latente de violencia. No faltan quienes les imputan —por esto mismo— una capacidad salvacionista o emancipadora; otros, en cambio, los perciben como una amenaza para el orden social, o bien como un factor que puede desestabilizar la transición a un régimen político democrático, por el efecto explosivo de sus demandas acumuladas. Lo singular es que todas estas interpretaciones están basadas en una misma *sociología política de la pobreza*, según la cual ella provocaría una actitud de frustración y ésta, a su vez, instigaría una especial predisposición a la violencia colectiva. Dicho de otro modo, este enfoque no reconoce el interés que puedan tener los pobres en la democracia; su condición los arrastraría indefectiblemente a demandas urgentes de tipo socioeconómico que, en la medida en que no logran ser satisfechas por el sistema, conducen a revueltas de tipo violento.

En conjunto con Eugenia Weinstein realizamos una encuesta sobre actitudes en los grupos marginales de Santiago, cuyo propósito fue testear empíricamente la validez de esa sociología política de la pobreza.* Lo que descubrimos, en primer lugar, fue que los pobladores muestran una escasa predisposición hacia la violencia, esto es, hacia la aceptación de conductas agresivas en la resolución de conflictos de tipo social y/o político. A esto hay que agregar que la actitud de los grupos marginales a este respecto es similar a la que encontramos en una sub-muestra de grupos medios. Este resultado se opone a la sociología popular según la cual, a diferencia de los pobres urbanos, que se sentirían atraídos por la violencia, las clases medias se sentirían atraídas por el estilo negociador propio de la democracia. Nuestra investigación lleva a concluir que la orientación a la violencia no es una respuesta emocional determinada por la ubicación de los individuos en la estructura

* La encuesta se pasó en abril de 1988 a una muestra de 500 casos seleccionados en la población mayor de dieciséis años en seis comunas periféricas de Santiago. La realización de este estudio contó con el apoyo de la Fundación Ford.

social, sino que se deriva del tipo de socialización —especialmente política— a la que han estado expuestos. Por lo tanto, *per se*, ni los “pobladores” son violentos ni las “clases medias” son democráticas, pues al interior de esos conglomerados se dan situaciones muy diversas según cómo se confabulen ciertos estímulos socioculturales.

En segundo lugar, nuestro estudio mostró que el nivel de *frustración* entre los pobladores —vale decir, la percepción de discrepancias entre las expectativas socioeconómicas y la capacidad del individuo para satisfacerlas al interior de una particular estructura de oportunidades— no es particularmente intenso. En cambio, descubrimos que el grado de *coerción* —vale decir, el síndrome actitudinal del individuo que ve en el Estado una fuente de amenaza y no una institución protectora, pues lo identifica con la represión, la propaganda y el control de la información— era sí muy agudo. Esto lleva a concluir que, al menos en un contexto autoritario, el malestar primario de los marginales se remite a las características del sistema político antes que a las características de la estructura socioeconómica. Así como antes nuestros resultados contradecían el mito de los pobres como “rebeldes primitivos”, aquí echan por tierra la imagen de los pobres como simples *homo-economicus*. Aun más: el sentimiento de coerción ante la presencia de un Estado autoritario es superior entre los pobladores que entre la clase media.

En tercer lugar, nuestra investigación encontró que entre los pobladores predominaba una actitud conformista frente a las oportunidades, recompensas o castigos que le ofrecía el medio, lo que con el tiempo se transforma muchas veces en una actitud *resignada*, que se caracteriza por la limitación de las necesidades, el fatalismo, el presentismo, el individualismo, la despolitización, la auto-recriminación y un progresivo deterioro de la autoestima. En otras palabras, cuando a la pobreza se le suma la coerción de un régimen político autoritario, lo que se produce es una situación insatisfactoria que se prolonga en el tiempo y respecto de la cual parece que no se puede hacer nada, lo que termina por inhibir la capacidad del individuo para resistir, reducir e incluso identificar las causas de la frustración. En este plano, el contraste entre los pobres urbanos y los grupos medios

es radical. Si se compara este fenómeno con el grado de orientación a la violencia que muestran los pobladores, la conclusión cae por su propio peso: el perfil actitudinal de estos últimos se acerca mucho más a la resignación que a la imagen de rebeldía y violencia que se ha tejido en torno a ellos.

En suma, nuestro estudio muestra que los pobres urbanos tienen una escasa orientación a la violencia, y que ella se presenta como una actitud aprendida por núcleos numéricamente pequeños, y no como el resultado directo de un sentimiento de frustración. La gran masa de los pobladores tiende a actitudes adaptativas que los conducen a menudo a un estado de resignación, el cual los lleva a borrar de sus conciencias la frustración. En cambio, llama la atención la fuerza que tiene el sentimiento de vivir bajo un Estado coercitivo. Esto indicaría que el interés más directo de los marginales urbanos va más en la dirección de eliminar las causas políticas de la coerción (vale decir, el Estado autoritario), que en la de eliminar las causas económicas de la frustración.

Cuando se discute de los problemas de la transición del autoritarismo a la democracia, no es extraño escuchar sentencias como la siguiente: “La transición a la democracia puede abortar por estallidos de *violencia* en los grupos marginales, los que surgirán cuando éstos vean *frustradas* sus demandas *económicas* acumuladas”. En esta afirmación, así como en otras similares, se deja notar un enfoque “economicista” que, a la luz de nuestros hallazgos, está definitivamente equivocado.

De partida, no es evidente que la frustración desemboque en violencia, tal como se ha argumentado precedentemente. Pero dejemos eso a un lado y pongamos atención exclusivamente en la otra premisa: que las demandas más urgente de los grupos marginales están referidas al orden socioeconómico. Esta última premisa resulta contradicha también por el estudio que hemos expuesto, pues la frustración de los pobladores chilenos no proviene del sistema económico; para ellos, el principal agente frustrante es el Estado, al que ven como una entidad coercitiva. Dicho de otro modo, entre los pobres urbanos hay más insatisfacción respecto del régimen político que respecto del orden económico. Esto no significa necesariamente que los pobladores se sientan conformes con el sistema económico. Lo que ocurre

más bien es que no tienen grandes expectativas de las oportunidades que él pueda ofrecerles, y no se sienten en este plano poseedores de derechos que no estén siendo adecuadamente respetados. La situación varía radicalmente cuando se trata del orden político y el Estado: frente a ellos, los pobladores *sí* que sienten que sus expectativas son frustradas y que sus derechos son vulnerados.

Puesto en otros términos, la demanda inmediata de los pobladores no se dirige primariamente a la obtención de bienes tangibles de índole económica, sino a la obtención de algunos bienes intangibles de índole político. Entre estos bienes políticos, a los pobladores les interesa antes que nada la protección que les ofrece un Estado de Derecho, así como las oportunidades de integración social que se les abren a partir de una institucionalidad política democrática. A diferencia de lo que algunos imaginan, esta actitud de los marginales no revela ni ingenuidad ni "falta de conciencia"; al contrario, ella revela una fina sensibilidad para identificar las condiciones que los acercan a su ineludible objetivo: el abandono de la condición marginal. En efecto, la búsqueda de participación en instituciones políticas, para compensar por esa vía la exclusión socioeconómica de que son objeto, es probablemente la mejor estrategia para un grupo social que quiere integración, pero que se caracteriza por su inorganicidad.

Es obvio que la transición a un régimen democrático no borrará la pobreza ni acabará con las frustraciones que genera el orden económico. Pero contrariamente a lo que muchas veces se teme, eso no va a despertar la violencia de los grupos pobres urbanos. Porque no es eso lo que ellos esperan de la transición a la democracia. Lo que esperan es que ésta termine con un Estado coercitivo, abra espacios institucionales de participación, y practique un nuevo estilo en la relación del Estado con los ciudadanos. Y ésta es una tarea que la transición no sólo debe, sino que puede perfectamente llevar a cabo, con lo cual los marginales podrán transformarse en un soporte de la democracia emergente, y no en una amenaza para la misma.

EL NUEVO CENTRO *

Para la reconstrucción de la democracia, la emergencia de un centro político poderoso, capaz de imponer al conjunto del sistema una racionalidad de cooperación y no de puro conflicto, es fundamental. ¿Está surgiendo esa fuerza de centro? Si la respuesta es afirmativa, ¿tiene algunas características nuevas, o simplemente se repetirá el panorama de hace quince años?

Por entonces, el Partido Demócrata Cristiano (PDC) poseía el monopolio del centro político en Chile. Había desplazado de esa posición al Partido Radical, que ya desde principios de los años sesenta había tenido que ceder terreno ante la fuerza arrolladora de un partido joven y pleno de mística, dotado de una doctrina cohesionante que se nutría del catolicismo social, impulsor de un proyecto modernizador que ejercía alta influencia en los medios intelectuales, y que era dirigido por un equipo homogéneo y competente a cuya cabeza se situaba un líder indiscutido: Eduardo Frei. De hecho, la clase media —grupo de apoyo fundamental de los partidos de centro— tendió cada vez más a depositar sus expectativas modernizadoras en la Democracia Cristiana, y a mirar al radicalismo como una fuerza arcaica y tradicional.

