

# **LAS CAMPAÑAS ELECTORALES EN CHILE Y URUGUAY, CONTINUIDAD Y ALTERNANCIA**

**Dr. Pablo Mieres**

**Universidad Católica del Uruguay**

**Julio 2011**

**Ponencia presentada al Congreso Español de  
Ciencia Política**

**Murcia, septiembre 2011**

## **1. Introducción**

El presente artículo analiza en forma comparada los casos de las elecciones nacionales en Chile y Uruguay ocurridas en 2009, registrando sus similitudes en el punto de partida y analizando en qué medida el desarrollo y contenido de las campañas electorales llevadas adelante en cada uno de los países, ha tenido incidencia en los resultados obtenidos.

En efecto, durante el año 2009 se llevaron a cabo las elecciones nacionales para renovar los mandatos gubernamentales en Chile y Uruguay; estas culminaron con resultados diferentes. Mientras que en Uruguay el Frente Amplio logró renovar su mandato gubernamental, triunfando su candidato, José Mujica, en la segunda vuelta; en Chile la Concertación Democrática fue derrotada, también en segunda vuelta, luego de dos décadas en el gobierno, por la coalición integrada por Renovación Nacional y Unión Demócrata Independiente que llevó a Sebastián Piñera a la Presidencia de su país.

El artículo desarrolla, en su primera parte, las similitudes existentes en las realidades de ambos países en el punto de partida de sus respectivas campañas electorales. Como se apreciará, estas coincidencias son numerosas y significativas, abarcando las características de sus respectivas gestiones de gobierno, así como sus resultados socio-económicos y el nivel de aprobación de sus presidentes salientes.

La segunda y tercera parte del artículo se concentra en el estudio de cada una de las campañas. En ambos casos, se analizarán las siguientes dimensiones: (a) la situación en el punto de partida, (b) la estructura de la competencia interpartidaria en ambos países, (c) el manejo de las diferencias internas en los partidos de gobierno, (d) los procesos de selección de los candidatos, (e) los desempeños de los candidatos presidenciales gubernistas, (f) los desempeños de los principales candidatos desafiantes, (g) los principales asuntos que ocuparon la agenda pública y (h) las estrategias desarrolladas en la segunda vuelta.

Finalmente, el artículo culmina con un análisis comparado de las campañas electorales en ambos países, indicando en qué medida el desarrollo y las decisiones tomadas en cada una de las campañas han tenido efectos relevantes sobre los resultados obtenidos.

## 2. Las similitudes en el punto de partida

El signo político-ideológico de los gobiernos que regían en Chile y Uruguay en 2009 era muy similar, en ambos países gobernaban partidos o fuerzas políticas que se autodefinían de izquierda. Ambos gobiernos se situaban, en el mapa de América Latina, en el conjunto de países con orientaciones de gobierno de corte socialdemócrata, por contraposición a los regímenes de izquierda populista.

En efecto, en el marco de un proceso generalizado de giro a la izquierda que se ha producido en la mayor parte de los países de América Latina a comienzos del nuevo siglo, es posible identificar dos tipos de orientaciones gubernamentales.

Por un lado, se instalan gobiernos de corte populista, identificados con el discurso y la propuesta política del presidente de Venezuela, Hugo Chávez, caracterizados por su confrontación y distancia con Estados Unidos, impulsando políticas de fuerte contenido intervencionista en el plano económico y con tendencias hacia la exclusión social y política de sus adversarios.

Por otro lado, se identifica otra línea de gobiernos en la región, caracterizados por un discurso de izquierda moderada, identificada con la línea de acción del socialismo europeo; que han impulsado una postura de diálogo y acuerdos con Estados Unidos, desarrollando una política económica que prioriza los equilibrios macroeconómicos y la apertura de los mercados al comercio y acuerdos internacionales, democráticos y tolerantes en su relación con sus adversarios.

En el primer grupo se ubican los casos de Venezuela, Ecuador y Bolivia, entre otros; mientras que en el segundo grupo es posible identificar los casos de Brasil, Chile y Uruguay.

De modo, entonces, que los casos en estudio se incluyen indudablemente en un mismo conjunto de gobiernos que es posible calificar como “de izquierda moderada”.

En Uruguay el Frente Amplio había asumido el gobierno desde 2005, cuando triunfó por primera vez en la historia política del país, después de desplazar a los dos viejos partidos históricos que habían gobernado ese país desde el comienzo de su vida independiente.

El Frente Amplio, fundado en 1971 como una coalición integrada por una diversidad de grupos y partidos que abarcaban desde sectores de izquierda moderada hasta comunistas y grupos identificados con posiciones de izquierda más radical, fue aumentando su respaldo electoral en forma progresiva para acceder, finalmente, al gobierno con mayoría absoluta, ganando en primera vuelta las elecciones nacionales de 2004.

Por su parte, en Chile la Concertación Democrática había accedido al gobierno desde la salida de la dictadura en 1989; esta alianza política incluía a democristianos, socialistas y socialdemócratas y se identificaba políticamente como una coalición de centro izquierda o de izquierda moderada. Desde entonces la Concertación Democrática había renovado sucesivamente sus mandatos gubernamentales en forma ininterrumpida durante dos décadas.

El Frente Amplio buscaba su primera renovación en el gobierno, mientras que la Concertación Democrática buscaba su quinto mandato gubernamental.

En segundo lugar, ambos países presentaban indicadores positivos en materia de funcionamiento democrático. Ambos países poseen partidos políticos fuertes, con niveles elevados de estabilidad en comparación con la región; los partidos políticos en Chile y Uruguay son organizaciones fuertes y estables que resurgieron con el retorno a la democracia con pocos cambios con respecto a su configuración política preexistente.

Por otra parte, en ambos países se produjeron pronunciamientos plebiscitarios contrarios a sus respectivos regímenes autoritarios en sus respectivos procesos de recuperación democrática, lo que constituye un indicador del peso de los valores democráticos en estos países.

Los niveles de participación electoral son también muy elevados en ambos países, ubicándose en porcentajes cercanos al 90%.

En tercer lugar, ambos países registraban en 2009 una situación socio-económica altamente favorable, con indicadores positivos, a pesar de la crisis económica mundial.

En efecto, Chile ha sido identificado como un “caso modelo” de crecimiento económico en la región latinoamericana, mostrando desde 1990 a 2008 una tasa de crecimiento constante de su PBI a un promedio de 4% anual. Es decir que durante todo el período en que gobernó la Concertación Democrática se registraron indicadores muy favorables. El gobierno chileno desarrolló una política agresiva de apertura al mundo que se tradujo en la multiplicación de acuerdos de libre comercio con casi todos los países más poderosos del mundo. En forma simultánea, la política económica se caracterizó por la aplicación de instrumentos “contracíclicos” que le permitieron enfrentar el cambio de las condiciones de la economía internacional con reservas suficientes para atenuar su impacto interno.

En forma paralela, los indicadores sociales también registraron, durante los últimos años, una evolución muy favorable. La tasa de desocupación en 2009 se ubicaba en el 8,5% (de acuerdo a los datos del INE) y la pobreza se había reducido del 40% a fines de los años 80 al 15,1% en 2009 (Encuesta CASEN).

Al mismo tiempo, la situación chilena mostraba resultados insatisfactorios en materia de seguridad social y el acceso igualitario a la educación; mientras que la desigualdad social no se había reducido sustancialmente. El índice de Gini en Chile se ha mantenido en torno a 0,5 durante los últimos años sin que se haya logrado iniciar un camino de reducción significativa en este indicador.

Por su parte, Uruguay también mostraba en 2009, resultados económicos y sociales muy positivos. El crecimiento de la economía uruguaya desde 2004, luego de superar la profunda crisis económica de 2002, hasta el año electoral se mantuvo en tasas de incremento del PBI cercanas al 7% anual; el motor de este crecimiento ha estado liderado por un fuerte incremento de las exportaciones así como de los precios de sus principales productos.

La economía uruguaya logró sobrellevar la crisis internacional de 2008, manteniendo en el año electoral de 2009 un resultado positivo en la evolución de su PBI (2,9%), ubicándose en el segundo lugar dentro de América Latina.

Los indicadores sociales principales también presentaron una evolución muy favorable. Los niveles de pobreza se redujeron de 33 a 21% entre 2004 y 2008; al mismo tiempo la tasa de desocupación disminuyó del 20% en 2004 al 7% en 2009, de acuerdo a los datos oficiales del INE.

Del mismo modo que en Chile, la desigualdad en Uruguay no ha mejorado sustancialmente, observándose un índice de Gini en el entorno de 0,45 en 2008. Los aspectos negativos al ingresar en el período electoral en Uruguay se concentraban en la crisis de la seguridad pública, el incremento de los asentamientos irregulares y los resultados en materia de calidad de la educación.

Por otra parte, Chile y Uruguay comparten una misma posición en el Índice de Desarrollo Humano que elabora Naciones Unidas, integrando el grupo de países de nivel de desarrollo humano medio alto.

Finalmente, también es posible identificar una fuerte similitud en los niveles de popularidad, extremadamente altos, de los gobernantes salientes. En el año electoral, la Presidenta de Chile, Dra. Michele Bachelet, obtenía un nivel de aprobación de su gestión que alcanzaba la cifra record de 78%, superando los niveles de aprobación alcanzados por su antecesor, Ricardo Lagos (70%).

Por su parte, el Presidente saliente de Uruguay, Dr. Tabaré Vázquez, también culminaba su gestión con niveles de aprobación muy elevados, alcanzando al 70%. Este resultado es inédito en la historia política uruguaya reciente, desde el retorno a la democracia.

En síntesis, al comienzo de las campañas electorales nacionales de 2009 en Chile y Uruguay existían similitudes significativas en la situación de ambos países. En ambos casos gobernaban fuerzas políticas de orientación ideológica similar, identificadas con posiciones de izquierda moderada; ambos países poseen sistemas políticos democráticos relativamente sólidos con partidos fuertes y niveles de participación electoral elevados; en ambos países se vivía una situación socio-económica muy favorable caracterizada por indicadores positivos en materia de crecimiento y mejora social y, finalmente, también en ambos países las administraciones salientes gozaban de muy altos niveles de popularidad.

Sin embargo, los resultados electorales obtenidos fueron bien diferentes.

