

Un análisis de la campaña de derecha

En las puertas de la elección, Hernán Büchi está derrotado, ubicado en torno del 30 por ciento de los votos y asediado fuertemente, en su flanco derecho, por Errázuriz, al que no logró ni sumar ni desmantelar.

¿Cuál fue el itinerario de esta derrota?

Desde que abandonó el gabinete, el 5 de abril, hasta su definitivo retorno a la campaña presidencial, Büchi habría de experimentar dos contradicciones: una "vital" y otra política.

La primera ocurrió cuarenta días después de su renuncia al Ministerio de Hacienda, cuando declinó su postulación: "No tengo vocación de candidato... Me he esforzado hasta el límite, pero no he podido superar esta contradicción vital...".

La contradicción política tuvo lugar 45 días después, en que adoptó la decisión opuesta: "Seré candidato hasta el final!". Pero lo hizo en un marco político enteramente distinto. Hasta antes de "la contradicción vital", el esfuerzo de Büchi parecía ser tomar distancia de la dictadura. Así lo indicaban ciertos símbolos, como sus visitas al cardenal o a la Vicaría de la Solidaridad. En su retorno, en cambio, sus visitas se centraron en Pinochet y el círculo político más íntimo del gobierno y del sector económico.

El retorno de Büchi significó una alianza de las fuerzas que habían sido la columna vertebral del régimen durante estos 16 años: la UDI y Renovación Nacional; los grandes grupos económicos; Pinochet, el gobierno y su inmenso aparato de recursos.

Con la vuelta de Büchi se definieron grandes objetivos y, además, se nombró como jefe del total de la operación a Pablo Baraona, en ese entonces ministro de Economía, hombre de confianza de los grupos económicos, colaborador muy cercano de Pinochet y militante, aunque "en sueño", de Renovación Nacional. El debía lograr cinco objetivos: primero, tener una sola candidatura presidencial; segundo, garantizar la "ortodoxia" de la campaña, evitando cualquier desvío crítico hacia Pinochet (como visitas a la Vicaría, por ejemplo, y acuerdos parlamentarios); tercero, confeccionar las listas y acuerdos parlamentarios; cuarto, conformar un programa de gobierno; y, quinto, canalizar y administrar los recursos provenientes del gobierno y del sector privado hacia Büchi.

Baraona asumió esta operación siendo ministro de Economía y antes, incluso, de que se formalizara la candidatura Büchi.

Hacia el 15 de julio, le fue encargado armar las listas de candidatos a diputados de la derecha. La Segunda del 3 de agosto informaba: "En esta última fase (de la confección de listas de candidatos a diputados) el actor principal de la negociación ha sido Pablo Baraona Urzúa". Al día siguiente, el mismo diario señalaba que "ayer se efectuó en la casa de Pablo Baraona la reunión cumbre". La for-

ma cómo el asunto se manejó fue descrita por el presidente de la Democracia Radical, Jaime Tormo: "Las listas salieron de los partidos y se trasladaron al Ministerio del Interior y a la Secretaría de la Presidencia... Pablo Baraona era ministro de Economía y era el que estaba elaborando estas listas..." (Qué Pasa, 24 de agosto).

El resultado de esta primera gestión fue un absoluto fracaso. No hubo una, sino cinco listas parlamentarias de derecha. Baraona, ni aún manejando el asunto desde el gabinete, pudo ordenar el caos. Pero el ministro de Economía tenía una excusa para evitar que este fracaso le fuera atribuido: había llegado demasiado tarde. Además, en medio de la tragedia podía acreditar un mérito: la lista de RN-UDI era una interminable nómina de ex alcaldes, ex gobernadores y ex altos funcionarios políticos del régimen (en 120 candidatos había solamente 65 ex alcaldes). No se había sido muy eficiente pero... ¡por Dios, cómo se había premiado la lealtad!

La segunda tarea era el relanzamiento de Büchi. Una dura negociación tuvo lugar para desandar el camino recorrido por Sergio Onofre Jarpa que, en ese momento, era el líder indiscutido de la derecha, cargado de honores por su exitosa participación —junto a Aylwin y Cáceres— en las negociaciones que condujeron a las reformas constitucionales plebiscitadas en esos mismos días, el 30 de julio. Además, Jarpa acababa de ser nominado candidato presidencial por la casi unanimidad de su partido. Nunca un éxito político pareció más efímero. Jarpa fue implacablemente volteado. La UDI, por supuesto, estuvo en la tarea desde el primer día. En Renovación Nacional, Baraona desarrolló un arduo trabajo. Desde fuera de los partidos, los "grandes dadores de sangre" notificaron que para "una aventura" como la de Jarpa no habría un centavo, lo que motivó, por primera vez en décadas, fuertes condenas desde la derecha... ¡contra la plutocracia! (por ejemplo, Miguel Otero en *Estrategia*).