Desde 1973 hasta ahora ha pasado mucha agua bajo los puentes, y no parece imaginable que el PDC pueda recuperar sin más el monopolio del centro político. Aun habiendo recobrado su sitio en la política chilena, la Democracia Cristiana se enfrenta al enorme desafío de renovar sus bases doctrinarias y programáticas, y a la tarea ardua de reconstruir el liderazgo que dejó vacante la muerte de Frei.

El Partido Radical no ha muerto, pero no hay indicadores de que haya recuperado la influencia que tuvo cuarenta años atrás. Lo que hay que tomar en cuenta es el proceso de renovación del socialismo chileno, que ha dado lugar en el último año a la emergencia del Partido por la Democracia (PPD). En

* *La Epoca*, 3 de diciembre 1988.

efecto, muchos ven en este partido la reencarnación de la alternativa laica, racionalista, pragmática, progresista y modernizadora, que con esta nueva cara ha emprendido la reconquista de su posición perdida en el centro político. Es probable que esto moleste a más de alguien, y seguramente no está en las intenciones de los dirigentes; pero el posicionamiento del PPD en el centro es algo que tiende a tomar cuerpo en la opinión pública.

La historia no se repite. Sería una simplificación abusiva, por lo tanto, suponer que lo que ocurre en el centro es otra vez el desplazamiento de un partido por otro. Lo que está sucediendo es más bien un cambio en la naturaleza del centro político: lo que era un espacio cerrado dominado monolíticamente por un partido, se está transformando en un espacio abierto en el cual converge una pluralidad de partidos, entre los que sobresalen el PDC y el PPD. Agotadas las querellas ideológicas de antaño, de otra parte, es de esperar que al interior de este nuevo centro puedan forjarse alianzas y compromisos de largo plazo, pues ellos son indispensables para dar estabilidad a la democracia emergente. Pero, al mismo tiempo, la presencia de varios partidos de centro incentivará un espíritu competitivo, y esto es también muy positivo, ya que nunca hay que olvidar que a él está ligada la vitalidad de la democracia.

¿POR QUE TENERLE MIEDO AL CENTRO? *

He señalado que, hoy por hoy, no hay en Chile *un* partido que cubra por sí mismo la totalidad del centro político, como en un momento ocurrió con el radicalismo o la Democracia Cristiana. Dicho de otro modo, el centro habría perdido su carácter monolítico, para convertirse en un espacio donde convergen y compiten *varios* partidos, entre los cuales llama la atención el "socialismo renovado" que se expresa en el PPD. Esta afirmación ha causado cierto escozor, no tanto en círculos demócrata-cristianos —lo que habría sido comprensible, pues nadie mira

* *La Epoca*, 31 de diciembre 1988.

con agrado que se hable de la emergencia de competidores en un mercado que parecía exclusivo—, como en círculos ligados al PPD. Parece haber molestado, en efecto, que se reconozca que este partido tiene un perfil público que lo sitúa al interior —aunque sea en el costado izquierdo— de ese centro plural al que hemos hecho referencia. Lo que se aprecia en estas reacciones es una instintiva aversión al centro, lo que responde más a ciertos fantasmas que se arrastran del pasado que a la práctica política concreta de hoy. Esto es preocupante, pues la lealtad ideológica con el escenario político pre-73 (en el cual el "centrismo" era tomado como un pecado) puede llevar a desaprovechar las oportunidades que ahora se abren y, sin saberlo, a reproducir las condiciones que precipitaron la crisis de la democracia en Chile. De allí que, si me excusan, volveré nuevamente sobre el mismo tema, para verlo a la luz del paisaje político post-plebiscito.

En la literatura especializada, el sistema político-partidario chileno ha sido caracterizado como de "pluralismo polarizado" (Sartori); vale decir, un sistema de muchos partidos muy ideologizados, donde la competencia política lleva a la polarización hacia los extremos, con un centro voluminoso pero inmovilizado y condenado a una lenta hemorragia como efecto del dominio de las tendencias centrífugas. ¿Es ese mismo el sistema de partidos que está emergiendo en la actualidad? Definitivamente no. Todo indica más bien que se está creando lo que el mismo Sartori ha llamado "pluralismo moderado"; esto es, un sistema con no más de cinco partidos entre los cuales no hay una distancia ideológica abismante, donde existe la posibilidad de configurar diferentes coaliciones gubernamentales, con una competencia política centrípeta y no centrífuga, y donde el centro es por tanto un espacio simbólico adonde todos convergen, y no un lugar rígido dominado por un solo partido.

Así como antes la política en Chile llegó a convertirse en una competencia por quién se situaba primero en uno de los extremos del arco político, hoy la competencia es por quién se apropia del centro. Del caso del PPD ya hemos hablado; pero se puede observar también la evolución de Renovación Nacional, que trata de ubicarse —con bastante éxito, por lo demás— como un partido de "centro-derecha". A fin de cuentas, el plebiscito no fue otra cosa que una *batalla por el centro*;

y comprenderlo así fue la llave del éxito de la campaña por el *No*.

Lo que pasa en la política nunca está separado de lo que ocurre en la sociedad. Aquí se da un hecho paradójico. Económica y socialmente Chile es sin duda un país escindido; pero *eso mismo* hace que los chilenos demanden que la política actúe como instancia de integración y unidad nacionales. Dicho de otro modo, la existencia de una "sociedad dual" no conduce necesariamente a la constitución de dos bloques políticos antagónicos y enfrentados a una "guerra del fin del mundo". En un país cansado de divisiones y de guerras como el nuestro, la escisión social ha conducido más bien a la inauguración de un nuevo paisaje político, uno de cuyos rasgos principales es la mencionada "corrida hacia el centro" de los partidos.

Si las tendencias que hoy empiezan tímidamente a aparecer en la política chilena se consolidan, si las fuerzas centrípetas siguen tomando fuerza y se dibujan en el horizonte coaliciones políticas alternativas y no antagónicas, entonces se podrá decir con seguridad que la crisis de 1973 quedó definitivamente atrás y que se abre un período de estabilidad política para varias generaciones. ¿Por qué, entonces, todavía tenerle miedo al centro?

LA FUERZA DE LAS COSAS *

Desde el Golpe de Estado de 1973, las personas como yo hemos debido navegar siempre contra la corriente. En realidad he pasado casi toda mi vida adulta en un medio hostil. Por lo tanto, me acostumbré a emplear enormes energías para poder alcanzar cualquier meta o implementar cualquier proyecto. Todo ha sido difícil, y los resultados siempre los he sentido precarios, como si pudieran desmoronarse en cualquier instante. Aprendí sin quererlo a confiar casi exclusivamente en la voluntad, pues sin ella nada resultaba o sostenía. Dejé incluso de hacerme muchas ilusiones, y dejé de creer en las que circulaban en los medios opositores. Dentro de la cultura izquierdista de

* *La Epoca*, 12 de agosto 1989.

comienzos de los setenta, se nos decía que marchábamos en el "sentido de la historia"; pues bien, desde poco después del Golpe Militar debo confesar haberme sentido marchando en el sentido contrario. ¡Qué contraste entre lo que yo y tantos otros vivíamos, y lo que uno veía en el oficialismo! A éste todo parecía resultarle prácticamente sin esfuerzo. No sólo navegaba a favor de la corriente; parecía incluso haber encontrado la fórmula de controlarla para siempre.

Hago estas reflexiones en un intento por comprender el desconcierto que me ha invadido últimamente. Había perdido la costumbre de que las cosas simplemente resultaran, y ocurrir que ahora resultan. Ya no es necesario emplear a fondo la voluntad de algunos pocos ni que nadie ocupe sus energías hasta el límite. Como por arte de magia, ocurre ahora que las voluntades y energías de muchos parecen irse armonizando espontáneamente para avanzar por el camino de la racionalidad. Lo que era antes tan difícil y costoso, hoy se ha hecho natural. Las cosas parecen haber tomado vida propia, empujando a los actores a desempeñarse tal como lo exige un libreto que nadie ha escrito en una obra que nadie dirige, pero dentro de la cual todos están a gusto.

Creo que el fenómeno empezó en el momento en que los partidos de oposición, después de concertarse, lograron derrotar al régimen en el plebiscito de octubre pasado. Parecía imposible, y se consiguió. Muchos creyeron que hasta ahí no más llegaría el milagro, pues el triunfo del *No* sería desconocido. Y no fue así; aun más, se alcanzó el objetivo de "concordar con el gobierno y las FF.AA. una reforma de la Constitución", lo que creó un consenso nacional que ni los más optimistas habían imaginado jamás. ¿Designar un candidato presidencial único de todos los partidos de la oposición? Eso sí que era pedir demasiado. Cuando estalló el debate sobre el tema no faltaron los que se sintieron aliviados, pues por fin las cosas volvían a ser como antes, esto es, a truncarse a mitad de camino. Pero no hubo caso. La "mano invisible" del acuerdo terminó aquí también por imponerse, y hoy nadie discute que el hombre que se eligió era justamente el hombre que se necesitaba.