### **3. La campaña electoral en Chile 2009-10**

#### **a. La situación en el punto de partida**

Las elecciones nacionales chilenas se constituían en la quinta elección desde el retorno a la democracia y, al mismo tiempo, representaban para la Concertación Democrática su intento por renovar mandato por cuarta vez y mantener el ejercicio del gobierno que había obtenido desde 1989 cuando el país recuperó la democracia.

En tal sentido, el cuarto gobierno de la Concertación Democrática ingresaba al año electoral con un alto nivel de aprobación, y la figura de su Presidenta, Michelle Bachelet, recibía un altísimo nivel de aprobación en la opinión pública.

Sin embargo, la situación interna de los principales partidos que integran la coalición gobernante mostraba niveles de conflictividad y crisis inéditos en la historia reciente de esta alianza. Por un lado, la evaluación previa de las perspectivas electorales de la Democracia Cristiana y, por otro lado la disputa por la sucesión presidencial fueron dos acontecimientos que afectaron fuertemente a la Concertación en el punto de partida de su campaña electoral.

Por su parte, la oposición chilena había aumentado sus posibilidades de triunfo en las últimas dos elecciones forzando la realización de una segunda vuelta presidencial, tanto en 2000 como en 2005. Pero, además, en las elecciones de 2005 la candidatura de Sebastián Piñera, aunque derrotado, había demostrado poseer una elevada potencialidad electoral.

Por lo tanto, en sentido inverso a la Concertación Democrática, la Coalición por el Cambio construida sobre la base de un acuerdo entre Renovación Nacional y la Unión Demócrata Independiente que superaba las anteriores diferencias que habían determinado su comparecencia electoral por separado, ingresaba a la campaña electoral exhibiendo un importante consenso interno detrás de una candidatura potente.

#### **b. La estructura de la competencia interpartidaria**

El sistema de partidos chileno moderno surge y se consolida en la segunda mitad del siglo XX en base a un formato ideológico similar al que se observa en el mapa partidario europeo. En efecto, desde fines de los años cincuenta y hasta el quiebre institucional de 1973, la estructura del sistema de partidos se organizó en torno a tres tercios que reflejaban diferencias ideológicas bien definidas.

El Partido Nacional representaba la derecha política, el Partido Demócrata Cristiano ocupaba el centro ideológico y los Partidos Socialista y Comunista representaban el ala izquierda del espectro.

Como es bien conocido, los tres bloques se alternaron en el ejercicio del gobierno entre 1958 y 1973. Primero fue la presidencia de Jorge Alessandri (1958-1964), luego le tocó el turno a la democracia cristiana mediante la presidencia de Eduardo Frei Montalva (1964-1970) y

finalmente triunfó la izquierda unificada en la Unidad Popular, asumiendo la presidencia Salvador Allende (1970-1973) hasta su derrocamiento mediante el golpe de Estado militar.

Durante ese período, el sistema de competencia interpartidaria se estructuraba en torno a un pluripartidismo en el que las tendencias a la polarización preveían y afectaban la estabilidad del sistema (SARTORI, 1981).

Sin embargo, el retorno a la democracia representó un cambio en la estructura de competencia del sistema de partidos porque si bien las unidades partidarias continuaron siendo, básicamente, las mismas, la forma en que se alinearon alteró sustancialmente el modelo de polarización preexistente. En efecto, la alianza de la Democracia Cristiana con el Partido Socialista y el Partido Por la Democracia, sumado a la participación del minoritario Partido Radical Social Demócrata, permitió la consolidación de un polo de centro-izquierda mayoritario.

De hecho se produjo un profundo cambio político en la estrategia de dos de los partidos principales del sistema político chileno; el PDC que asume la necesidad de acordar con partidos de izquierda y el PS que resuelve romper su tradicional alianza con el PC para acordar hacia el centro del espectro ideológico. La coincidencia del PDC y el PS formando la Concertación Democrática transforma sustancialmente y define el funcionamiento político de Chile tras el retorno a la democracia.

Por su parte, la derecha política organizada en dos sectores, Renovación Nacional y la Unión Demócrata Independiente (UDI), constituyó durante las dos décadas desde el retorno a la democracia hasta las elecciones de 2009, un bloque opositor de derecha y centro derecha.

Finalmente, la izquierda más radical, representada por el Partido Comunista y otros grupos pequeños quedó aislada y ha obtenido respaldos electorales minoritarios.

Este modelo de funcionamiento del sistema de partidos, en dos bloques que compiten por el electorado de centro ha otorgado a la política chilena un alto grado de estabilidad. A su vez, el sistema electoral binominal, establecido desde el retorno a la democracia, castiga e impide el crecimiento de terceros partidos, al tiempo que opera como un fuerte incentivo a la continuidad de los dos bloques políticos.

Por lo tanto, la competencia política en Chile ha pasado de un formato de tres tercios a la actual bipolaridad, con la peculiaridad de que dicho proceso ha ocurrido manteniéndose los mismos actores partidarios que, sin embargo, han modificado sus estrategias y sus lógicas de acuerdos.

Los resultados electorales avalaron la estrategia de los dos partidos mayores de la Concertación Democrática, consolidando su predominio durante las dos décadas posteriores al retorno a la democracia.

**Cuadro N° 1: Resultados electorales en Chile 1958-1970**

<b>AÑO</b>	<b>DERECHA</b>	<b>PDC</b>	<b>UNIDAD POPULAR</b>	<b>OTROS</b>
1958	31,2	20,5	28,5	18,7
1964	5	56,1	38,9	
1973	34,9	27,9	36,3	0,9

Fuente: Ministerio del Interior de Chile

**Cuadro N° 2: Resultados electorales en Elecciones Presidenciales 1ª Vuelta. Chile 1989-2005**

<b>AÑO</b>	<b>ALIANZA POR CHILE/</b>	<b>CONCERTACION DEMOCRATICA</b>	<b>OTROS</b>
1989	29,4	55,2	15,4
1993	24,4	58	17,6
1999	47,5	48	4,5
2005	25,4 23,2	45,9	5,5

Fuente: Ministerio del Interior de Chile

**Cuadro N° 3: Resultados electorales en Elecciones Presidenciales 2ª Vuelta. Chile 2000-2005**

<b>AÑO</b>	<b>Ricardo Lagos</b>	<b>Joaquín Lavín</b>	<b>Michelle Bachelet</b>	<b>Sebastián Piñera</b>
2000	51,3	48,7		
2005			53,5	46,5

Fuente: Ministerio del Interior de Chile

### **c. El manejo de las diferencias internas en la Concertación Democrática**

Como se adelantaba más arriba, la Concertación Democrática ingresa a la campaña electoral con un doble escenario que expresa una situación política paradójica.

El gobierno saliente mostraba muy altos niveles de apoyo y legitimidad, la gestión de la crisis económica otorgó mayores créditos y la imagen de Michelle Bachelet alcanzaba los máximos

niveles de respaldo; más altos, incluso, que los ya altísimos niveles de aprobación que había obtenido al final de su mandato el anterior Presidente, Ricardo Lagos.

Pero, por otro lado, la Concertación Democrática exhibía importantes niveles de disenso interno en los dos principales partidos que la integraban. Por un lado, la Democracia Cristiana había enfrentado una escisión significativa liderada por Adolfo Saldívar que, antes de ingresar al período electoral, había decidido separarse del tronco partidario, formando un nuevo agrupamiento político ajeno a la Concertación Democrática.

De hecho, a fines del 2007 la directiva demócrata cristiana resolvió expulsar a Saldívar de su partido por haber votado en contra en el Senado ante ciertas iniciativas legislativas del gobierno.

El nuevo sector político liderado por Adolfo Saldívar buscó promover la presentación de una candidatura presidencial propia, aunque ello fue finalmente descartado. De todos modos, terminaron presentando sus propias candidaturas parlamentarias en el Partido Regionalista Independiente.

La escisión liderada por Adolfo Saldívar representó una pérdida política para el Partido Demócrata Cristiano en la medida que este dirigente había sido Presidente de ese partido y era Senador electo. Incluso su retiro de la Concertación estuvo acompañado por otros senadores que provenían del Partido Por la Democracia.

Finalmente, la escisión liderada por Saldívar no tuvo mayor respaldo electoral, pero dio una señal de crisis en uno de los partidos principales de la coalición gubernamental.

Por otra parte, en el campo socialista se produce también una escisión que tendrá un resultado electoral más exitoso. En efecto, a fines de marzo del año electoral el diputado socialista Marco Enríquez Ominami anuncia su postulación presidencial por fuera de la Concertación Democrática.

La postulación de Marco Enríquez es expresamente una crítica a la coalición de gobierno; su propuesta se presenta como un rechazo al inmovilismo y la falta de renovación de la Concertación Democrática. Las características de los candidatos que se manejaron como posibles postulantes presidenciales por la Concertación brindaban la prueba evidente del reclamo renovador de Marco Enríquez, se trataba en todos los casos de representantes de la vieja generación que había gobernado al país durante las últimas dos décadas.

Como veremos más adelante, la postulación de Marco Enríquez se fundamenta en la necesidad de renovación política y recambio generacional en la coalición gobernante.

De modo que la Concertación Democrática llega al año electoral, a diferencia de las instancias electorales anteriores, precedida de dos escisiones importantes que, aunque fundadas en causas diferentes, afectaron a los dos grandes componentes de la coalición, la democracia cristiana y el socialismo. Unos reivindicaron la posibilidad de explorar acuerdos hacia el centro o centro-derecha, mientras que otros señalaban la necesidad de una renovación por izquierda impulsando contenidos postmodernos.

#### **d. La definición de la candidatura de la Concertación Democrática**

El segundo componente crítico fue la forma en que la Concertación resolvió la sucesión presidencial. Esta fue el resultado de un proceso traumático y complejo dentro de la coalición.

A comienzos del año 2008 se perfilaban tres posibles candidaturas, todas ellas con larga trayectoria política y experiencia de gobierno. Dos de ellos provenientes del campo socialista y reconocidos como figuras señeras del período concertacionista: el ex Presidente Ricardo Lagos y el Secretario General de la OEA y ex Canciller, José Miguel Insulza. Por su parte, desde la Democracia Cristiana, se perfilaba su presidenta, Soledad Alvear, ex Canciller durante el gobierno de Ricardo Lagos y precandidata presidencial en 2005.

