

Renovación: ¿Por qué se perdió el plebiscito?

"La Segunda" reproduce a continuación parte de un análisis que hacen miembros de Renovación Nacional, en el último número de su revista mensual, sobre las causas de la derrota del 5 de octubre "para enfrentar con acierto las próximas elecciones presidenciales y parlamentarias". Con ese propósito dan su diagnóstico algunos dirigentes —entre los cuales también aparecen Renato Gazmuri, Federico Mekis y Tassilo Reisenegger— y "de sus respuestas se desprende que el escenario político post-plebiscito está cambiando sustancialmente y, en consecuencia, en la próxima contienda electoral los candidatos que representen un proyecto de sociedad libre tienen las mejores posibilidades de triunfar. La condición esencial radica en reconocer los errores cometidos y rectificarlos a tiempo", se consigna en la introducción de este artículo.

Miguel Luis Amunátegui, miembro de la Comisión Política:

"La oposición no arriesgó nada al no tener necesidad de mostrar un programa"

En el resultado del plebiscito hay más desaciertos de la campaña del SI que aciertos en la campaña del NO. Pero, como es evidente, ambos comportamientos tuvieron una influencia decisiva.

Analizaré sólo los aspectos que me parecen más relevantes.

1. Las encuestas indican que, antes de la nominación del candidato, quien representara la obra de las FF.AA. contaba con una mayoría a su favor. Sin embargo, esta mayoría comenzó a disminuir con la designación del Presidente Pinochet, porque parte importante de la ciudadanía no lo percibía como un demócrata; reprobaba en su régimen el tema de los derechos humanos y no estaba dispuesta a entregarle ocho años más a quien ya había gobernado por 15 años. Prefería a un civil que respetara la línea gruesa de la obra realizada y al que se le obviaban los peros anteriores.

2. La fórmula del plebiscito, si bien práctica en muchos sentidos para un traspaso gradual del poder, no era un buen sistema para ganar el gobierno. Protegía a la oposición del juicio público, porque no arriesgó nada al no tener necesidad de mostrar un programa. Colocaba en la balanza únicamente al Presidente Pinochet, al que se le juzgó sin mayores riesgos, debido a que luego existía la alternativa de una nueva elección.

3. La conducción de la campaña evidenció una mortal desconfianza en los sectores políticos. Se montó a través de una estructura piramidal desde el Ministerio del Interior hasta los alcaldes, pasando por oficiales del Ejército, contó, además, con la asesoría de un pequeño grupo de incondicionales que generó todo tipo de incomprensiones y resistencias e impidió el surgimiento de una verdadera mística.

4. El slogan de país ganador —atiborrado de cifras y logros macroeconómicos— no se identificó con los intereses particulares de la clase media y de los más pobres, ni con las aspiraciones de la juventud. Más que cifras, se requería la proyección de un cuadro de esperanza. Esperanza de participación e incorporación personal a un país exitoso en que, además, se respetarían los derechos individuales y en que la salud, la educación y la justicia mejorarían.

Ricardo Rivadeneira, ex presidente de RN:

"La mayoría del país quiso que se aflojara el rígido manejo político"

Todas las opiniones que se dan sobre el tema propuesto son, por esencia, discutibles. Sólo como aporte a la discusión me atrevo a decir que la mayoría del país quiso que se aflojara el rígido manejo político que fue necesario imponer a partir del 11 de septiembre de 1973, y que se prolongó por 15 años. Portales alababa la cualidad política consistente en "el tino para saber aflojar a tiempo". Cualidad que Jaime Eyzaguirre consideraba "en extremo necesaria para un gobernante chileno, porque la psicología nacional, de suyo equilibrada, no resiste por mucho tiempo las posiciones extremas". La mayoría del país pidió que los militares intervinieran y apoyó las fuertes correcciones que el nuevo régimen impuso para salir del caos. Los chilenos intuyeron que sólo un gobierno militar prolongado podía imponer los sacrificios que esas correcciones exigían. Pero la equilibrada psicología nacional tenía que desarrollar impulsos hacia una vida política de mayor normalidad, con reconciliación y entendimiento.

A los sustentadores de la campaña del SI les faltó tiempo, o talento, para convencer a la mayoría de los electores que esa opción conducía a la normalidad, a la reconciliación y al entendimiento, mejor que la alternativa contraria.