Hasta hace poco tiempo atrás, desde la oposición, uno sentía que había que sacar las cosas a la fuerza; hoy, en cambio, uno se siente arrastrado por la fuerza de las cosas. A la gente de

derecha seguramente la vida se les ha hecho un poco más difícil, pero creo que ellos también deben estar satisfechos del curso poco dramático que siguen los acontecimientos. Por fin, todos los chilenos sabemos que podemos descansar, al menos parcialmente, en la fuerza de las cosas. A lo mejor en esto consiste la democracia que viene.

LA PIRAMIDE DE PEI *

En Francia es costumbre que los presidentes —así como en su tiempo lo hicieron los monarcas— dejen huellas de su paso con la construcción de grandes obras arquitectónicas. El socialista Mitterrand ha sido también fiel a esa tradición. Se ha dicho que bajo su mandato París no se ha simplemente renovado: ha resucitado. Las viejas callejuelas adoquinadas ahora desembocan sorpresivamente frente a obras vanguardistas, como la Ciudad de las Ciencias de La Villete, la Opera de la Bastilla, el Museo d'Orsay, el Ministerio de Finanzas o el Arco de La Defensa. Pero ninguna de esas obras ha tenido más significación que la remodelación del Museo del Louvre. Su antiguo edificio se hacía cada vez más estrecho e incómodo, con lo que el mayor museo del mundo iba perdiendo inexorablemente su liderazgo. La construcción del "Gran Louvre" se transformó entonces en un asunto de Estado que el presidente Mitterrand asumió como un desafío personal. En una de las alas del edificio estaba el Ministerio de Finanzas, para el cual se construyó una nueva sede a orillas del Sena en el este de París, con el fin de liberar ese espacio para el museo. El proyecto de remodelación fue encomendado no a un francés, sino a un famoso arquitecto de origen chino y nacionalidad norteamericana, I. M. Pei. Lo que éste propuso provocó escándalo. Se trataba de una inmensa pirámide de vidrio y cristal ubicada al centro de un edificio cuya construcción se inició siete siglos atrás; por esa pirámide se bajaría a un amplio e iluminado subterráneo a través del cual se entraría a las diferentes alas del mu-

* *La Epoca*, 5 de agosto 1989.

seo, y donde estarían ubicadas sus instalaciones generales (librería, restaurant, tiendas, etc.).

El escándalo era comprensible. Instalar en el medio de un lugar histórico con la tradición del Louvre una obra arquitectónica absolutamente de vanguardia, fue tomado por gran parte de la opinión pública francesa como una suerte de profanación. La polémica que se desató fue larga y ardorosa, pero al final se impuso la autoridad de Mitterrand, y la pirámide se irguió. Ahora ocurre algo en realidad curioso. No se sabe si hay más vida en las obras de arte que se acumulan en los salones del Louvre o en el espectáculo de su entrada, frente al cual se reúnen diariamente miles de personas sobrecogidas por la fascinante integración del vidrio, el acero y la luminosidad de la pirámide, con la majestuosa silueta del viejo edificio.

Se temía que el contraste entre una obra arquitectónica moderna con otra que la antecedía por varios siglos tendría un efecto desastroso. El milagro de Pei está en que logró integrar maravillosamente tradición y modernidad. No se trata —entiéndase bien— de una mera *coexistencia*; se trata de una *interacción* que ennoblece a las dos obras y saca de ambas lo mejor de sí. Después de la pirámide, "lo moderno" dejó de ser, definitivamente, el simple ejercicio de arrasar con las tradiciones precedentes. Al mismo tiempo, después del Louvre es difícil que alguien pueda imaginar que la preservación de la identidad cultural de una nación deba reducirse a una veneración del pasado que termina por bloquear el impulso innovador.

Cabe preguntarse si la pirámide de Pei no es el monumento más ilustrativo de los nuevos aires que recorren el mundo. La nueva civilización se caracteriza por dejar atrás simultáneamente a las fuerzas que quisieran "proteger" las tradiciones al costo de la inmovilidad, como a aquellas que imaginan que "no importa el pasado", pues el futuro sería —como se llegó a creer en los años sesenta— una página en blanco. Lo efectivamente moderno es el compromiso entre tradición y modernidad. Este compromiso, a la vez exigente y creador, es el que se representa en ese nuevo Louvre que tiene la marca de Pei... y el sello de Mitterrand.

cuarta parte

“GANA LA GENTE”

*EL ULTIMO MOVIMIENTO **

A juzgar por las apariencias, ahora en agosto recién estaría por iniciarse la campaña presidencial y de parlamentarios que se efectuará el 14 de diciembre, de lo que se deduce que ella será muy corta. Pero la realidad es otra: en los cuatro meses que restan para la elección se estará poniendo fin a una campaña que ha sido muy prolongada, pues se inició en febrero de 1988 cuando la oposición se decidió a enfrentar unida el plebiscito. Todo lo que se ha hecho o dejado de hacer desde entonces a la fecha, ha sido parte de una contienda electoral que ahora está pronta a terminar. Por lo tanto, lo que hay por delante no es la partida de una campaña breve *en* democracia, sino el final de una larga campaña *por* la democracia.

Digo lo anterior a la luz de los resultados de diversas encuestas políticas que han circulado recientemente. Ellas revelan, en efecto, que las preferencias de la ciudadanía están cristalizadas en términos muy similares a las del plebiscito de octubre pasado. El porcentaje de indecisos es escaso, el apoyo a Aylwin es semejante al que recibió el *No*, este apoyo —así como el de los demás candidatos— no presenta grandes oscilaciones en el tiempo, y entre los chilenos persiste el mismo consenso democrático y reformista surgido en el período pre-plebiscito.

La continuidad no se revela únicamente en el alineamiento de la opinión pública; se revela también en el formato que han adoptado las dos principales candidaturas presidenciales, la de Büchi y la de Aylwin. La primera aparece centrada en el carisma de un individuo que, prescindiendo de los partidos, ofrece al país soluciones técnicas; la de Aylwin, en cambio, como la campaña de un equipo constituido por los partidos políticos, que propone al país un método —la democracia— para resolver los problemas con justicia. Una se presenta como una campaña "atípica", que rompe con las tradiciones políticas chilenas; la otra, a la inversa, como una campaña "clásica" que intenta recuperar las costumbres democráticas del país. Quizás lo que

* *La Epoca*, 19 de agosto 1989.

mejor ilustra esta continuidad son los *slogans* elegidos por una y otra candidatura: Büchi "*es el hombre*", al igual como antes lo fue el general Pinochet; Aylwin, en cambio, es "*la gente*".

Puesto en otros términos, en Chile estamos entrando en la fase terminal de una larga campaña, con adversarios cuya identidad política y cuyo apoyo electoral se encuentran en lo fundamental ya configurados. Esto significa que Büchi tendrá que correr riesgos si es que quiere reducir la ventaja que le lleva Aylwin, y que este último, por su parte, deberá hacer esfuerzos considerables si desea superar la barrera del 56 por ciento alcanzado por el *No*. Pero hay un aspecto en que la suerte está echada: ninguna de las dos candidaturas puede renunciar a su pasado, y éste tendrá todavía un peso decisivo en la preferencia de los electores.

Meses atrás, un amigo músico me decía que las elecciones presidenciales y parlamentarias serían el "último movimiento" de la sinfonía, la misma que los chilenos habían tocado el 5 de octubre de 1988. Yo era escéptico, pero hoy reconozco que él tenía la razón. Esto me ha llevado a recordar lo que este mismo amigo agregó en esa ocasión: que siendo el último movimiento de una obra que ha sido maravillosa, sería imperdonable que ahora alguien desafinara.

EN CARNE PROPIA *

En los círculos opositores no se habla últimamente de otro tema. La preocupación por la suerte que correrá la derecha en las próximas elecciones parlamentarias surge en todas las conversaciones. Los vaticinios son tan pesimistas, que ha brotado un sentimiento que oscila entre la conmiseración y la alarma; conmiseración por la humillación que sufrirá la derecha en las urnas, y alarma por el impacto negativo que puede tener sobre la estabilidad democrática una derecha subrepresentada en el Parlamento.

* *La Epoca*, 16 de septiembre 1989.

Pero en la historia los acontecimientos poseen una extraña y hasta mágica racionalidad. Diría que "ya está escrito" que la derecha sea derrotada en las elecciones de diciembre. Ha cometido muchos errores, y éstos se pagan. Aun más: es absolutamente necesario que la derecha aprenda a pagar por sus errores. Nadie pretende que este aprendizaje sea un castigo, como ocurrió con la izquierda después del Golpe de Estado. Pero la derecha debe pagar por haber cerrado los ojos durante mucho tiempo ante la violación de los derechos humanos, el cercenamiento de las libertades democráticas y la profundización de las desigualdades sociales; debe pagar por haberse aprovechado de las ventajas de un régimen autoritario; debe pagar por haber apoyado a Pinochet hasta el punto de votar a favor de su perpetuación en el plebiscito de octubre pasado; debe pagar por haber caído en la ilusión de que con Büchi podían seguir ganando hasta el infinito.