A fines de 2008 la situación interna del Partido Demócrata Cristiano era compleja y se observaba una crisis en la conducción de dicha colectividad que ya había sido afectada por la ruptura de Adolfo Saldívar. En estas circunstancias Soledad Alvear resuelve declinar una candidatura presidencial y su partido impulsa la candidatura de Eduardo Frei.

Por su parte, sobre fines de ese año también se produce la renuncia a la postulación por parte del ex presidente Ricardo Lagos debido a que no estaba dispuesto a comparecer en una competencia interna, dentro del bloque socialista con José Miguel Insulza y en la Concertación con Eduardo Frei.

Finalmente, el panorama preelectoral se despeja con la renuncia de José Miguel Insulza en enero de 2009. Este señala que Frei contaba con mayor apoyo y denuncia la existencia de falta de cohesión y problemas internos en la Concertación Democrática.

De todos modos se realiza una elección interna en la Concertación entre la candidatura de Frei, apoyado en ese entonces por su partido, el Partido Socialista y el Partido Por la Democracia, y José Gómez, dirigente del pequeño partido PRSD, resultando elegido por amplio margen el ex presidente Eduardo Frei.

Más allá del respaldo exhibido por Eduardo Frei al finalizar la elección interna, lo cierto es que el proceso de selección del candidato presidencial de la Concertación mostró importantes diferencias internas y produjo un desgaste político mayor que en anteriores ocasiones. Todos los partidos de la Concertación se encolumnaron detrás de la candidatura de Frei, pero las renuncias de figuras muy prominentes y las causas que las motivaron expresaban síntomas de crisis política en la coalición de gobierno.

#### **e. El desempeño del candidato del gobierno: Eduardo Frei**

La campaña del candidato de la Concertación estuvo orientada por la consigna “Frei Presidente. Vamos a vivir mejor”. De este modo, la consigna incluía la idea de continuidad con las anteriores gestiones y, a su vez, recordaba el pasado presidencial de Frei.

También se eligió una flecha como símbolo gráfico de su campaña. La flecha aparecía en forma dinámica indicando la idea de seguir avanzando, pero, al mismo tiempo, era el símbolo tradicional de la Democracia Cristiana de Chile, partido de origen del candidato.

En cuanto a los contenidos temáticos, la campaña de Frei puso un fuerte énfasis en los logros del gobierno saliente de Michelle Bachelet y se vinculó desde el inicio la figura de Eduardo Frei con la mandataria saliente. La publicidad de la Concertación estuvo caracterizada por brindar mucha información sobre la gestión de la Concertación y, en particular, sobre los logros del último gobierno.

Una de las principales líneas de acción de la campaña es la identificación de la propuesta electoral con la gestión saliente y, más en particular, con la figura de la Presidenta que contaba con una popularidad muy elevada.

Con respecto a la imagen del candidato, el mensaje de campaña acentuaba su carácter de ex presidente, en tal sentido se subrayó su “experiencia” y “seriedad”, así como su cercanía y conocimiento de los asuntos de gobierno.

La campaña de Eduardo Frei Ruiz-Tagle también hizo una referencia explícita a su estirpe presidencial recordando la figura de su padre, Eduardo Frei Montalva, ex presidente en los años sesenta, que cuenta con un sólido prestigio en la historia política reciente de Chile. Su gestión como Presidente en los años sesenta y su posterior liderazgo en la oposición a la dictadura de Pinochet, seguida de su muerte propiciada por la dictadura, ha agigantado su imagen. Por otra parte, también se destaca la vinculación de toda su familia con la vida política nacional chilena.

Su pertenencia a la Democracia Cristiana es otro factor que la estrategia publicitaria destaca. Es el retorno a un Presidente democristiano luego de dos presidentes socialistas. Por un lado, de este modo se recupera el equilibrio partidario dentro de la coalición y, por otro lado se apuesta a contener un electorado de centro que está en disputa con el candidato de la “Coalición para el Cambio”, Sebastián Piñera.

En efecto, la escisión del Senador Adolfo Saldívar, dirigente histórico de la Democracia Cristiana, y su acercamiento a los partidos que respaldaban la candidatura de Piñera generaba una riesgosa vulnerabilidad electoral para la Concertación en su frontera hacia el centro del espectro político.

A su vez, la propia tradición familiar del candidato alternativo, Sebastián Piñera, cuyo padre había sido dirigente demócrata cristiano, aconsejaban que la campaña de la Concertación subrayara el origen político de su candidato presidencial.

Como en toda campaña electoral, esta tuvo que hacerse cargo de las debilidades de su candidato. En tal sentido, es posible señalar tres aspectos que podían afectar su desempeño electoral.

En primer lugar, Eduardo Frei posee una imagen personal caracterizada por cierta frialdad, distancia y soberbia que lo alejan del electorado popular. Su profesión de Ingeniero y su tardía

incorporación a la política denotan que no se trata de un candidato de trato cálido o cercano con la ciudadanía.

En segundo lugar, la candidatura de Frei no es renovadora, al contrario es, por sí mismo, la expresión de la continuidad con los viejos dirigentes de la Concertación. El mismo es un ex presidente, pero, además, su trayectoria se vincula directamente con las figuras de Patricio Aylwin, Ricardo Lagos, Alejandro Foxley, Gabriel Valdez o José Miguel Insulza. En este sentido, una fortaleza señalada anteriormente, su estirpe política, se transforma en una desventaja cuando se pretende presentar una propuesta renovadora.

En tercer lugar, aunque menos relevante, la evaluación de su anterior gestión no es demasiado positiva. De hecho, la Presidencia de Frei tuvo que lidiar con la crisis internacional asiática y eso afectó el desempeño de la economía. En cualquier caso, esta valoración, seguramente menos positiva que la existente sobre la gestión saliente de Bachelet, tampoco es tan relevante como los otros aspectos señalados.

Para contrarrestar las debilidades señaladas, la estrategia publicitaria de la campaña de Frei utiliza pocas imágenes personales del candidato y, más bien, recurre al uso de muchas gráficas e información objetiva.

Por otro lado, en los casos en que el candidato aparece se busca mostrarlo en actitud descontracturada, sonriente y cercano, muchas veces rodeado de niños.

A su vez, la campaña lo muestra apoyado por Michelle Bachelet y las imágenes publicitarias combinan ambas presencias en forma alternada. La continuidad con la gestión saliente es la referencia más fuerte del mensaje de esta campaña, hay que continuar con las mejoras sociales y acentuar las políticas sociales.

En el transcurrir de la campaña se incorporan figuras políticas jóvenes de la Concertación que rodean y acompañan al candidato, buscando de esta forma atenuar la vinculación de Frei con las generaciones históricas de la Concertación. A su vez, se incorpora la idea de llevar adelante reformas de la política, lo que supone otra manera de apostar a un mensaje renovador; sin embargo, este tema apenas se incorpora en la estrategia de posicionamiento del candidato.

La campaña de Frei busca concentrar sus críticas en los puntos más débiles de sus principales adversarios.

En el caso de Sebastián Piñera se señala la importancia de “no dar pasos atrás con respecto a los logros sociales” y, en particular, se pone énfasis en la defensa de la clase media para responder a la prioridad que Piñera le había otorgado en su discurso programático.

La condición de empresario millonario que corresponde a la imagen de Sebastián Piñera fue elegida por la campaña de Eduardo Frei para impactar sobre el candidato alternativo. En tal sentido, el riesgo de que asuma el gobierno una persona que prioriza el afán de lucro y la codicia se convierte en un elemento creciente del discurso del candidato oficialista.

Frente a un candidato millonario que puede desarrollar una gestión de poca sensibilidad y priorizando las ganancias y el lucro, la Concertación reafirma su opción por la solidaridad y la justicia social.

A su vez, frente a la candidatura de Marco Enríquez la respuesta de la Concertación es menos intensa, quizás se puede afirmar que existió subestimación sobre la incidencia que este candidato podría tener en el voto ciudadano. En todo caso, las referencias críticas desde la campaña oficialista fueron orientadas a cuestionar la improvisación y la falta de madurez para el ejercicio gubernamental.

**f. El desempeño de los candidatos desafiantes: Sebastián Piñera y Marco Enríquez Ominami**

**i. Bienvenido al cambio, Piñera 2010**

Mientras la Concertación Democrática mostraba fisuras políticas, desencuentros y escisiones, los partidos y líderes políticos más representativos de la oposición avanzaban en acuerdos y entendimientos en torno a la candidatura presidencial de Sebastián Piñera.

En las elecciones de 2005 la oposición había presentado una situación dividida en torno a dos candidatos presidenciales. Joaquín Lavín, candidato presidencial que había disputado la segunda vuelta con Ricardo Lagos en 2000, reeditaba su opción presidencial asumiendo la candidatura de la Unión Demócrata Independiente, mientras que Sebastián Piñera era el candidato presidencial de Renovación Nacional.

Esta división, si bien técnicamente no afectaba la posibilidad del triunfo debido al sistema de doble vuelta presidencial, brindaba una imagen débil para enfrentar a una coalición gobernante que, en ese momento, se encontraba en una situación de gran fortaleza política y unida detrás de la candidatura de Michelle Bachelet.

De todos modos, la performance de Sebastián Piñera en las elecciones presidenciales de 2005 fue muy positiva de manera tal que superó a su adversario interno, Joaquín Lavín, para disputar la segunda vuelta con la candidata de la Concertación. En aquella oportunidad triunfó Bachelet, pero la gestión de Piñera lo puso en buena perspectiva para convertirse en el candidato opositor de la siguiente elección.

De hecho, durante el período interelectoral entre 2006 y 2008, la candidatura de Sebastián Piñera para el 2009 se mantuvo presente en las encuestas de opinión pública y como una opción indiscutida dentro de Renovación Nacional.

De modo que el primer objetivo de la candidatura de Piñera consistió en construir una coalición de centro-derecha capaz de enfrentar en igualdad de condiciones a la coalición de centro-izquierda. Para ello fue necesario celebrar un acuerdo de unificación entre los dos grandes agrupamientos de ese espacio político, Renovación Nacional y Unión Demócrata Independiente.

La UDI no logró impulsar una candidatura alternativa a la de Piñera y a comienzos de 2009 confirmó su apoyo a este candidato. Posteriormente, un senador escindido del Partido Por la Democracia miembro de la Concertación Democrática, Fernando Flores, fundador de Chile Primero, se adhiere a la candidatura de Piñera.