Finalmente se llegó a un acuerdo. En largas reuniones donde tuvo un papel destacado el ministro de Economía, Jarpa renunció. El 10 de agosto, RN decidió el apoyo a Büchi.

A continuación Baraona procedió a estructurar el comando de Büchi con abierta mayoría de hombres de la confianza política del régimen. La dirección superior de la campaña oficialista quedó integrada con un abrumador predominio de la UDI y del llamado equipo económico de Chicago.

El 13 de agosto la prensa nacional publicó un organigrama de la campaña Büchi donde la pieza clave era el todavía ministro de Economía Pablo Baraona. En ese momento, la incompatibilidad entre los cargos de generalísimo y ministro de Estado se hizo inaceptable aún para una derecha que no ha tenido remilgos en esta materia. El 17 de agosto Baraona renunció al

GENARO ARRIAGADA

gabinete. Una semana después definió el papel que había venido desempeñando desde hacía más de un mes: "No soy el generalísimo de la campaña porque ése es un término militar... Pero siempre hay alguien que es el último que decide las cosas y ése soy yo" (La Segunda, 25 de agosto de 1989).

Lleno de entusiasmo, Baraona caminó hacia el segundo gran fracaso de la campaña a su cargo: la conformación de las listas de senadores. Nuevamente no hubo acuerdo. Aunque el caos fue menor que con los diputados, la situación continuó siendo altamente insatisfactoria.

A este doble fracaso de las listas parlamentarias se agregó otro. El generalísimo, que aparecía en el organigrama como "coordinador de la campaña presidencial y parlamentaria" nunca logró ese objetivo, al punto de que son muchos los que piensan si verdaderamente alguna vez se lo propuso.

Pero las frustraciones anteriores resultaron ser ínfimas al comparárlas con otro fracaso que el tiempo probaría brutal: mientras la Concertación inscribía un candidato presidencial, la derecha inscribió dos.

Al inicio, la soberbia llevó a minimizar el riesgo. Errázuriz parecía un chiste; se desinflaría solo; no tendría financiamiento; no había nada de qué preocuparse. Luego se acudió a un argumento falaz: sólo le quitaría votos a Aylwin.

Para agravar más las cosas, la idea de un programa para la candidatura Büchi chocaba con enormes dificultades. El 18 de agosto, Ricardo Rivadeneira aseguró que el programa estaría en diez días. Pasó el tiempo y el acuerdo se hizo cada vez más difícil.

Finalmente, para ocultar esta nueva derrota, se optó por reducir el programa a una lista de medidas, muchas de ellas de claro corte populista ("un millón de empleos"; "Isapre para todos"; "reajuste de las pensiones de los jubilados", etc.). De este modo, la candidatura que el propio Büchi había definido como nacida para "evitar que el país se enrumbe por el camino del populismo con o sin disfraz", había caído en el tan temido mal.

A fines de septiembre la derecha parecía en bancarrota: no había un candidato presidencial, sino dos; había una fragmentación de listas parlamentarias; no había programa y los partidos estaban excluidos de la campaña presidencial.

Pero si septiembre había sido malo, octubre vino peor.

Los problemas anteriores no se solucionaron, sino, lo que es peor, se agravaron. La candidatura de Errázuriz se consolidó. Las pugnas entre los candidatos a parlamentarios agravó la dispersión de votos de la derecha y el distanciamiento se fue ahondando entre RN y la candidatura Büchi.

Tal vez en la única parte donde la

campaña de Büchi tenía éxito era en sus finanzas. El dinero fluía a raudales y la TV privilegiaba abiertamente al candidato oficialista. Pero el gasto publicitario es mal consejero, especialmente cuando en una campaña tienen gran influencia los que intentan reducir la política a un mero asunto de marketing. Bajo este influjo, el Comando de Büchi y su generalísimo empezaron a esperar grandes resultados. Niveles tan altos de gasto publicitario debían traducirse en fuertes aumentos en las encuestas.

El CEP, institución de derecha de alta confiabilidad en materia de estudios de opinión pública y en cuyo directorio figuran algunos de los más prominentes *büchistas*, preparaba una encuesta nacional, que se realizaría en la primera semana de octubre. La atención de la derecha y del comando de Büchi se volcó hacia ese estudio. Ahí estaría la prueba de que, no obstante los fracasos en materia de listas parlamentarias, coordinaciones con partidos, programas y demases, la campaña Büchi era exitosa.