La derecha lleva demasiados años sin que nadie le pase la cuenta por sus errores, en la cúspide de un poder incontestado. Como todos los que están en su situación, necesita con urgencia reencontrarse con esa experiencia humana fundamental que es el fracaso. Diría más: es la democracia chilena la que necesita que la derecha pase por esa experiencia, pues la humildad es la actitud sobre la que se levanta la democracia, y el fracaso es la única cura real para la arrogancia.

La preocupación de algunos opositores ante el fracaso electoral que espera a la derecha como resultado de sus errores, es comprensible. Pero es inútil la conmiseración, y ya se sabe qué poco objeto tiene dar consejos. Las experiencias son, en la mayor parte de los casos, intransferibles. Finalmente, cada uno aprende de sus propios fracasos; o, para decirlo con la eterna sabiduría de los boleros, sólo se aprende si los errores se viven en carne propia. Esto lo sabemos muy bien todos los que hemos sentido la crisis de 1973 como nuestro propio fracaso y que hemos sido relegados por dieciséis años al lado oscuro de la historia. Qué lástima que este saber también sea intransferible, y que nadie pueda ahorrar a la derecha lo que le toca vivir.

No quiero que lo anterior sea interpretado como un llamado a la indiferencia frente a la suerte que pueda correr la derecha en las próximas elecciones. Al contrario. Su suerte nos afecta a todos, y la forma en que aprenda a vivir su derrota es de

interés para el destino de la democracia en Chile. Lo que importa es que ello suceda sin dramatismo, como una circunstancia que forma parte del juego —en el sentido literal— de la democracia, y que nadie se vea tentado a botar el tablero porque la partida no fue de su agrado. Para ayudar a que así sea, la oposición, en vez de emitir voces de alarma o conmisericordia, debiera adelantar un reconocimiento, que es también promesa e invitación: que no importa cuántos representantes tenga la derecha en el futuro Parlamento, ella tendrá un lugar destacado en la búsqueda común de la “democracia y el progreso”.

EL SECRETO DE LA CONCERTACION *

La revista *Qué Pasa* viene haciéndose dos preguntas en sus últimos números, para intentar por la vía comparativa explicar el “turbio panorama” de la derecha: ¿qué tiene la Concertación que no tiene la “centro-derecha”? O, dicho de otro modo, ¿por qué la Concertación logra ponerse de acuerdo oportunamente en lo que quiere, y la derecha no?

Los análisis de la publicación han derivado en dos conclusiones básicas. Primero, que la existencia de partidos fuertes ha permitido a la Concertación contar con mecanismos de toma de decisión efectivos, resolver adecuadamente el tema de la selección de los candidatos a diputados y senadores, y establecer una relación fluida entre la campaña presidencial y la parlamentaria. Segundo, que los acuerdos son más fáciles en la Concertación porque entre sus partidos hay más diferencias ideológicas que entre los de la derecha: en el caso de esta última, en efecto, la cercanía de sus postulados los lleva a competir ácidamente por el mismo electorado, lo que dificulta la unidad.

Estas conclusiones resultan sorprendentes, más aún cuando vienen de una revista de derecha que no oculta sus simpatías por Büchi. Porque, contrariamente a lo que la derecha y Pinochet han repetido hasta el cansancio, las aseveraciones de *Qué Pasa* terminan estableciendo que los partidos políticos no se-

* *La Epoca*, 23 de septiembre 1989

rían una montonera formada por individuos ambiciosos incapaces de ceder, sino organizaciones altamente eficientes para adoptar decisiones en función de un interés general. Y en oposición a la imagen que Büchi y los candidatos de derecha tratan de propalar, en el sentido de que la Concertación (“los 17”) sería una “bolsa de gatos” por las diferencias ideológicas que hay en su seno, *Qué Pasa* reconoce que esas diferencias no son obstáculo para alcanzar acuerdos y que, aun más, los favorecen.

Después de las conclusiones comentadas —que no hacen más que refrendar la experiencia de estos últimos meses—, seguir alimentando la leyenda negra sobre la pretendida ineficiencia de los partidos políticos y sobre el “caos” de la Concertación, no es más que una obsoleta manera de perder el tiempo.

Pero la creación y el desarrollo de la Concertación opositora merecería una atención más cuidadosa —y, por cierto, no sólo de parte de la derecha—. De hecho, la magia que envuelve a la Concertación está logrando lo que en Chile parecía imposible: que el modelo político centralizador basado en la unidad ideológica y/o en el liderazgo carismático, esté batiéndose en retirada. Porque el éxito de la Concertación tiene un secreto: que lo que opera en la práctica en su seno es un régimen parlamentario. De allí, por ejemplo, que en ella todos actúen en representación de partidos políticos; que existan múltiples instancias de deliberación, a través de las cuales se alcanzan los consensos que luego sancionan los órganos de decisión; que la Concertación se contente con tener un “vocero”, y que presente como candidato a la Presidencia de la República no a un típico líder suprapartidario, sino a quien más ayudó a construir el acuerdo entre los partidos. Los ejemplos podrían ser muchos más. Pero los mencionados bastan para mostrar que la Concertación refleja un nuevo tipo de entendimiento y convivencia política. Ellos son el resultado de un largo proceso, cuyos actores decisivos fueron generalmente anónimos, en el cual los dirigentes políticos de oposición se re-socializaron en un parlamentarismo *de facto*.

La Concertación, en definitiva, ha desatado un cambio profundo en la cultura política chilena. Y a juzgar por el interés que muestran por ella algunos círculos de la derecha, esto no se ve con malos ojos. Es muy probable, por lo tanto, que estemos ante un giro histórico de la política en Chile. Este gi-

ro por cierto no encuentra acogida en las actuales instituciones —que son de corte estrictamente presidencialista—, pero ello no es extraño ni grave, pues todas las transformaciones de este tipo se imponen sobre las instituciones desde la experiencia.

LAS LEYES DEL MARKETING *

Chile ha entrado de lleno a un período de elecciones. Muchos lo añoraban, y con justa razón. Se trata de momentos excepcionales, en que los ciudadanos corrientes se sienten dignificados por el simple hecho de ver a las élites políticas acercándose a ellos para conquistar su adhesión. En el pasado, los candidatos intentaban conseguir apoyo recurriendo ya al "olfato político" que daba la experiencia, ya a la fuerte identificación partidaria de los electores. La situación de hoy es diferente. De una parte, la antigua lealtad hacia los partidos se ha debilitado, dejando una gran masa de electores "libres" o en disponibilidad. De otra, después de dieciséis años —¡y qué años!— sin elecciones, nadie puede presumir de la experiencia necesaria para saber qué quieren los ciudadanos. Esto en parte explica el actual auge del *marketing político*. La esmerada atención que empiezan a prestar los candidatos a las encuestas de opinión, a la publicidad o a su imagen pública, así como la tendencia a confiar en equipos técnicos reclutados en función de su competencia y no de su afiliación partidaria, son reveladores de una campaña electoral que está inaugurando un estilo político completamente nuevo.

Esta suerte de *marketización* de las elecciones suscita sin embargo algunas resistencias, de partida en los aparatos partidarios. Estos parecen percibir el esfuerzo de los candidatos por acercarse a los ciudadanos como un distanciamiento peligroso —o, si se prefiere, como una emancipación— del líder político respecto a los dirigentes y militantes del partido, hasta ahora su grupo de referencia habitual. Tal temor es el que se refleja en algunas burocracias partidarias, que acusan al *marketing*

electoral de conducir al abandono de los principios y la voluntad en política.

El *marketing* produce resistencias además porque se lo identifica con la manipulación de la opinión pública *por* las élites. Pero ésta es una visión reduccionista. La realidad es que en política el *marketing* cumple usualmente el rol inverso; esto es, el de un vehículo a través del cual la sociedad hace pesar sus aspiraciones *en* las élites. El empeño de los candidatos por adaptarse a las percepciones, sentimientos y opiniones de la gente común, para así interpretarla y representarla correctamente, puede ser entonces comprendido como un signo de democratización de la política. Y es también un signo de modernización. En efecto, el esfuerzo por crear una relación de empatía con los ciudadanos desecha la figura tradicional del dirigente-profeta que se pone por encima de la gente ordinaria para seducirla con proyectos ideológicos totales, y la sustituye por la del genuino servidor público.