De modo que el acuerdo político entre Renovación Nacional, Unión Demócrata Independiente y Chile Primero se constituye en un nuevo agrupamiento, Coalición para el Cambio, impulsando la candidatura de Sebastián Piñera.

El segundo objetivo fue la reivindicación del cambio y de la renovación de los elencos de gobierno. Por eso, la convocatoria de campaña, justamente, ponía el énfasis en esa idea: “Bienvenido al cambio. Piñera 2010”.

La candidatura de Piñera ponía el centro de su mensaje en un punto neurálgico para la Concertación, la falta de renovación, el desgaste de un ejercicio de gobierno continuo por dos décadas. La candidatura seleccionada por la coalición de gobierno acentuaba aun más esa debilidad por cuanto Eduardo Frei era, sin dudas, la continuidad más identificada con las gestiones anteriores.

De todos modos, más que destacar los errores o defectos de las gestiones gubernamentales de la Concertación, la campaña de Piñera buscó subrayar, por la positiva, la necesidad de permitir un cambio que, a su vez, diera paso a la renovación del personal de gobierno.

El énfasis fue puesto en la necesidad de un recambio para brindar energía renovada en la conducción del país.

El tercer objetivo fue centrar la campaña en la figura de su candidato. Sebastián Piñera había demostrado ser en 2005 un muy buen candidato y, por lo tanto, la estrategia de campaña se orientó a destacar la personalidad del candidato.

Por otra parte, esta decisión permitía realizar un contraste con el candidato de la Concertación que, como ya vimos, mostraba importantes flancos en su imagen personal. La comparación entre las imágenes de los dos candidatos favorecía netamente a Sebastián Piñera y seguramente ello fue un factor de peso en la decisión de personalizar fuertemente la campaña del candidato desafiante.

Sebastián Piñera fue presentado como un candidato dinámico, simpático, moderno, ganador y exitoso. La imagen de Piñera buscaba promover el entusiasmo entre sus adherentes, se apoyaba en un perfil personal de alguien que había tenido éxito en su vida personal, tanto a nivel empresarial como familiar.

Se presenta un candidato que, independientemente de su edad, expresa dinamismo participando de actividades deportivas, cabalgando, corriendo o bailando. Se destaca también su capacidad de decisión y su permanente acción. Todo ello se conjuga en la construcción de un candidato que transmite seguridad y convencido de sus posibilidades de ganar.

Se le mostró como un candidato que a pesar de la derrota de 2005 continuó trabajando sin pausa para construir una alternativa de victoria en las elecciones siguientes.

La campaña de Piñera fue una campaña fuertemente personalizada porque se evaluaba que la comparación personal entre los dos candidatos era una de las dimensiones en las que Piñera sacaba mayores ventajas sobre su adversario.

Sin embargo, el énfasis en la figura del candidato podía abrir un flanco de críticas si se señalaba la existencia de un “exceso de personalismo” o individualismo. La exageración en la “figura providencial” de Piñera podía convertir una fortaleza en debilidad.

Es por eso que se incorporan, a lo largo de la campaña, otras figuras que lo rodean y apoyan. A su vez, se presentan los equipos técnicos de asesores que son los encargados de presentar las ideas al candidato. Se busca incorporar la idea de un trabajo en equipo, liderado por el candidato, pero bien aconsejado y rodeado. En tal sentido se destaca que la elaboración del programa partidario contó con el trabajo de 1.200 técnicos organizados en 37 grupos de trabajo.

De todos modos, este aspecto no llega a modificar un estilo general de campaña en el que el énfasis está puesto en la personalidad del candidato.

Finalmente, la campaña de Piñera cuida muy bien de evitar una identificación con “la derecha”. Piñera aparece siempre identificado como miembro de una familia de tradición demócrata cristiana, igual que su adversario, y se destaca su postura a favor del NO en el Plebiscito Constitucional de 1988. También se subraya su oposición a la dictadura de Pinochet, aspecto que ya había destacado en su campaña presidencial de 2005 y que ahora vuelve a reivindicar.

Sebastián Piñera es el primer candidato de los partidos de derecha que no posee vínculos personales con la dictadura de Pinochet. Esta característica permite potenciar su capacidad de llegada al electorado centrista y evita los costos de su identificación autoritaria.

A su vez, el tercio histórico del electorado chileno que se ha identificado históricamente con posiciones de derecha y que apoyó a la dictadura es un “electorado cautivo” para Sebastián Piñera puesto que no tienen otra alternativa electoral más cercana.

La principal debilidad de la candidatura de Sebastián Piñera consiste en las eventuales implicancias que sus numerosos negocios podían tener con su ejercicio gubernamental. De hecho, a lo largo de la campaña electoral la trayectoria empresarial de Piñera ingresó a la agenda en varias oportunidades. Sus acciones en una cadena farmacéutica y su carácter de propietario de la empresa aérea, Lan Chile, fueron presentados como obstáculos a un ejercicio transparente de la Presidencia.

El candidato debió expresar públicamente su compromiso de desprenderse de las acciones en sus empresas, en el caso de ser elegido presidente, como una forma de contrarrestar los cuestionamientos de sus adversarios. De todos modos, este fue uno de los puntos vulnerables del candidato opositor.

La estrategia desarrollada con respecto a sus adversarios estuvo dirigida a igualarlos. La campaña electoral de Sebastián Piñera desarrolló una comunicación orientada a identificar a Eduardo Frei y Marco Enríquez Ominami.

Esta decisión tenía como objetivo disminuir la estatura electoral del adversario más riesgoso, Eduardo Frei. Al compararlo con Marco Enríquez, se lo ponía a la altura del tercer candidato y se reducía el espacio del candidato oficialista.

La propuesta de Sebastián Piñera consistía en dividir la competencia en dos mitades, una mitad la representaba Sebastián Piñera como la opción del cambio, mientras que la otra mitad representada por Eduardo Frei y Marco Enríquez era la continuidad del gobierno en cualquiera de las dos alternativas.

Pero, además, la campaña de Piñera se construye por la positiva, no ataca la gestión del gobierno saliente, su crítica se dirige a que “no cumplieron, dicen pero no hacen” en lugar de señalar que las cosas se hicieron mal. Esta postura es lógica si se pretende sustituir a un gobierno que culminó su gestión con un altísimo nivel de aprobación.

En la misma línea, el discurso de Sebastián Piñera destaca los logros de la administración de Ricardo Lagos y elogia su desempeño presidencial anterior. De alguna forma, la opción por Piñera supone una renovación o cambio sin fuertes cortes o alteraciones.

Seguramente esta parece ser la forma más adecuada de proponer la sustitución de un gobierno que ha obtenido importantes niveles de apoyo ciudadano. De alguna forma, el mensaje consistía en señalar: “lo que se hizo no se hizo mal, pero nosotros podemos hacerlo mejor”.

## **ii. Marco por ti, sigue el cambio**

La segunda opción alternativa surgía desde las propias filas de la Concertación Democrática, Marco Enríquez Ominami, como se dijo más arriba, era un diputado del Partido Socialista que se alejó de la Concertación reclamando la apertura y la renovación política de la coalición.

Su identificación con el pasado de la Concertación se expresa en su eslogan de campaña que vincula su nombre con la continuidad: “Marco por ti, sigue el cambio”. Se trata de un esfuerzo de renovación desde la izquierda política.

La propuesta de Marco Enríquez consiste en impulsar la renovación dentro de la continuidad política, por eso el agrupamiento político se denomina “Nueva Mayoría para Chile”.

Su candidatura es el reflejo de la incapacidad de la Concertación Democrática para abrir espacios a las nuevas generaciones. Justamente Marco Enríquez hace énfasis en su condición de candidato joven, de origen y familia socialista. Es necesario renovar a la coalición de gobierno, pero ello no es posible desde sus propias filas por la incapacidad de las estructuras partidarias para permitirlo.

Se hace especial énfasis en la comparación con el candidato de la Concertación. Aunque Eduardo Frei y Marco Enríquez pertenecen en ambos casos a familias de pasado político arraigado, uno es del tronco demócrata cristiano y el otro proviene del tronco socialista. Pero, aun más que eso, la campaña de Marco Enríquez buscó identificar a Frei como la continuidad y el pasado, mientras que él se presenta como la renovación y el futuro.

Es por eso que su campaña puso el énfasis en la imagen del candidato como alguien joven, dinámico y nuevo. Se lo presentará como una figura auténtica, cercana y flexible. En algún sentido, se presentan rasgos de personalidad similares a los elegidos por la campaña de Piñera, la idea de modernidad, dinamismo y entusiasmo aparecen también en la promoción de la candidatura de Marco Enríquez.

Nuevamente, igual que en el caso de Piñera, en la campaña de Marco Enríquez se busca contrastar las debilidades de la imagen personal del candidato oficialista con las cualidades personales del candidato alternativo.

Marco Enríquez expresa, también, la imagen de las nuevas generaciones a través de una presentación de familia joven, moderna y no tradicional.

Desde el punto de vista político, los tres aspectos medulares de su planteo son: (a) una respuesta a la exclusión política del oficialismo, (b) la necesidad de un cambio con cara humana y (c) la renovación generacional dentro de la izquierda.

La justificación de la candidatura de Marco Enríquez es la ausencia de posibilidades de renovación dentro del oficialismo, es una forma de expresar la protesta ante la burocracia partidaria dominante.

Por otra parte, la candidatura de Enríquez Ominami pretende construir la necesidad de un cambio en la forma de hacer política por parte de la Concertación Democrática. Se habla de un cambio con cara humana y, sobre todo, la incorporación de una agenda más moderna y propia de la sociedad del siglo XXI; lo que se puede concretar mediante una efectiva renovación generacional.

#### **g. Los principales asuntos de la agenda de campaña**

La campaña de Eduardo Frei estuvo concentrada en garantizar la continuidad de los logros de la Concertación en sus dos décadas de gobierno. En particular, se destacaron los logros sociales y la mejora de los indicadores de pobreza y empleo. Por lo tanto, se señaló el riesgo de la pérdida de estas conquistas si el gobierno pasara a manos del candidato de la derecha.

La campaña de la Concertación se apoyó en la presentación de mucha información destacando la evolución de los principales indicadores sociales y económicos que demostraban los éxitos alcanzados por esta fuerza política en el ejercicio del gobierno.