Lo importante es sacar lecciones para el porvenir. Para eso hay que mirar de nuevo con Jaime Eyzaguirre los mejores años de nuestra vida republicana: "Buena parte del secreto de la estabilidad chilena de más de medio siglo emanó del prudente vaivén de caracteres en el gobierno. A la recia dictadura de Portales sigue la tregua de Bulnes, llamada a cicatrizar muchas heridas políticas. Viene a continuación el espíritu férreo de Montt y

el de su ministro Varas, que ceden el lugar a la mano conciliadora de Pérez Errázuriz Zañartu, con su temperamento dominante, encuentra en Pinto un sucesor casi opaco. Sólo después del período de pasiones y resquemores de Santa María faltó el blando contrapeso, y el régimen murió ahogado en sangre".

Andrés Allamand, secretario general:
"Se intentó jugar un partido de fútbol sin futbolistas"

Analizaré algunas de las causas que a mi juicio explican la derrota en el plebiscito.

—Una campaña exitosa se caracteriza por incorporar a muchas personas en el apoyo a un proyecto político, y por aglutinar muchas iniciativas distintas.

La campaña oficial, en cambio, utilizó el aparato estatal como instrumento proselitista. La verticalidad con que se realizó sirvió para transmitir órdenes, pero impidió recoger los efectos que generaba y las aspiraciones e inquietudes de los electores. Además, en lugar de sumar voluntades, esta estructura las restó en pro de un grupo muy reducido, integrado por funcionarios en lugar de partidarios.

—Otro error importante radicó en subestimar la importancia del enfoque propiamente político. La campaña televisiva de la oposición, por ejemplo, no fue superior porque tuviera mejores publicistas y cineastas. Su éxito fundamental se debió a una adecuada definición previa acerca de los mensajes políticos que debía transmitir. En ese sentido, fue clave la decisión de proyectar una imagen moderada a través de Patricio Bañados, en circunstancias que el NO tenía un carácter rupturista.

En cambio, el Gobierno no usó criterios políticos para definir los mensajes de su espacio televisivo y cometió un gravísimo error inicial al no calibrar el impacto que tendría la franja.

—Una tercera equivocación grave fue prescindir de los partidos políticos, a pesar de que son irremplazables en las contiendas electorales, pues son instituciones concebidas justamente para ese fin. Los partidos son los canales que recogen la adhesión espontánea de las personas, cuentan con dirigentes experimentados en materias políticas y tienen la organización necesaria para implementar las campañas.

En ese sentido, se puede decir que el Gobierno intentó jugar un partido de fútbol sin futbolistas. O, peor aún, que trató de reemplazar los equipos profesionales por equipos de fachada, sin representatividad, que no aportaron organización ni experiencia, como ocurrió con los comités cívicos.

Pedro Ibáñez O., miembro de la Comisión Política:

"Faltó el entusiasmo, el fervor espontáneo"

El Presidente Pinochet ha realizado solitariamente proezas políticas y un gobierno excelente en muchos aspectos.

Pero, en su intento de reelegirse sin ser proclamado, distanciándose de los partidos y representado en provincias por jefes militares en vez de personeros locales destacados, difícilmente podía alcanzar éxito.

Cabría sostener que su candidatura constituyó un error, si se considera la eventualidad de una derrota que no merecía. Además, le era posible terminar su gestión gubernativa sin luchas políticas y rodeado de admiración y respeto, aunque muchos no quisieran admitirlo.

Casi no cabe criticar la conducción de la campaña, porque la que tuvo no merece el calificativo de tal. Y hasta podría decirse que ni siquiera hubo campaña, aparte de la muy extenuante que hizo el candidato y de aquella otra, publicitaria, que fue excesiva y poco afortunada.

En cambio, faltó lo esencial: el entusiasmo, el fervor espontáneo, esa entrega personal en que el elector se siente "jugado" por su candidato. Hubo, sí, muchos y bien organizados actos; pero fueron fundamentalmente ceremonias.

Las dotes oratorias suelen carecer de importancia. Pero en las giras hicieron falta textos breves con ideas de fondo, y programas concretos de gobierno que contrastaran con la cháchara vacía de los opositores.