Las "leyes" del *marketing* enseñan, de otra parte, que un "producto" sin una imagen definida, o que cambie permanentemente sus características, jamás logrará un espacio en el mercado, pues carecerá de un atributo esencial: la credibilidad. Si esto es válido en general, lo es doblemente en el campo de la política. Los candidatos que imaginan la modernización como un permanente cambiar los mensajes y gestos en función del "grupo-objetivo", están condenados al fracaso. El público preferirá siempre la seguridad que da aquello que es fácilmente reconocible. Una política donde el "pragmatismo" sustituya por completo a los principios, con seguridad será derrotada en el plano electoral. Es importante que esto sea entendido por los candidatos, especialmente por los que creen que renegando de lo que ayer adoraron, pueden ganar algunos puntos en las encuestas de popularidad. Cuidado con los electores, que castigan fuertemente el oportunismo; por esto mismo, más vale dejar en sus manos la vigilancia de los principios, que son ciertamente esenciales a la actividad política.

* *La Epoca*, 2 de septiembre 1989

*¡VIVAN LAS ELECCIONES! **

Corrientemente se da por sentado que los candidatos son los que conquistan la voluntad de la gente, pero en realidad ocurre exactamente lo contrario: que la gente termina por conquistar a los candidatos. Esto es lo que hace a las elecciones —más allá de los excesos que puedan ocurrir— experiencias tan saludables para las sociedades.

Basta observar lo que viene ocurriendo con los candidatos al Parlamento. Aunque están cansados de tanto trajinar por su distrito o circunscripción, se los ve más jóvenes, más tostados por el sol, más saludables. Después de años transitando entre oficinas, tribunales, embajadas, exilios, ceremonias, seminarios, cárceles, misas, gabinetes y funerales, ahora andan por ahí recorriendo ferias, bajando a minas, conociendo hospitales, abrazando a mujeres, conversando con trabajadores, subiendo andamios, visitando sedes, paseándose por plazas. Las campañas electorales tienen la impagable virtud de obligar a los candidatos a zambullirse en el país profundo. Y de ahí nadie sale como entró. Cuando uno los escucha ahora, se los nota menos arrogantes, más humildes. Son pocos los que no salen impactados por la sabiduría de la gente. Mención particular merece el caso de los llamados "paracaidistas" —esto es, los santiaguinos que se han presentado en otras regiones—, que han sido literalmente seducidos por las localidades que aspiran a representar. Muchos de ellos hoy miran con incredulidad cómo vivieron tantos años indiferentes a la realidad de las regiones. De hecho, la regionalización nunca ha ganado tanto como en estas elecciones.

Y contrariamente a lo que a veces se ve en la superficie, las campañas electorales también ayudan a que las posiciones políticas converjan sobre ciertas materias fundamentales. Si se deja a un lado el anticomunismo arcaico empleado por las candidaturas derechistas a escala nacional, lo que se observa es una amplia similitud en las propuestas de los candidatos a

parlamentarios. Cada uno llegó a su zona con un discurso prefabricado en agencias u oficinas capitalinas; pero esos discursos, después de haber sufrido los embates de la realidad, han quedado irreconocibles. Como esto les ha pasado a todos y la realidad es más o menos la misma, los discursos se hacen cada vez más parecidos, y todos ellos dan un lugar destacado a las demandas regionales o locales. Desde el punto de vista político, los candidatos a parlamentarios han venido constatando que, electoralmente hablando, lo que paga es la moderación. Cada uno trata, por lo tanto, de alejarse de cualquier imagen extremista y de acercarse todo cuanto pueda al centro. La defensa de los derechos humanos, el respeto a la democracia, la promoción de la justicia social, el impulso a la modernización, son banderas que enarbolan todos sin distinción. Esto es sin duda muy bueno para Chile, porque aunque las motivaciones iniciales de algunos candidatos sean oportunistas, la emisión de un discurso o la proyección de una imagen ante el público, a la larga los comprometen.

Pero más que los candidatos, los que gozan con las elecciones son los electores. Se trata de una ocasión única, en donde ellos son escuchados y halagados; son tomados en cuenta; son puestos en el centro, como si fueran lo más importante, como si fueran los más inteligentes. En el caso chileno, donde han pasado tantos años desde la última elección, el aspecto dignificador de las campañas electorales es particularmente importante. La gente llega a sorprenderse cuando ve que su opinión vale; que es convocada a participar en la definición del curso que seguirá el país. Es una experiencia magnífica. Cuesta entender por qué se le negó a los chilenos por dieciséis años gozar de esta dignidad. Y costaría mucho entender que la gente votara por aquellos que durante ese tiempo no sólo no protestaron por esta situación, sino que inventaron mil excusas para profitar de ella.

* *La Epoca*, 11 de noviembre 1989.

*EL PAÍS DONDE DAR LA MANO ES UN PECADO **

Me cuento entre los tantos que quisieran que Chile fuera un país moderno. Una sociedad que mira al futuro, en vez de girar en torno a los recuerdos; que se maneja a sí misma y que confía en la razón para controlar los mitos y los miedos ancestrales; con un sistema político que procesa los conflictos y elabora las decisiones, y no se limita a ser el lugar de las recriminaciones; en fin, una sociedad en donde reina un espíritu de tolerancia y de diálogo que achica el espacio a los fanatismos. Es tanto lo que sueño con ese país, que a veces me convenzo de que vamos hacia allá. Me hago muchas ilusiones, lo reconozco. Es por esto que me siento defraudado cada vez que descubro que tras una máscara de modernidad, lo que se esconde es el arcaísmo, la referencia a fuerzas ocultas que escapan a la razón, la total incapacidad de convivir en la diferencia, la mentalidad sectaria. Siendo una persona de oposición, confieso haberme hecho ilusiones acerca de que la derecha realizaría una campaña electoral que haría avanzar a Chile hacia la modernidad. Así parecía hasta no hace mucho: candidatos jóvenes, dinámicos, perfectos *yuppies* con sus camisas de rayas, sus corbatas de colores y sus parkas de esquiadores; una propaganda multicolor que nos acerca al clima electoral norteamericano; mensajes que apelan a grandes sentimientos al ritmo de la música más moderna; un discurso que toma distancia de Pinochet y hace suyas las banderas de la democracia y de la igualdad de oportunidades. Todo iba bien. Parecía una derecha moderna. Hasta que de pronto afloró aquella obsesión que ya otras veces ha llevado a la derecha a hundirse en las profundidades de la irracionalidad: la obsesión por el comunismo. Después de dieciséis años de una dictadura anticomunista que ellos defienden como exitosa, el problema de Chile seguiría siendo el comunismo. Aylwin y la Concertación pasaron a ser, si no comunistas, por lo menos "tontos útiles" del comunismo; ellos,

* *La Epoca*, 28 de octubre 1989.

por su parte, volvieron a tomar la política como una cruzada por la libertad.

Bastó un hecho para que la derecha reemplazara su tono moderno por el viejo estilo. Ocurrió semanas atrás, cuando Patricio Aylwin dio la mano al ex senador comunista Volodia Teitelboim. Esto se transformó en motivo de escándalo para los derechistas, que vieron detrás de ese gesto humano trivial toda suerte de "pactos secretos" con fuerzas diabólicas. El mensaje es claro: a los comunistas no se les da la mano; son seres contaminantes a los que no se les saluda siquiera, que deben ser aislados, que requieren de un tratamiento especial. Esto que parte así tan simple, ¿dónde termina? En la historia universal, y en la nuestra reciente, hay demasiados ejemplos atroces como para tomar frívolamente este tipo de señales.

En el mundo entero el "problema comunista" ya dejó de ser problema, pues esas sociedades se abren y se acaba el enfrentamiento entre las superpotencias. En Sudáfrica se termina el *apartheid*, y el gobierno blanco se apronta a negociar con los representantes de la mayoría negra, con los mismos que mantuvo medio siglo en prisión acusados de "terroristas". Pero aquí en Chile no se puede dar la mano a un comunista; aquí en Chile se necesita de Pinochet para proteger a la libertad del peligro comunista. ¿Esta es la modernidad que nos ofrece la derecha? ¿Dónde quedan la fe en la libertad humana y la tolerancia, que son la base de un espíritu auténticamente moderno?

Es probable que la idea viniera de algún asesor, que descubrió que el anticomunismo podía reportarle algunos votos a sus clientes derechistas. A lo mejor. Pero los candidatos —no los asesores— debieran preguntarse por el costo que están pagando, tanto en términos de su propia imagen como en términos de hacer de Chile una sociedad moderna. Interrogado sobre la violación a los derechos humanos durante este régimen, recuerdo que un derechista dijo no hace mucho que "para hacer una tortilla hay que quebrar huevos". Ojalá nadie, nunca más, justifique la validez de *cualquier* procedimiento que le permita alcanzar sus fines. Más aún: ojalá la derecha se modernice en serio, para poder hacer de Chile un país donde no sea pecado darse la mano.