El candidato de la Concertación también puso especial énfasis en dar respuesta a los problemas de la clase media; esta preocupación surgió en respuesta a la estrategia de Piñera que señaló la necesidad de atender esa problemática. La campaña de Frei reivindicó que la continuidad de la Concertación era la mejor garantía para la protección de la clase media y que, por el contrario, el candidato opositor era un riesgo para el futuro de los sectores medios.

Por su parte, Sebastián Piñera destacó la necesidad de brindar seguridad a la sociedad chilena, reafirmar el camino del crecimiento económico y promover una especial preocupación por dar

respuesta a los problemas de la clase media criticando el exceso de las políticas de ayuda a los más pobres.

La importancia de continuar el camino del crecimiento económico resultaba una prioridad obvia dadas las características personales del candidato y de su posicionamiento político, sin embargo, este aspecto formó parte central de su discurso programático.

El otro aspecto destacado por la campaña de Piñera fue el cuestionamiento al exceso del gasto social dirigido a los sectores en situación de pobreza, dejando de lado a las necesidades de los sectores medios. En tal sentido, Piñera reivindicó la necesidad de aplicar recursos para dar respuesta a las necesidades y los problemas de los sectores medios, particularmente en relación a la educación, la vivienda y otras políticas sociales.

Además, Piñera reclamó frente al deterioro de las condiciones de la seguridad pública y se propuso como una opción que habría de dar respuesta prioritaria a esta problemática. En este sentido, la mencionada prioridad también tenía como principal público objetivo a los sectores medios.

La campaña de Marco Enríquez, por su parte, fue consistente en sus contenidos temáticos con su reivindicación de la renovación generacional. Los temas planteados estuvieron en línea con una mirada postmoderna sobre la sociedad chilena.

En tal sentido, se reivindicó una agenda de libertad y diversidad sexual impulsando iniciativas vinculadas a las nuevas formas de familia y a la equidad de género. A su vez, también se puso el énfasis en las reivindicaciones ambientalistas y los cuestionamientos a un modelo de desarrollo que deja de lado la preocupación por el medio ambiente.

Justamente, en ese sentido se reivindica el crecimiento económico, pero se subraya la necesidad de articular dicho crecimiento con una mirada humanista. De este modo, la propuesta de Marco Enríquez no se despega de los logros del crecimiento, pero reclama la inclusión de una perspectiva más humanista y cercana a la realidad de los ciudadanos.

#### **h. La segunda vuelta presidencial**

Los resultados electorales que se verificaron en las elecciones presidenciales de primera vuelta ratificaron lo que señalaban las encuestas de opinión pública, el candidato opositor, Sebastián Piñera obtuvo una gran ventaja sobre el candidato oficialista, quedando en una posición muy favorable para ganar en la segunda vuelta presidencial.

El respaldo electoral alcanzado por Sebastián Piñera fue cercano al 50% aunque lo obligó a disputar con el candidato del gobierno una segunda vuelta electoral.

El resultado de Eduardo Frei fue claramente insatisfactorio, sufriendo una pérdida electoral sustancial a manos del candidato alternativo, Marco Enríquez.

Justamente, la votación de Marco Enríquez Ominami fue sorprendentemente alta y afectó en forma decisiva las posibilidades de la candidatura de Eduardo Frei. Este resultado es

particularmente trascendente puesto que el régimen electoral chileno, de carácter mayoritario binominal, no alienta el crecimiento de terceras opciones. El respaldo electoral alcanzado por la candidatura de Marco Enríquez fue la mejor expresión de la demanda de renovación que existía en el electorado de la coalición de gobierno.

De hecho, el cuerpo electoral ejerció su derecho a un voto cruzado entre la elección presidencial y la elección parlamentaria, marcando un sustancial apoyo a la candidatura presidencial de Marco Enríquez y reafirmando el apoyo a los candidatos parlamentarios de la Concertación.

**Cuadro Nº 4: Resultados en Elecciones Presidenciales 1ª y 2ª Vuelta. Chile 2009-2010**

	<b>1ª VUELTA PRESIDENCIAL</b>	<b>2ª VUELTA PRESIDENCIAL</b>
<b>COALICION POR EL CAMBIO</b> <b>Sebastián Piñera</b>	44	51,6
<b>CONCERTACION DEMOCRATICA</b> <b>Eduardo Frei</b>	29,6	48,4
<b>NUEVA MAYORIA PARA CHILE</b> <b>Marco Enríquez Ominami</b>	20,1	
<b>JUNTOS PODEMOS MAS</b> <b>Jorge Arrate</b>	6,2	

Fuente: Ministerio del Interior de Chile

Con estos resultados el favoritismo para la segunda vuelta correspondió al candidato opositor, Sebastián Piñera, mientras que las posibilidades de Eduardo Frei dependían fundamentalmente de la decisión que tomara Marco Enríquez en esta segunda instancia.

La estrategia de la campaña de Eduardo Frei para la segunda vuelta puso un mayor énfasis en mejorar la imagen de su candidato acentuando su perfil humano y más cercano, se buscó rodearlo de niños y se apostó a mostrar los resultados positivos de su anterior gestión presidencial.

Por otra parte, Frei se comprometió con la renovación de la política y se incorporaron, con mayor presencia, un conjunto de dirigentes jóvenes de la Concertación, expresando su apoyo a Frei.

El apoyo del candidato de Juntos Podemos Más, Jorge Arrate, se produce desde el principio y con total claridad. Sin embargo, el apoyo de este sector no resultaba decisivo dada la magnitud de su respaldo electoral (6%).

Por su parte, el apoyo de Marco Enríquez se demoró prácticamente hasta el final y se expresó en forma tibia y poco decidida. Fue evidente que Marco Enríquez no quiso comprometer su éxito electoral, en gran medida sustentado en una crítica a la Concertación, apoyando enseguida al candidato que él había cuestionado.

Indudablemente la reticencia del tercer candidato en expresar un apoyo contundente a Frei fue un factor importante en la explicación del resultado. De hecho, la candidatura de Frei no obtuvo más de dos tercios de los votos alcanzados en primera vuelta por Marco Enríquez. Sin embargo, tampoco es posible asegurar que una postura más decidida del tercer candidato hubiera sido suficiente para definir el voto de los ciudadanos que en primera vuelta votaron a Marco Enríquez.

A su vez, la campaña de Frei aumentó sustancialmente en su enfrentamiento con Piñera. Se acusó a Piñera de poner en riesgo un modelo de cambio en Chile, señalando el hecho de que se trata de un “millonario, frío” que generaría un retroceso en los logros sociales del país.

La campaña de Frei construida sobre la base del nuevo eslogan: “Todos por Chile” buscó construir la idea de una causa nacional para impedir el triunfo de quien representa el poder del dinero y del mercado. Se construyó el mensaje sobre la dicotomía del “mercado frío vs el trabajo humano”, “hay cosas que el dinero no puede comprar” y “no da lo mismo...cambiar que comprar el cambio”.

Es notorio que en la campaña de segunda vuelta, el candidato del gobierno decidió aumentar sustancialmente la contradicción y las diferencias con Piñera, desarrollando una fuerte campaña negativa, buscando la reacción del electorado en disputa ante el supuesto riesgo de “perder las conquistas alcanzadas”.

Por el contrario, la campaña de Sebastián Piñera acentuó la idea del triunfo, intensificando el entusiasmo, la alegría y la fuerza. Su nuevo eslogan se construía por la positiva: “Sumate al cambio”, indicando que su propuesta era la posibilidad de renovar el elenco de gobierno.

Se ratificó el mensaje temático reafirmando su apuesta a la clase media, al combate a la delincuencia y la mejora del empleo.

La campaña de la segunda vuelta de Piñera se realiza desde el triunfo, se asume ganador y, por lo tanto, evita las polémicas y dar respuesta a los ataques del candidato gubernista. La campaña acentúa su contenido positivo.

A nivel simbólico, se sustituye la estrella con los colores del arco iris que había identificado su campaña en la primera vuelta, por una cruz que pretende identificar el signo de sumatoria por la positiva, pero al mismo tiempo es una “guiñada” hacia el electorado demócrata cristiano cuyo partido ha tenido a la cruz como símbolo tradicional.

La prédica de Piñera destaca la importancia de la unidad de los chilenos frente a las divisiones y los agravios y apela a la decisión de la gente por encima de los partidos y la política. Efectivamente, Piñera no tenía posibilidades de coalición con otros candidatos, por lo que su apelación al voto ciudadano es vital para obtener el respaldo electoral que le faltaba.

Finalmente, la estrategia electoral de Piñera ratificó su posicionamiento en el centro del sistema político, como forma de responder a los ataques recibidos desde la Concertación, y volvió a mostrar su elenco para atenuar el personalismo de la campaña.

Los resultados electorales confirmaron los pronósticos de las encuestas. La campaña de Piñera volvió a ser más efectiva que la de su adversario, potenciando sus posibilidades y alcanzando el voto de la mayoría de los chilenos.

La búsqueda de la renovación, por derecha o por izquierda, era el sentimiento dominante en el electorado chileno, frente a la continuidad de una coalición que ya llevaba dos décadas en el gobierno. Continuidad sin renovación fue la oferta de la Concertación, mientras que la opción de Sebastián Piñera fue el cambio en el equipo de gobierno sin alterar sustancialmente el rumbo en las políticas de gobierno.

## **4. La campaña electoral en Uruguay 2009**

### **a. La situación en el punto de partida**

En el caso de Uruguay, las elecciones nacionales de 2009 representaron la primera oportunidad en que el Frente Amplio buscaba renovar su mandato en el gobierno, luego de su triunfo en las elecciones de 2004.

El primer gobierno del Frente Amplio culminaba su período con altos niveles de aprobación. El Presidente saliente, Dr. Tabaré Vázquez, recibía niveles de aprobación en el entorno del 70% y las encuestas preelectorales, al comienzo del año electoral, indicaban que el partido de gobierno obtenía apoyos preelectorales que se ubicaban entre 40 y 43%.

Por su parte, el principal partido opositor, el Partido Nacional, marcaba un apoyo del 34 al 36% de la ciudadanía, mientras que el Partido Colorado marcaba entre el 8 y 10% y el Partido Independiente entre el 1 y 2%. Alrededor del 15% del electorado se mantenía indeciso.