El resultado dado a conocer alrededor del 20 de octubre, fue lamentable. Comparada la situación de Büchi y Aylwin con la que tenían en marzo del mismo año, según la misma encuesta, Büchi apenas había subido un 0,2, en tanto Aylwin lo había hecho en 3,3 puntos. Pero lo más grave era el análisis cualitativo del estudio: Büchi había perdido enorme atractivo como persona, en la apreciación de su capacidad para gobernar, su honradez y su capacidad de inspirar confianza. Su caída, para agravar más las cosas, tenía como contraparte un aumento muy favorable de Aylwin en todas esas apreciaciones. Por otro lado, la composición del voto Büchi había variado desfavorablemente, pues manteniéndose igual en el total había caído entre los sectores jóvenes, siendo esa disminución compensada por fuertes aumentos entre las personas de mayor edad.

A partir de ese momento la campaña de Büchi entró en una fase de desorientación y pérdida de control que se ha proyectado hasta hoy.

En la propaganda, las contradicciones se hicieron evidentes. Büchi, en los 70 días finales de la campaña fue, a ratos, un técnico responsable y, en otros momentos, un populista de ofertas demagógicas que la economía no puede sostener. Fue un joven austero, respetuoso, que trataba a su oponente de "don Patricio", para luego bruscamente aparecer como un candidato programado para ese tipo de "agresividad thatcherista" que, según un cable publicado en la prensa nacional, le sugirieron utilizar como último y desesperado recurso sus asesores publicitarios extranjeros. En las radios sus *jingles* han clamado, por igual, que "Büchi es como yo" y que "Büchi es diferente", contradicción que puede ser menor, pero ilustrativa de una campaña sin rumbo.

Mientras tanto, las pugnas parla-

mentarias entre las listas de derecha continuaron agravándose, al punto de que se hizo necesaria la directa intervención de Pinochet, pues Büchi y su generalísimo habían dejado de tener toda influencia sobre la materia. El 10 de noviembre, Pinochet llamó a los candidatos a parlamentarios de derecha, que no tuvieran una opción electoral real, a renunciar a sus candidaturas y, en esos mismos días, procedió a sostener reuniones con, a lo menos, 19 candidatos a senadores de esas listas.

Por otra parte, el distanciamiento entre la candidatura de Büchi y las de los parlamentarios y partidos que lo apoyan se ha hecho cada vez más evidente, hasta llegar a la hostilidad. Hace una semana, Jarpa señaló: "No tenemos participación en la publicidad ni en la orientación de la campaña. De eso está a cargo un grupo dirigido por Pablo Baraona... (quien) en el último tiempo no ha dependido de la disciplina del partido". A la campaña de Büchi, concluyó, "ayudamos desde fuera, principalmente". Dramático testimonio de quien es el líder del único partido político importante que apoya a la candidatura oficial.

A horas del término de la campaña presidencial, se puede afirmar que es probable que Büchi obtenga alrededor de 10 puntos menos que lo que el voto *Sí* conquistó en octubre de 1988.

La pregunta que la derecha se hace es: ¿En qué quedó su comando?, ¿cuál fue el papel de quien hace menos de 90 días se autodefinió como ese "alguien que es el último que decide las cosas"?

Fue arrinconado por el fracaso en todos los objetivos que se propuso: no tuvo uno, sino dos candidatos presidenciales; no tuvo una lista parlamentaria, sino varias en conflicto; no tuvo una coordinación entre las campañas presidenciales y parlamentaria, sino una absoluta incomunicación, que terminó en hostilidad; no tuvo un programa, sino una lista de medidas populistas; y, lo que es peor, nunca pudo remontar a Büchi en las encuestas arriba del 30 por ciento.

En dramático contraste, la campaña adversaria tuvo un solo candidato presidencial; un acuerdo parlamentario; un programa que mereció el nombre de tal; una muy estrecha coordinación de las campañas parlamentarias con el candidato presidencial y un candidato que en todas las encuestas, incluso las más desfavorables, apareció arriba del 53 y 56 por ciento de la intención de voto.

Llegado a este punto, el comando de Büchi y su generalísimo se refugiaron en el curioso recurso de demostrar que tras cada éxito de la campaña adversaria no había un acuerdo real sino un "pacto secreto" que lo invalidaba: un "pacto secreto" parlamentario; un "pacto secreto" de gobierno; un "pacto secreto" programático... Verdaderamente, para intentar este trabajo sucio no era necesario un "generalísimo": bastaba un plumario.