LOS "MADISON BOYS" *

La candidatura de Hernán Büchi hará historia en la publicidad política en Chile. Ha sido una campaña innovadora. Los giros que ha ensayado son espectaculares. Quien ha estado diez años en el poder se presenta como el que ahora tiene las soluciones para los problemas de la gente; quien ha sido funcionario de una dictadura, hoy acusa a sus adversarios —los mismos que fueron perseguidos por defender la libertad— de antidemocráticos; quien está estancado en las encuestas con menos de un tercio de las preferencias, toma iniciativas que lo hacen aparecer a la ofensiva; en fin, *el hombre* distante y esquivo que ha pasado casi toda su vida adulta en los pasillos del poder, se transforma de pronto en un candidato *diferente*. Más allá de cualquier consideración política, hay que reconocer que se trata de una operación publicitaria notable.

El Jefe de Campaña de Büchi ha confesado que han contratado los servicios de los publicistas norteamericanos que montaron la campaña de Bush. Esa campaña se hizo famosa porque en vez de recalcar sus propios atributos, se orientó a atacar a su adversario (Dukakis) con todos los recursos imaginables. Tal estrategia quedó ilustrada en dos *spots* de TV. El primero mostraba escenas de polución en la bahía de Boston, Massachusetts (donde Dukakis es gobernador), culpando a su adversario de incompetencia y restándole credibilidad. Parecía el ladrón detrás del juez, pues quien estaba en el gobierno (Bush llevaba ocho años de vice-presidente) era el que acusaba a la oposición por no saber resolver los problemas del país; así y todo, la estrategia tuvo éxito.

El segundo *spot* fue más impactante aún. Mostraba la foto de un delincuente que había matado a una mujer, mientras hacía uso de una disposición del estado de Massachusetts que permite a ciertos detenidos abandonar la prisión los fines de semana. Implícitamente, Dukakis era presentado como el responsable de ese asesinato. Pero el *spot* iba más allá: el asesino era negro,

* *La Epoca*, 4 de noviembre 1989.

la mujer era blanca y había sido violada; vale decir, estaban sabiamente reunidos los componentes para conseguir el objetivo deseado por los publicistas de Bush: hurgar en las profundidades del racismo de la clase media blanca americana para ganar allí votos que resultaban decisivos.

No hay que ser muy perspicaz para descubrir la misma mano en las campañas de Büchi y de Bush. En el caso del cliente chileno, los publicistas le han recomendado culpabilizar de los problemas a los mismos que han estado excluidos de toda participación política por dieciséis años: así, por ejemplo, la pobreza es "herencia de la Unidad Popular" y no responsabilidad de este gobierno, la violación de los derechos humanos es responsabilidad de las víctimas y no de los victimarios, el peligro para la democracia viene de los que han luchado por ella y no de los que han estado con la dictadura, y así por delante. Los asesores se preocuparon además de buscar lo que en Chile pudiera ser equivalente al racismo latente de la clase media americana, y creen haberlo encontrado en el anticomunismo. La campaña de Büchi, en efecto, apela al fantasma de los "comunistas" o "marxistas" —identificados con el caos y la violencia—, del mismo modo como la campaña de Bush apeló al fantasma de los negros, identificados con un asesino y violador. Dukakis fue culpabilizado de otorgar la libertad provisional a un negro criminal; Aylwin de acordar un "pacto secreto" con los comunistas.

La campaña de Bush dejó hondas heridas en la sociedad norteamericana; con más razón las dejará la de Büchi en una sociedad como la chilena, que trata con esfuerzo de reconstruir su convivencia. Esto no tiene por qué importarles a los publicistas americanos, pero sí debería importar a los responsables políticos de la campaña de Büchi, que tienen que entender que Chile va más allá del 14 de diciembre. Por lo demás, ellos debieran preguntarse por la real eficacia de esta estrategia. Chile no es EE.UU., donde las elecciones se dan entre alternativas casi idénticas, por lo que se deciden en la habilidad de la propaganda; aquí se enfrentan bloques políticos definidos, con bases sociales y trayectorias muy disímiles, por lo que la publicidad tiene un efecto marginal. Pero, además, la derecha debiera aprender de su propia experiencia. Una vez creyeron que los *Chicago Boys* realizarían un milagro económico que duraría para siempre;

no creerán ahora que los *Madison Boys* (Madison Avenue es donde están instaladas las grandes agencias de publicidad en Nueva York) realizarán el milagro político de ganar esta elección!

LA METAMORFOSIS *

La campaña presidencial ha llegado a la recta final. Y se ha producido un fenómeno curioso. Mientras el candidato oficial —a saber, Hernán Büchi— aparece presentándose como un candidato opositor, el candidato de la oposición al régimen actual —a saber, Patricio Aylwin— desarrolla una campaña propia de quien está ejerciendo el gobierno del país.

Una oposición tiene a su favor la posibilidad de formular promesas sin mayor respaldo, de emplear la crítica y la denuncia, de usar un estilo desenfadado e iconoclasta, de gozar de esa libertad que da el no tener nada que perder. Y estos rasgos se acentúan más aún cuando la opción de que se trata tiene pocas oportunidades de ganar la elección.

La campaña de Büchi tiene muchas de esas características. Sus promesas superan las de los más reputados políticos populistas. Pero lo más espectacular es el tono crítico que ha tomado respecto del gobierno del cual el propio candidato y la inmensa mayoría de su equipo formaron parte hasta pocos meses atrás. Quien observara inadvertidamente los primeros días de la *Franja* publicitaria de Büchi en la TV, creería estar viendo a la alternativa opositora.

Las oposiciones tienen siempre un talón de Aquiles: su credibilidad. Si la campaña de oposición la hacen los mismos que están o han estado en el gobierno, la incredulidad puede llegar a ser mayúscula. Este es el caso de Büchi. Esta radical inversión de roles debe provocar en muchos electores un bloqueo ante su candidatura, o cuando menos un sentimiento de incredulidad. Pero lo más duro ha de ser para los que han apoyado al régimen militar en todo, que votaron que *Sí* en el

* *La Epoca*, 23 de noviembre 1989.

plebiscito, que simpatizan con la UDI, que adoran a Pinochet. Ellos no pueden sentirse identificados con la campaña de Büchi. Si votan por él, será a pesar de su campaña. Pero es probable que el tono de esta última termine por provocar el rechazo de algunos electores que parecían seguros, los que pueden encontrar en Errázuriz una alternativa que no será mucho mejor, pero que al menos tiene una virtud: "*se puede confiar en él*".

Los estrategas de Büchi tienen que saber los riesgos que están corriendo. Su apuesta es clara: tratan de correrse lo más posible hacia la "cultura del *No*" o de oposición, para que no se reproduzcan los resultados del plebiscito. Y como Büchi es joven, han concluido que lo adecuado es orientarse hacia la juventud opositora, la que se supone no tendría una identificación política muy cristalizada.

Desde el punto de vista del *marketing*, el razonamiento de la campaña Büchi parece impecable. Lo que pasa por alto, sin embargo, son las características de la cultura política chilena, entre ellas la existencia de bloques políticos muy bien constituidos (las llamadas izquierda, centro y derecha), que se reproducen de una generación a otra a través de múltiples medios de socialización. Si se observan los resultados del plebiscito y de cada elección realizada en los últimos años en los colegios profesionales, las federaciones estudiantiles, los sindicatos, etc., se verá que esa cultura política se mantiene. Es difícil, por tanto, que ella se transforme radicalmente en el curso de unos meses como obra de la magia publicitaria. Ya no tienen tiempo para intentar otra cosa, pero habría sido útil para la campaña de Büchi contar además con asesores en sociología, ciencia política o historia, que supieran acerca de la cultura política chilena.

Frente a la frenética campaña de su principal adversario, la de Aylwin irradia una imagen de placidez, de seguridad, propias de quien que se siente en el gobierno y que toma esta tarea con responsabilidad. Pese a no ser aún el Presidente, Aylwin se comporta crecientemente como tal, y toda su campaña es invadida por este espíritu; un poco en el estilo de la campaña última de Mitterrand. ¿Será que el tono de las campañas electorales anticipan el resultado de las elecciones? Es muy probable que así sea; pero la palabra final sólo será dicha el 14 de diciembre próximo.

¿Y SI EL HABITO HICIERA AL MONJE? *

La propaganda de Büchi en la televisión provoca al principio incredulidad, luego cierta indignación, pero a la larga debería producir satisfacción y optimismo. Por fin la derecha se emancipa del régimen de Pinochet; por fin se hace cargo de rechamente del tema de la violación de los derechos humanos; por fin manifiesta públicamente sus críticas al autoritarismo; por fin reconoce los problemas de la pobreza y de la injusticia social, y se compromete con soluciones; por fin renuncia al uso del terror y del anticomunismo como recurso electoral.