De modo que, si bien el Frente Amplio continuaba siendo la principal fuerza política, dadas las reglas electorales y el hecho de que los dos partidos históricos, el Partido Nacional y el Partido Colorado, se habían configurado en un polo político, existía cierta incertidumbre sobre el resultado final en la medida que la suma de los apoyos de nacionalistas y colorados superaban levemente, en el punto de partida, al respaldo electoral que recibía el partido de gobierno y podían imponerse en una segunda vuelta presidencial.

Por otra parte, la definición de la candidatura presidencial del Frente Amplio no resultó fácil. El candidato preferido por el Presidente saliente, su ex Ministro de Economía, Danilo Astori, era desafiado por el Senador José Mujica, líder del sector mayoritario del Frente Amplio y ex guerrillero y dirigente del MLN Tupamaros.

A su vez, en el principal partido de la oposición, el Partido Nacional, también se configuraba un debate arduo entre dos dirigentes que se disputaban la candidatura presidencial, el Dr. Luis A. Lacalle (ex Presidente y representante del sector más conservador del partido) y el Senador Jorge Larrañaga (candidato presidencial en las Elecciones de 2004 y líder del sector de centro de su partido).

Finalmente, el Partido Colorado enfrentaba la necesidad de su recuperación electoral luego de su grave derrota de las elecciones anteriores, mientras que el Partido Independiente buscaba crecer en su presencia parlamentaria con la aspiración de convertirse en una minoría decisiva.

### **b. La estructura de la competencia interpartidaria**

El sistema de partidos uruguayo mantuvo, desde sus orígenes a partir de la adopción de la regla democrática en la segunda década del siglo XX, un formato bipartidista compuesto por

los dos partidos tradicionales, Partido Nacional y Partido Colorado, que, en conjunto, concentraban el 90% de los votos.

Por otra parte, el bipartidismo uruguayo, hasta 1958, se caracterizó por la peculiaridad de que siempre gobernaba el Partido Colorado, mientras que el Partido Nacional permanecía en la oposición. A partir de 1958 el bipartidismo incorporó su carácter alternante, sustituyéndose blancos y colorados en el ejercicio del gobierno.

En 1971 surge el Frente Amplio, que nace de la conjunción de los esfuerzos de los tres viejos partidos ideológicos junto a ciertos sectores escindidos de los partidos Nacional y Colorado. Este partido ocupó el espacio de la izquierda política, abarcando desde posiciones moderadas de centro izquierda, partidos de izquierda marxista, hasta posiciones propias de la izquierda radical.

Ya en su primera comparecencia el Frente Amplio obtuvo un respaldo electoral (18%) que amenazaba la continuidad del bipartidismo.

**Cuadro Nº 5: Resultados electorales en las Elecciones Nacionales en Uruguay 1958-1971**

<b>AÑO</b>	<b>PARTIDO COLORADO</b>	<b>PARTIDO NACIONAL</b>	<b>FRENTE AMPLIO</b>	<b>OTROS</b>
<b>PROMEDIO ANTES DE 1958</b>	45-50	30-35		7-10
<b>1958</b>	37,7	49,7		9,9
<b>1962</b>	44,4	46,6		8,9
<b>1966</b>	49,4	40,4		9,6
<b>1971</b>	41	40,2	18,3	0,5

**Fuente:** Corte Electoral.

Ocurrido el retorno a la democracia en 1984, la estructura de la competencia interpartidaria se fue configurando en torno al formato de un multipartidismo moderado. En efecto, el Frente Amplio fue aumentando su representación electoral pasando del 21,2% en 1989 al 40,1% en 1999. El formato multipartidista se completó con la aparición de un cuarto partido, el Nuevo Espacio primero y el Partido Independiente después, que han obtenido representación parlamentaria propia en todas las instancias.

El sistema de partidos uruguayo, entonces, pasó del bipartidismo al multipartidismo moderado, caracterizado por un constante y progresivo ascenso electoral del Frente Amplio, que mantuvo un ritmo de crecimiento equivalente al 2% anual.

**Cuadro Nº 6: Resultados electorales en las Elecciones Nacionales en Uruguay 1984-2004**

<b>AÑO</b>	<b>FRENTE AMPLIO</b>	<b>PARTIDO COLORADO</b>	<b>PARTIDO NACIONAL</b>	<b>OTROS PARTIDOS</b>
<b>1984</b>	21,3	41,2	35	2,4
<b>1989</b>	21,2	30,3	38,9	9
<b>1994</b>	30,6	32,3	31,2	5,2
<b>1999</b>	40,1	32,8	22,3	4,6
<b>2004</b>	50,9	10,2	36,3	1,9

**Fuente:** Corte Electoral

La reforma electoral de 1996 introdujo la segunda vuelta presidencial y las candidaturas únicas a la presidencia por cada partido. Este nuevo marco jurídico electoral consolidó la dinámica bipolar que ya se venía insinuando, integrada en un polo por el Frente Amplio y en el otro polo por los dos viejos partidos históricos.

De hecho, los gobiernos de los partidos históricos entre 1994 y 2004 se constituyeron en base a acuerdos de coalición entre ambos partidos, consolidando la lógica política de un polo electoral propio.

**Cuadro Nº 7: Resultados electorales de segunda vuelta en Elecciones Nacionales 1999**

<b>ELECCIONES 1999</b>	<b>TABARE VAZQUEZ</b>	<b>JORGE BATLLE</b>	<b>LUIS A. LACALLE</b>	<b>RAFAEL MICHELINI</b>
<b>1ª VUELTA</b>	40,1	32,8	22,3	4,6
<b>2ª VUELTA</b>	45,9	54,1		

**Fuente:** Corte Electoral

Esta tendencia culmina en las elecciones nacionales de 2004, cuando el Frente Amplio obtiene en primera vuelta la mayoría absoluta de los votos y alcanza el gobierno nacional. Las elecciones de 2009 representaban una interrogante con respecto a la continuidad o no del formato bipolar de corte multipartidista.

### **c. El manejo de las diferencias políticas en el Frente Amplio**

Al finalizar su primer período de gobierno, el Frente Amplio exhibe un fuerte liderazgo presidencial que, incluso, había explorado la posibilidad de promover una reforma electoral reeleccionista. A mediados de 2008 esta alternativa quedó descartada y dio comienzo el debate por la candidatura del partido de gobierno. El presidente promovió la candidatura de su Ministro de Economía, Danilo Astori, buscando hacer valer su "influencia presidencial". Sin embargo, dentro del partido de gobierno se levantó la alternativa de José Mujica, líder del sector mayoritario del Frente Amplio y poseedor de un fuerte apoyo popular.

La disyuntiva entre José Mujica y Danilo Astori representaba la opción entre la continuidad del gobierno saliente de tono socialdemócrata (Astori), o un corrimiento hacia posiciones más definitivamente de izquierda (Mujica).

Esta opción se laudó en forma muy rotunda a favor de José Mujica en el aparato militante del partido de gobierno. En efecto, a fines de 2008 el Congreso Nacional del Frente Amplio votó por una amplia mayoría a favor de la candidatura de José Mujica, desplazando al cuarto lugar al candidato del Presidente.

Sin embargo, el Congreso habilitó que todos los postulantes comparecieran en las Elecciones Internas que, obligatoriamente, debían realizar en todos los partidos uruguayos para elegir su candidato presidencial. Estas elecciones se realizaron en junio de 2009.

La interrogante planteada fue, entonces, si el predominio de José Mujica en el aparato militante del partido de gobierno se confirmaría en una convocatoria más abierta que se definiría por el voto popular

Por otra parte, la decisión de permitir la presentación de más postulantes dio lugar a una tercera candidatura, representada por el Dr. Marcos Carábula, Intendente de Canelones. Este se presentó como una tercera opción que buscaba evitar la polarización entre las dos primeras alternativas.

### **d. La definición de la candidatura presidencial del Frente Amplio**

La campaña electoral hacia las elecciones internas en el partido de gobierno estuvo signada por un enfrentamiento bastante intenso entre los dos candidatos principales. Al mismo tiempo, desde el principio las encuestas mostraron el predominio de José Mujica sobre Danilo Astori, confirmando entre los electores lo que habían elegido los activistas.

La línea argumental de José Mujica ponía el énfasis en la necesidad de profundizar los cambios, luego de un primer mandato del Frente Amplio, por lo que reivindicaba un perfil más a la izquierda. No cuestionaba al Presidente Tabaré Vázquez, pero señalaba que para el próximo período había que avanzar en una línea de transformaciones que Danilo Astori no estaba en condiciones de impulsar.

Por su parte, Danilo Astori reivindicaba la continuidad del gobierno saliente y destacaba su sintonía con Tabaré Vázquez, acentuando su carácter de candidato del Presidente. Al mismo

tiempo, cuestionaba a su adversario acusándolo de imprevisible y riesgoso para el ejercicio del gobierno; la campaña de Astori alertaba sobre la posibilidad de perder los logros alcanzados debido a la falta de preparación de José Mujica para gobernar.

Los resultados confirmaron las tendencias previas y consagraron a José Mujica como el candidato presidencial del Frente Amplio. Nuevamente, igual que en todas las elecciones nacionales anteriores, desde el retorno a la democracia, el candidato del Presidente saliente no obtuvo el respaldo ciudadano en su propio partido.

**Cuadro Nº 8: Resultados electorales de las Elecciones Internas en el Frente Amplio (junio 2009)**

CANDIDATOS	%
JOSE MUJICA	52
DANILO ASTORI	39,7
MARCOS CARAMBULA	8,3

**Fuente:** Corte Electoral

El candidato ganador debía enfrentar ciertas dificultades que, a priori, no favorecían sus chances electorales.

En primer lugar, la disputa interna había dejado una situación de incertidumbre sobre la capacidad de acordar con el candidato derrotado. En segundo lugar, el candidato ganador debía neutralizar su pasado guerrillero, que para muchos votantes podía ser un obstáculo difícil de superar. En tercer término, la candidatura de Mujica se había levantado contraviniendo la indicación del Presidente, por lo que su relación con Tabaré Vázquez no parecía ser la mejor y esto podía afectarlo entre los votantes más cercanos al Presidente. En cuarto término, su posicionamiento ideológico lo ubicaba más a la izquierda que su adversario y que el Presidente saliente, lo que podía generar dificultades para obtener el apoyo de los votantes que se encuentran en el centro del espectro político y son decisivos en un sistema de doble vuelta presidencial. Finalmente, su propia imagen, incluido su lenguaje y aspecto físico, se encontraban bastante alejados de lo que los uruguayos tradicionalmente habían identificado con el rol de un Presidente.