En las condiciones descritas, era casi imposible que surgieran esos impulsos que excitan el fervor de las candidaturas.

Alberto Espina, miembro de la Comisión Política:

"No se puede triunfar sobre la base de 'funcionarios' y no de 'partidarios'"

Para enfrentar una elección con razonables expectativas de éxito, se requiere, al menos, de: a) Ideas claras y de fácil comprensión para el electorado; b) Credibilidad ante la ciudadanía; c) Líderes capaces de materializar el ideario propuesto, y d) Una organización eficiente.

La derrota de la opción SI en el plebiscito exige que cada uno de estos aspectos se someta a un análisis crítico objetivo. No con el propósito de enrostrar los errores a los responsables, que por cierto los hay e incluso fueron advertidos de ellos. Simplemente, para corregir las deficiencias y perfeccionar los aciertos, a objeto de ganar las próximas elecciones de Presidente y Congreso.

En cualquier caso, el éxito electoral futuro siempre estará condicionado a la existencia de una organización moderna y eficiente. Los errores en esta materia fueron decisivos en el resultado del plebiscito. La lección más importante es que no se puede triunfar en una elección cuando las organizaciones se estructuran con criterios arbitrarios y sobre la base de "funcionarios" y no de "partidarios".

Frases como "la campaña será atípica", por lo que los partidos políticos y especialmente "los políticos", cumplirán un rol "secundario", o la "mayoría silenciosa" conducirá al triunfo, sólo contribuyeron a desorientar y, lo que es más grave, a desorganizar a los partidarios del SI.

Al final de cuentas, la organización de la campaña quedó en manos de la estructura municipal. El resultado fue que, salvo honrosas excepciones, las tareas propuestas no se cumplieron o bien se realizaron exclusivamente por "órdenes superiores", pero no por "convicción" y menos con "mística".

En RN fuimos testigos presenciales de lo anterior.

Evelyn Matthei, integrante de la Comisión Política:

"El Gobierno no supo transmitir su mensaje"

La dificultad de ganar el plebiscito queda en evidencia si se analiza la encuesta realizada por el Centro de Estudios Públicos en junio de 1988, en que el NO aventajaba al SI por tres puntos porcentuales, a pesar de contar el gobierno con una enorme ventaja en el acceso a la televisión. En esa fecha, la percepción de la comunidad era que el gobierno tenía mayor capacidad que la oposición para solucionar problemas económicos, sociales y de orden y seguridad internos. Sin embargo, la ventaja de la opción NO en esa encuesta demuestra que existían aspiraciones de cambio.

¿Cómo y por qué se transformó esta estrecha ventaja de 3 puntos en un holgado triunfo de 12 puntos?

La respuesta está a la vista, si se compara la mencionada investigación con la encuesta realizada por el mismo CEP a mediados de septiembre. La credibilidad del gobierno en cuanto a su capacidad para solucionar problemas sociales y económicos se había derrumbado, manteniendo sólo una ventaja en lo referente a la política de vivienda y al manejo de los problemas de orden y seguridad.

Un cambio tan importante en la percepción de la ciudadanía, en el transcurso de un período tan breve, sólo puede explicarse como resultado del impacto de la franja política por televisión. Evidentemente, el programa del NO logró una comunicación muy exitosa de problemas y aspiraciones que interpretaron a un vasto sector del país, y el gobierno no fue capaz de transmitir su propio mensaje en forma clara, entendible y motivadora. De hecho, la evaluación de las franjas publicitarias en la citada investigación es abrumadoramente favorable para el NO.

El presidente del Centro de Estudios Públicos, Elio-doro Matte, sostuvo recientemente que la legitimidad de las instituciones fundamentales de una sociedad depende de la opinión que se tenga de ellas, y que la defensa de la economía social de mercado supone no sólo su justificación técnica y económica, sino también su fundamentación ética y política. No me cabe duda que el proyecto de sociedad libre que apoyaron las personas que optaron por el SI es más atractivo, digno y promisorio que el proyecto regulador e intervencionista que propone una fracción significativa de las fuerzas que apoyaron la opción NO.

La gran lección del plebiscito es que debemos aprender a transmitir ese mensaje. Para ello, antes que nada, hemos de ser capaces de sentir los problemas ajenos como si fueran propios.