Muchos piensan que la cara nueva que presenta el candidato derechista obedece exclusivamente a las necesidades electorales del momento. Es muy probable que sea así, pero esto no tiene mayor relevancia, pues no le resta importancia al giro que se está produciendo. En política, los juicios acerca de la autenticidad o hipocresía de determinadas actitudes u opiniones son, a la vez que eternos, probadamente inútiles. Lo que importa realmente es que —cualesquiera hayan sido las motivaciones— la derecha está recuperando una cara democrática y, en la medida en que lo hace, puede irse afirmando nuevamente como una fuerza democrática. No es cierto aquello de que “el hábito no hace al monje”: en cierta medida, lo hace. Las personas, los grupos, las empresas, los partidos, se adaptan a la imagen que se ven compelidos a proyectar en ciertos contextos sociales específicos; un caso extremo es el de aquellos actores que jamás logran desprenderse del personaje que en algún momento representaron con éxito en escena.

La imagen democrática que ha empezado a proyectar la derecha puede tener entonces gran impacto sobre la derecha misma y sobre el proceso político chileno. De una parte, los sectores militaristas empiezan a quedar dramáticamente aislados, lo que aleja el peligro de una aventura anti-democrática. La posibilidad de un entendimiento entre todas las fuerzas políticas respecto al rol de las FF.AA. en el orden institucional futuro se hace

* *La Epoca*, 25 de noviembre 1989.

más cercana, lo que permitiría enfrentar conjuntamente uno de los aspectos más delicados de la transición. Una derecha reconciliada con la democracia sería inmensamente saludable para el país. De allí entonces la esperanza que provoca el verla asomarse en las imágenes de la *Franja* de Büchi en la TV; el verla por fin recorriendo el camino que las demás fuerzas políticas del país han recorrido: el de reconocer y aprender de sus propios errores. Este re-posicionamiento de la derecha chilena no le reportará, sin embargo, beneficios inmediatos. Concretamente, no le hará ganar más votos en la actual elección presidencial, porque las opciones están definidas con mucha anterioridad y nadie puede soñar con el milagro de que un candidato que fue ministro de Pinochet consiga votos entre quienes se sienten sus víctimas. Incluso más, el actual re-posicionamiento le puede hacer perder votos por la perplejidad que produce en las bases derechistas educadas en el terror anticomunista y en el pinochetismo. Pero en el largo plazo, la estrategia por la que ha optado Büchi es la correcta, pues está transformando la “imagen corporativa” de la derecha chilena, colocándola como una alternativa democrática hacia el futuro. En este sentido, está dirigida mucho más al horizonte de 1994 que a la meta inmediata del 14 de diciembre de 1989; desde tal punto de vista, la de Büchi es una buena campaña.

En todo rigor, la de Aylwin es la única campaña que se dirige a ganar *esta* elección. Y en lo esencial, ya la ganó, pues sus promesas básicas —la reconciliación, la democracia, la justicia social— han llegado a ser compartidas por todos sus contrincantes y parecen convertidas ahora en un consenso nacional. Si este consenso se solidifica y si todos los actores políticos se comportan en forma consecuente con él, entonces la democracia chilena estará resurgiendo con la fuerza necesaria como para superar todos los obstáculos que se le pongan por delante. Es para celebrarlo desde ya.

*EL "PACTO SECRETO" **

En Chile ya no se puede mantener ningún secreto. Todos los días se descubre algún pacto o ley que permanecía escondido de la luz pública. Hay políticos cuya pasión por develar secretos se ha vuelto obsesiva: no pasa semana, en efecto, sin que descubran y denuncien la existencia de un nuevo "pacto secreto", en especial entre los partidos de la Concertación y diversas otras fuerzas que, según estos políticos, son parte del reino de las tinieblas. A partir de los secretos develados, llueven los emplazamientos a diestra y siniestra. En este clima inquisitorial llama la atención que nadie hasta ahora haya puesto atención y denunciado el pacto más secreto de todos: el suscrito entre los candidatos presidenciales y entre gran parte de los candidatos al Senado y el Parlamento.

Para los chilenos poco informados en política, ¿qué podría explicar el hecho de que todos los candidatos estén diciendo más o menos lo mismo, sino la existencia de un "pacto secreto" entre ellos? Aunque traten de ocultarlo a través de ademanes agresivos, gestos irónicos o remembranzas del pasado, a nadie pasa inadvertido que los candidatos se han puesto de acuerdo en lo fundamental. Ninguno pone en duda, por ejemplo, que en Chile se han violado los derechos humanos, y que es preciso hacer verdad y justicia sobre ello; o que la distribución de los ingresos y de las oportunidades sociales ha sido muy injusta, y que esto debe ser corregido con prontitud a través de una acción del Estado; o que Chile debe mantener una economía abierta al exterior con el máximo de facilidades para el desarrollo del sector privado; o que las FF.AA. deben subordinarse al poder civil; o que hay que dejar atrás las ideologías, pues lo importante son las soluciones concretas. Todas éstas son cuestiones sustanciales en que se ponen de manifiesto las convergencias a las que llegaron ocultamente los políticos chilenos. Más en general, ellos parecen haber convenido en que to-

dos desde la izquierda a la derecha procederían al unísono a correrse hacia el centro del arco político, y por lo que se ve nadie quiere salirse de este acuerdo secreto.

Este pacto oculto en torno a la moderación y al pragmatismo debiera causar preocupación, pues ha dado a la campaña electoral un cariz que a muchos llega a molestar. Llama la atención el contraste entre el sentido de urgencia que proyectan algunos candidatos, y la actitud tranquila con que los mira la ciudadanía. Esta observa con perplejidad el histerismo de aquellos que atosigan a los electores con cartas, volantes, afiches y emplazamientos. Los grandes llamados "por la libertad" o "contra el comunismo" tienen un efecto nulo. Las apelaciones mesiánicas, los anuncios proféticos, la invocación de lo nuevo, las invitaciones a soñar, se enfrentan a la serena e inmovible indiferencia de los chilenos.

Definitivamente, esta campaña electoral no es como las de antes, cuando había un involucramiento emocional intenso de la población, cuando las posiciones se iban haciendo cada vez más extremas en la medida en que se intensificaba la campaña, cuando el debate giraba en torno a las ideologías de cada cual, cuando reinaba un clima de incertidumbre sobre lo que pasaría. Hoy todo es diferente. No habiendo polarización, esta campaña perdió la épica que rodeaba a las elecciones de antaño.

Muchos deben sentirse nostálgicos, y con ganas de denunciar este "pacto secreto" que ha llevado a los políticos a quitarles el antiguo brillo que tenían las elecciones de antes, pues ahora parece que tuvieron más acuerdos que desacuerdos. Pero es probable que este "pacto secreto" al que se han visto empujados los candidatos por las circunstancias, perdure mucho más allá de estas elecciones. Si esto es así, es porque algo muy profundo ha cambiado en el sistema político chileno.

* *La Epoca*, 2 de diciembre 1989.

LA GUERRA DE LAS FRANJAS II *

Los estrategas de la campaña Büchi estaban perfectamente conscientes: la única posibilidad que tenían en sus manos para acortar la distancia que le llevaba Aylwin en las encuestas, residía en el uso que dieran a la *Franja* de Propaganda Política en televisión. Dado su altísimo *rating* (durante los días de semana estos programas fueron vistos en promedio por el 70 por ciento de los hogares de Santiago), si eran capaces de mostrar allí una neta superioridad, podían aspirar a conquistar una parte importante del electorado vacilante o indeciso. Como el antecedente previo de la *Franja del Sí* había sido pésimo, no era difícil superar la marca y realizar un programa atractivo. Se forjaron entonces muchas ilusiones, y la campaña Büchi orientó enormes recursos a ese objetivo.

Para la candidatura Aylwin la situación era exactamente la inversa. Su ventaja en las preferencias del electorado la inclinaba por una estrategia de mantención. Para ella, por lo tanto, la propaganda televisiva equivalía a exponerse a un riesgo innecesario. Por lo demás, la *Franja del No* había fijado un *standard* muy alto, por lo que todo lo que hiciera la oposición en esta oportunidad sería juzgado inferior.

En estas circunstancias se inició, hace ya veinticinco días, la "Guerra de las Franjas II". Y pese a las expectativas de unos y las aprehensiones de otros, la oposición resultó nuevamente triunfadora, y por un amplio margen. Esto es lo que prueban todas las encuestas orientadas a medir el impacto de las diferentes emisiones. En efecto, la de Aylwin es evaluada como la mejor, como la más convincente, como la que da mejores argumentos, como la que mejor representa los intereses del país, como aquella que revela mayor capacidad para gobernar, y así por delante. Sólo es superada por la de Errázuriz en un aspecto: esta última es apreciada como la más "simpática". Debe destacarse que la opinión positiva acerca de la franja de Aylwin

* *La Epoca*, 9 de diciembre 1989.

no viene solamente de los aylwinistas declarados, sino que incluye a sectores que apoyan otras candidaturas o que no tienen una preferencia clara.