Todos estos elementos agregaban una significativa dosis de incertidumbre sobre las posibilidades de ganar para el Frente Amplio y otorgaban a la campaña electoral un carácter de mayor competitividad.

**e. La definición de las candidaturas presidenciales en los partidos desafiantes**

En el Partido Nacional el Senador Jorge Larrañaga, candidato presidencial en 2004, había conducido a su partido durante todo el período de gobierno; sin embargo el ex Presidente Luis A. Lacalle anunció en 2008 que disputaría la nominación presidencial de ese partido.

Jorge Larrañaga, líder del sector Alianza Nacional ubicado como la opción más hacia el centro izquierda de su partido, había logrado su candidatura presidencial cinco años antes, disputándole la opción, justamente, a Luis A. Lacalle.

Luis A. Lacalle fue Presidente de la República entre 1990 y 1995, candidato presidencial en 1999 y precandidato perdedor en las Elecciones Internas de 2004. Era el líder del Herrerismo, sector más conservador de su partido.

En su estrategia preelectoral, Luis A. Lacalle fue incorporando adhesiones de grupos y sectores del Partido Nacional. La tercera corriente interna de ese partido, liderada por el Senador Francisco Gallinal acordó con el Herrerismo, dando origen a una nueva alianza, la UNA (Unidad Nacional). Posteriormente, se sumó un precandidato presidencial con influencia en ciertas zonas del Interior del país, Carmelo Vidalín y sucesivamente se fueron anunciando nuevas adhesiones de grupos y líderes sectoriales del partido.

La candidatura de Lacalle logró crear la percepción de que se trataba de una fuerza en crecimiento, mientras que Larrañaga, líder de la fracción mayoritaria, sin embargo no logró incorporar nuevas adhesiones en el período previo a las Elecciones Internas.

La estrategia de Lacalle estuvo dirigida a mostrar que esta opción era la alternativa más firme y radical al Frente Amplio; el énfasis fue puesto en la necesidad de sustituir a este partido en el gobierno, criticando con dureza al gobierno. A su vez, también se hacía referencia a la experiencia del candidato que había ejercido la Presidencia un par de décadas atrás.

Por su parte, Jorge Larrañaga puso el énfasis en su mayor capacidad para ganarle al Frente Amplio debido a su perfil político que le permitiría disputar el voto de centro en la frontera con el Frente Amplio.

Desde la campaña de Lacalle se criticó a Larrañaga porque este posicionamiento de mayor proximidad al Frente Amplio era demostrativo de cierta debilidad en su talante opositor al gobierno.

Por otra parte, Lacalle mostró creatividad en el planteo de nuevas ideas y propuestas, así como desarrolló una nueva imagen más dialogante, mientras que Larrañaga no expresó similar dinamismo en sus iniciativas.

A su vez, la campaña de Larrañaga cuestionó a Lacalle por su incapacidad de disputar el voto de centro en las elecciones nacionales debido a su posicionamiento muy a la derecha del espectro político.

#### **Cuadro Nº 9: Resultados electorales de las Elecciones Internas en el Partido Nacional (junio 2009)**

CANDIDATOS	%
LUIS A. LACALLE	57,1
JORGE LARRAÑAGA	42,8
IRINEU RIET CORREA	0,1

**Fuente:** Corte Electoral

Los resultados electorales otorgaron una diferencia clara a favor de Luis A. Lacalle demostrando que los votantes nacionalistas buscaban elegir al candidato más opuesto al partido de gobierno.

Por su parte, para el Partido Colorado la instancia electoral de 2009 era muy importante puesto que había sufrido un verdadero desplome electoral en 2004 reduciéndose al 10%. Esta circunstancia era particularmente relevante para un partido que había ejercido el gobierno en forma prácticamente continua durante toda la historia política democrática y nunca había recibido menos del 30% de los votos.

En esta instancia se perfilaba la figura emergente del Dr. Pedro Bordaberry, quien había obtenido un resultado alentador en las elecciones departamentales de 2005 como candidato a Intendente de Montevideo. Este dirigente representaba una opción renovadora que pretendía la ruptura con los liderazgos históricos de su partido, los ex Presidentes Julio M. Sanguinetti y Jorge Batlle, para ello su propuesta política se canalizó a través de la gestación de un nuevo sector denominado “Vamos Uruguay”.

Sin embargo, Pedro Bordaberry tiene la dificultad de ser hijo del dictador Juan María Bordaberry, actualmente preso por su responsabilidad en delitos cometidos durante el período dictatorial. De todos modos, esta circunstancia no fue un obstáculo para que, sin esquivar u ocultar esta situación, consolidara su apoyo dentro del Partido Colorado.

Por su parte, el otro sector del partido (el batllismo histórico) presentó tres candidaturas que, sin embargo, no lograron crecer en la intención de voto. Los tres estaban, de un modo u otro, vinculados a las gestiones de gobierno y a la conducción histórica del Partido Colorado, por lo que su desgaste político los afectaba directamente.

Por otra parte, para los candidatos del batllismo la crítica a Bordaberry debía ser moderada en la medida que este último sería luego el candidato único de todo el partido. Por lo tanto, el tono de la campaña fue muy moderado, lo que favoreció la consolidación del candidato mayoritario.

**Cuadro Nº 10: Resultados electorales de las Elecciones Internas en el Partido Colorado (junio 2009)**

CANDIDATOS	%
PEDRO BORDABERRY	72,2
OTROS CANDIDATOS	27,8

**Fuente:** Corte Electoral

El triunfo de Bordaberry fue muy cómodo y le permitió reafirmar su perfil rupturista con el pasado de su propio partido. De hecho, esta situación le permitió realizar una campaña electoral sin tener que negociar con el sector batllista de su propio partido.

Por último, el Partido Independiente no tenía diferencias internas, por lo que su presentación en esta instancia fue tan solo un trámite.

De modo que, en el punto de partida de la campaña presidencial uruguaya, los candidatos que representaban los sectores más moderados de cada partido fueron derrotados. Los candidatos de los dos partidos principales, José Mujica y Luis A. Lacalle, representaban, respectivamente, las posiciones político-ideológicas más distantes entre sí.

Por lo tanto, ambos candidatos debían responder al desafío de unificar la situación interna de su partido en torno a sus candidaturas y luego alcanzar el apoyo de los sectores más moderados del electorado.

#### **f. El desempeño del candidato del partido de gobierno: José Mujica**

En el punto de partida de la campaña electoral por la Presidencia, el candidato del partido de gobierno aparecía con posibilidades importantes de obtener el triunfo pero, al mismo tiempo, su candidatura representaba algunos riesgos políticos que debían abordarse.

En tal sentido, la campaña de José Mujica se planteó diversos objetivos políticos; en primer lugar se planteó la necesidad de unificar el frente interno y, para ello resultaba fundamental contar con el apoyo explícito de su rival interno, Danilo Astori.

Por lo tanto, apenas culminada la elección interna en el Frente Amplio y apurados porque el Partido Nacional había sellado en forma inmediata su unidad interna mediante la consagración de su fórmula electoral, se produjo un proceso intenso de negociación interna que culminó con el acuerdo de la fórmula presidencial junto al propio Danilo Astori.

En espejo, entonces, los dos partidos principales buscaron recuperar su capacidad de llegada hacia el centro del espectro ideológico, incorporando a sus principales adversarios (ambos ubicados más al centro) como candidatos vicepresidenciales. De este modo, ambos partidos recuperaron su abarcabilidad político e ideológica para disputar con potencia la zona decisiva del electorado.

El segundo objetivo de la campaña electoral de José Mujica estuvo dirigido a la construcción de su imagen presidencial. Como se dijo más arriba, la imagen pública de Mujica resultaba muy distante de la imagen tradicional de un Presidente en Uruguay.

Al mismo tiempo la transformación debía tener en cuenta una línea de continuidad estética y política que no implicara la idea de que Mujica traicionaba su autenticidad, valor central de su patrimonio político.

En tal sentido, Mujica fue variando su vestimenta y su cuidado personal, acercándose a la imagen presidencial tradicional en nuestro país, sin dejar de lado sus rasgos más típicos.

Este proceso fue realizado en forma progresiva y gradual, sin grandes hitos de ruptura, pero cuando se realizaron comparaciones fotográficas entre la imagen del candidato en 2009 con respecto a los años anteriores, las diferencias fueron muy visibles y relevantes. Sin embargo, se preservaron algunos símbolos que reivindicaban su personalidad, por ejemplo la incorporación del traje en su indumentaria no incluyó el uso de corbata.

Debe señalarse que esta situación estuvo ayudada por el surgimiento en la región de nuevos modelos estéticos presidenciales tales como Hugo Chávez, Lula Da Silva, Evo Morales o Fernando Lugo, que hicieron más asimilable para el electorado uruguayo esta nueva propuesta.

El tercer objetivo de la campaña electoral de Mujica fue, justamente, la identificación con el gobierno de Brasil en la región. Este es un aspecto muy importante porque la nueva candidatura en el Frente Amplio podía representar un alineamiento, dentro del mapa regional, con las alternativas latinoamericanas identificadas con las opciones de corte más populista en la región.

El gobierno saliente de Tabaré Vázquez se había alineado indisimuladamente, tanto por sus discursos como por sus políticas públicas, con las opciones de gobiernos de izquierda socialdemócratas como el caso de Chile y Brasil. Sin embargo, la elección de José Mujica como una opción más a la izquierda que la del gobierno saliente, generaba la interrogante sobre su futuro alineamiento en la región.

José Mujica, además, había mantenido una relación muy cercana con el máximo representante de los gobiernos populistas de la región, Hugo Chávez, lo que aumentaba la incertidumbre. Sin embargo, en las primeras semanas de la campaña, el candidato presidencial del Frente Amplio visitó al Presidente Lula en Brasil y manifestó en forma expresa su preferencia por el modelo de gobierno de ese país.

Por otra parte, durante todo el desarrollo de la campaña se evitó que el presidente venezolano viniera al país y se redujeron sustancialmente las señales de proximidad hacia este tipo de alternativas gubernamentales. Esta postura era particularmente sensible en la medida que un análisis de las campañas electorales en América Latina de esos años había mostrado que la aparición del presidente Chávez apoyando a uno u otro candidato, no había sido neutral sobre los propios resultados electorales. Por ejemplo, fue utilizada con éxito por Alán García en Perú para cuestionar la candidatura de Ollanta Humala en 2006.