El hecho de que por segunda vez la oposición resulte victoriosa en la "guerra de las franjas" está lejos de ser trivial. No se trata de un asunto de competencia técnica ni, mucho menos, de recursos. La campaña de Büchi contó con los medios más sofisticados, con asesores internacionales de vasta experiencia y con buenos creativos publicitarios. Tras la candidatura Büchi había además un grupo cultural y socialmente homogéneo, una ideología —el neo-liberalismo— que está en auge en el mundo entero, y una organización liviana e independiente. En cambio, lo que tenía al frente era un conglomerado con escasos recursos, social, cultural y políticamente muy heterogéneo y, por lo mismo, con una organización compleja y pesada. En términos abstractos, por lo tanto, la franja de Büchi tenía todas las de ganar... y perdió. ¿Por qué? Por un problema de fondo: porque careció de una estética (y, por consiguiente, de una ética) en la cual los chilenos se reconocieran. El simple uso de efectos modernos, quedó mostrado, termina por generar una sensación de frialdad y lejanía; y la apelación puramente individualista —graficada en la relación de *el hombre solo, diferente* a todos sus semejantes, con la montaña— no tiene acogida en Chile sino en una minoría.

La *Franja* de Aylwin tuvo una estética y una ética consistentes, las mismas de la *Franja del No*. Se dirigió siempre a personas que necesitan sentirse de nuevo parte de un país-familia que las acoja, las proteja y las proyecte más allá de sí mismas. Desde el punto de vista estético, recreó nuevamente el peculiar sincretismo entre lo "artesanal" y lo moderno, reconstruyendo así una continuidad perdida en la experiencia de cada chileno. Con su regularidad y consistencia, esta *Franja* logró comunicar lo que parecía más difícil para la coalición opositora: un sentimiento de seguridad.

Tanto en su forma como en su contenido, la *Franja* de Aylwin fue fiel a su promesa: de que aquí "gana la gente". Se puede anticipar desde ya que la unidad y la eficacia de su gobierno dependerá, por sobre todo, de la adopción de un estilo capaz de comunicar este mismo cariño por la gente.

EL PODER DE LA GENTE *

Vivir los tiempos que estamos viviendo debe ser tomado como un privilegio. Después de tantos años en que la historia pareció detenerse, hoy avanza como un torbellino; y nosotros los chilenos no estamos afuera de esa historia, como en un momento pareció ser nuestro destino. Porque no pasará inadvertido para los que hagan la crónica en el futuro: en el mismo año en que cayó el muro de Berlín, en que terminaron los regímenes totalitarios de Europa del Este, en que terminó la Guerra Fría, en ese mismo año los chilenos reconquistamos la democracia gracias al poder de la gente.

El 14 de diciembre quedará registrado como una fecha memorable. Más incluso que el 5 de octubre del año pasado. Esa vez muchos chilenos se sintieron perdedores con los resultados del plebiscito, y no quisieran recordarlo. Ahora, sin embargo, ha ocurrido algo extraordinario: todos sienten que ganaron con las elecciones. La gente de la oposición, pues salió elegido Aylwin y una mayoría de sus candidatos al Congreso; la gente de derecha, ya que esta última obtuvo una buena representación parlamentaria; y por cierto la gente del gobierno y los militares, que se sienten satisfechos de haber cumplido exitosamente con el itinerario que ellos fijaron.

Hacía muchísimo tiempo que los chilenos no teníamos la ocasión de sentirnos compartiendo un mismo triunfo. En política se había institucionalizado lo que se denomina un "juego de suma cero"; un juego en que sólo se puede ganar *a costa* de otro actor, lo que significa que tras cada ganador queda siempre un perdedor. Las elecciones del 14 se convirtieron, en cambio, en un "juego de suma positiva", que es aquél en que todos los actores participantes pueden ganar *simultáneamente*, pues las alternativas son múltiples y ellas mismas se multiplican en el curso del juego. De allí lo que ocurre en la actualidad, donde todos los sectores han encontrado motivos genuinos para estar contentos después de la elección.

* *La Epoca*, 23 de diciembre 1989.

La sustitución del "juego suma cero" por uno en que todos los actores pueden ganar es el reflejo de una transformación profunda del paisaje político chileno. La democracia pasó a ser un bien valorizado por todos los sectores, y la participación en ella es para todos motivo de satisfacción. Por lo mismo, ningún actor político relevante está por botar el tablero; al contrario, están interesados en que haya estabilidad para poder seguir con el juego, pues en él todos estiman tener oportunidades de ganar.

Lo anterior es lo que explica el peculiar clima que se ha creado en el país después de las elecciones. Impera una sensación de alegría que no excluye a nadie, y que se expresa con serenidad, casi con modestia. Surgen posibilidades de entendimientos que días atrás parecían imposibles, y esto no sólo en el dominio político, sino también en el plano más personal. Predomina un espíritu positivo, constructivo, optimista, ajeno por fin a las recriminaciones. Suena un poco manoseado, pero se respira un aire de paz, de reposo, de vigilia; como si después de un largo y difícil viaje, hubiésemos vuelto a casa, y nos preparáramos ahora a emprender los trabajos necesarios para que ella pueda acoger satisfactoriamente a toda la familia.

Contrariamente a lo que muchas veces se dice, no hay victoria más dulce —ni, probablemente, más duradera— que aquella en que nadie queda como un derrotado.

Queda por cierto mucho por hacer, pero de seguro no es lo más difícil. No faltan ni faltarán gestos altaneros disonantes con esta voluntad de reencuentro, pero esto no debe llevar a la alarma. En el pasado, demasiadas veces se levantaron voces para advertir los tremendos obstáculos que esperaban a la transición democrática. Pero la esperanza, la sabiduría y el poder de la gente fueron más fuertes; y lo son también ahora, y lo serán también mañana.

GOBERNAR ES CONCERTAR *

Una Patria justa y buena para todos; un país donde *gane la gente*, donde lo que está primero son las personas de carne y hueso, no las élites económicas o políticas, sus ambiciones y sus modelos: ésta fue, a fin de cuentas, la gran promesa de Patricio Aylwin durante la campaña electoral, y en función de ella será juzgado su gobierno.

No es por cierto una promesa fácil de cumplir. Contrariamente a lo que parece, es más simple cuando lo que se ha ofrecido son tantos empleos, tantas casas o tanto crecimiento del PGB. El futuro gobierno ha prometido bienes intangibles, pero que cada chileno sabrá reconocer porque le conciernen muy directamente: dignidad, respeto, justicia, libertad, oportunidades, reencuentro.

Lo anterior significa que el gobierno de Aylwin será evaluado por su *estilo*, no por el contenido literal de un programa. Antes que en obras físicas o cuadros estadísticos, por lo tanto, quedará reflejado en sus actitudes y gestos cotidianos; en el modo como valoriza a la gente, y saca de ellas lo mejor de sí para su progreso personal y el del país; en la forma como reúne lo que estaba separado; en la manera como se comunica con los chilenos.

Las cifras se pueden adulterar, los programas se pueden enterrar, las obras se pueden postergar; nada de eso se puede hacer con esa promesa intangible del nuevo Presidente. Y no es posible tampoco fingir. Sólo se respeta la dignidad de las personas y se le abren oportunidades, si realmente se confía en ella; sólo *gana la gente* si se quiere a la gente. El cariño, la confianza, el estilo, en definitiva, no se pueden simular: en este plano, la falsedad se descubre de inmediato.

Aylwin y la oposición ganaron en las elecciones pasadas porque se vieron los más auténticos en el cariño y en la confianza hacia la gente. Pero es distinto –¡increíblemente distinto!– es-

tar en la oposición a estar en el gobierno. El desafío es entonces conservar ese carisma aun estando en el poder; y el mejor ejercicio para ello es el de mantener día a día y bajo toda circunstancia, la confianza en la gente.

No se mantiene esa confianza en la gente cuando, por ejemplo, las personas que formarán la nueva administración empiezan a hacerse eco de ese decir según el cual lo que viene de los sectores populares es una “explosión de demandas” económicas. Basta en efecto esta presunción para que se rompa la confianza. Inmediatamente, lo que se impone es una actitud defensiva, y la apertura se sustituye por el recelo: si realmente *gana la gente*, puede quedar la “tendalada”...

¿De dónde sale esa presunción? Nadie lo sabe, porque toda la evidencia indica que las expectativas de los sectores populares van más en el sentido de que se les reconozca su dignidad y sus derechos en democracia, que en el sentido de obtener algunas ventajas económicas inmediatas. ¿Qué otra cosa explica, si no, que hayan apoyado a Patricio Aylwin? ¿Cómo se justifica, si no, que la *primera* demanda de la CUT –según lo declarado por Manuel Bustos– no sea un reajuste inmediato, sino la reforma concertada de la legislación laboral?

La gente es inteligente, no hay que olvidarlo; se puede confiar en ella, se debe confiar en ella. Para ser fiel a su promesa, el gobierno de Aylwin debe ser consecuente con esto. Si lo es y lo comunica adecuadamente, contará con el apoyo entusiasta de la inmensa mayoría de los chilenos.

Para el gobierno que sale, gobernar era mandar; para el que entra, *gobernar es concertar*. Esto es lo que hace la diferencia; ¡y qué diferencia!

* *La Epoca*, 8 de enero 1989.