En cuarto lugar, la candidatura de Mujica fue asumiendo en forma creciente una identificación cada vez más fuerte, con la gestión del gobierno saliente. No era fácil este proceso en la medida que la propia candidatura de Mujica representaba una reivindicación de cambios con respecto a la gestión del gobierno de Vázquez.

Sin embargo, la idea de continuidad con respecto a la gestión de Vázquez fue consolidándose de manera creciente, al tiempo que la figura de su compañero de fórmula fue aumentando en su presencia y peso a medida que avanzaba la campaña electoral.

El paso decisivo en este sentido se dio cuando José Mujica afirmó definitivamente que la orientación de la política económica durante su gestión de gobierno seguiría estando en manos del ex Ministro, Danilo Astori, antes cuestionado por representar el continuismo de la gestión saliente.

La campaña publicitaria se construyó siempre sobre la imagen de la fórmula presidencial, destacando y subrayando el papel del candidato a vicepresidente. Fue particularmente sugestivo que el principal afiche de campaña mostró a los dos integrantes de la fórmula en donde el candidato vicepresidencial aparecía en un plano más alto que el candidato presidencial, a modo de supervisión; y mientras Mujica escribía en un papel, Astori aparecía desde arriba aparentando dictarle el contenido del texto.

Por otra parte, en uno de los spots principales de campaña, el candidato presidencial decía que “Astori será en nuestro gobierno, mucho más que un Vicepresidente”.

Finalmente, la consigna de la campaña electoral decía: “Un gobierno honrado. Un país de primera”. Esta consigna reflejaba un cuestionamiento indirecto a su principal adversario, en la medida que Lacalle había sido acusado por actos de corrupción ocurridos durante su gestión de gobierno, por lo que la referencia a “gobierno honrado” incluía una crítica implícita a su adversario.

A su vez, la apelación a “un país de primera” hacía alusión al proceso de crecimiento y prosperidad que vivía Uruguay en esos momentos, lo que permitía fijar objetivos ambiciosos con respecto a la situación del país.

Como se verá más adelante, el principal adversario cometió importantes y sucesivos errores desde el comienzo de la campaña electoral, y la conducción de la campaña electoral del Frente Amplio puso un fuerte énfasis en destacar y subrayar estos errores en forma muy visible.

Por otra parte, la campaña de Mujica enfrentó situaciones críticas como consecuencia de que se cometieron algunos errores de significación.

En primer lugar, Mujica no logró disipar la interrogante generada sobre su pasado guerrillero. En tal sentido, las declaraciones del candidato sobre este tema, nunca expresaron un arrepentimiento expreso por haber tomado el camino de las armas. Sin embargo, muy probablemente, el tiempo transcurrido con respecto a aquella época hizo que este aspecto no tuviera mayor impacto en la opinión pública.

En segundo lugar, la publicación de un libro que recogía una serie de entrevistas al candidato presidencial apenas dos meses antes de la elección generó un fuerte impacto negativo en la campaña. En ese libro Mujica realizó muchas apreciaciones polémicas, incluso con respecto a sectores del Frente Amplio y particularmente se expresaron críticas directas hacia la Administración saliente que motivaron una dura réplica del Presidente Vázquez cuestionando al candidato.

Este episodio ocurrió cuando la situación electoral del Frente Amplio aparecía como muy segura, sin embargo a partir de este hecho se generó incertidumbre sobre sus posibles efectos electorales, en la medida que este episodio afectó uno de los objetivos de campaña que consistía en vincular la candidatura de Mujica con la gestión saliente.

En este sentido, desde la campaña de Mujica se optó por retirar al candidato presidencial de los primeros planos y promover una presencia más fuerte del candidato vicepresidencial. En efecto, Danilo Astori fue asumiendo cada vez más protagonismo, hasta convertirse en una figura central de la campaña frenteamplista.

Por otro lado, se redobló el ataque al candidato nacionalista, destacando con mayor énfasis sus errores.

De esta forma, en el tramo final de la campaña presidencial la cuestión principal pasó a ser quién cometía menos errores entre el candidato del gobierno y su principal adversario.

La situación crítica con el Presidente Vázquez pudo ser neutralizada mediante un encuentro entre el candidato y el presidente en el que se logró dar la imagen de reconciliación.

Finalmente, la campaña de Mujica ignoró a los demás adversarios concentrando sus críticas en Lacalle. Las críticas se dirigieron a dos aspectos, el cuestionamiento a la honradez de su gobierno anterior y los errores cometidos durante la campaña actual.

Esta estrategia de cuestionamiento a Lacalle fue protagonizada por el candidato vicepresidencial, Danilo Astori y otros dirigentes nacionales del Frente Amplio, preservando la situación de José Mujica y evitando el desgaste de una confrontación directa. En ese sentido, el Frente Amplio descartó un debate con el candidato nacionalista que este había reclamado de manera insistente.

## **g. El desempeño de los candidatos desafiantes**

### **i. La campaña de Luis A. Lacalle: “Un Presidente, Presidente”**

La situación de partida para el Partido Nacional representaba una oportunidad efectiva de triunfo, y esta posibilidad se potenció en el momento del comienzo de la campaña electoral, cuando este partido selló con un acuerdo inmediato en la misma noche del resultado electoral de las elecciones internas, la fórmula presidencial entre el candidato ganador, Luis A. Lacalle, y el perdedor, Jorge Larrañaga, representante de la otra mitad de su partido.

Entonces, mientras en el partido de gobierno la negociación para el acuerdo entre Mujica y Astori demoró más de una semana, su principal adversario comenzó la campaña con un acuerdo emotivo y eufórico que se hacía público enseguida de cerradas las urnas de la elección interna.

La estrategia de campaña de la candidatura de Lacalle se concentró en potenciar la ventaja frente a su adversario, es decir su imagen presidencial. “Un Presidente, Presidente” fue la consigna elegida que buscaba acentuar el contraste entre una fortaleza notoria de un ex presidente, frente a un candidato que, como se señaló más arriba, tenía problemas para dar la imagen de presidenciable.

En el mismo sentido, la estrategia del candidato desafiante puso el énfasis en la ausencia de aptitudes del candidato oficial para ejercer el cargo. Se subrayó que Mujica carecía de experiencia para gobernar, que su gestión como Ministro de la Administración saliente no había sido positiva, que no era un buen gestor ni administrador y que no era lo mismo su capacidad de reflexión filosófica que su capacidad para el ejercicio de la función presidencial.

Por otra parte, la campaña de Lacalle buscó identificarse con la administración del Presidente Vázquez, buscando acentuar las diferencias existentes entre este y el candidato presidencial del partido de gobierno. En este sentido se aprovechó la buena relación personal existente entre el Dr. Vázquez y el candidato nacionalista para impulsar esta línea argumental que buscó generar adhesiones entre votantes frenteampelistas indecisos por la candidatura de Mujica.

A diferencia de la campaña electoral del Frente Amplio que potenció la figura de su candidato vicepresidencial, en la campaña del Partido Nacional la figura de su vicepresidente, Jorge Larrañaga, tuvo un protagonismo sensiblemente menor.

Por otra parte, la campaña de Lacalle careció de una conducción unificada y se observaron importantes niveles de descoordinación en su ejecución. Hasta las Elecciones Internas, la campaña de Lacalle había mostrado una línea de conducción muy clara, pero esta unidad de acción se quebró en la campaña presidencial generándose situaciones de contradicción en las iniciativas políticas y su línea argumental.

La campaña de Lacalle, entonces, estuvo, desde el principio, marcada por una sucesión de errores cometidos por las declaraciones de su propio candidato que fueron aprovechadas por el partido de gobierno amplificándolas adecuadamente. Además, el candidato nacionalista sufrió una lesión accidental en una rodilla que afectó severamente su movilidad y su situación de salud, puesto que esta lesión estuvo acompañada de dolores fuertes y persistentes.

Es posible identificar, al menos, cinco declaraciones desafortunadas de parte del candidato nacionalista.

La primera de ellas estuvo referida a los riesgos que supondría un triunfo de su adversario, en tal sentido señaló que él aconsejaría a los inversores extranjeros que “no inviertan en el país hasta saber el resultado de las elecciones”. Esta declaración fue utilizada por el partido de gobierno para acusar al candidato nacionalista de falta de lealtad hacia el país y subordinar la suerte y la prosperidad del país a su triunfo electoral.

En segundo lugar, Lacalle cuestionó el nivel del gasto público del Frente Amplio y anunció que en caso de ganar utilizaría “una motosierra para reducir el gasto público”. Esta declaración fue aprovechada nuevamente por el partido de gobierno para alertar a la ciudadanía sobre el regreso de un gobierno de orientación neoliberal que eliminaría las políticas sociales dirigidas a los sectores de menores recursos.

Luego, el candidato del Partido Nacional se expresó, en dos oportunidades sucesivas, de manera irrespetuosa hacia los sectores de la sociedad que reciben subsidios del Estado. Señaló que construiría baños en los asentamientos irregulares para que sus habitantes se higienizaran, y luego calificó de “atorrantes” (término del lunfardo rioplatense para calificar de haraganes o perezosos) a los ciudadanos que reciben subsidios públicos.

Finalmente, también tuvo una referencia despreciativa hacia el domicilio del candidato del partido de gobierno, señalando que Mujica vivía en un “sucucho” (termino peyorativo equivalente a una cueva).

Cada una de estas declaraciones fue aprovechada y amplificadas por la campaña del candidato oficialista, afectando severamente la imagen del candidato nacionalista.

Desde la campaña de Lacalle se buscó contragolpear subrayando las debilidades ya indicadas que mostraba Mujica, pero esta estrategia no tuvo el mismo impacto que los cuestionamientos señalados sobre sus propias declaraciones.

El candidato nacionalista reclamó la realización de un debate con su contendiente. Esta era una estrategia correcta, por cuanto la comparación entre ambos candidatos discutiendo sobre cuestiones específicas de políticas públicas era un escenario favorable al candidato desafiante. Justamente por eso la respuesta desde la campaña de Mujica fue reiteradamente negativa. A su vez, el candidato nacionalista rechazó la posibilidad de debatir con los otros candidatos opositores, lo que deslegitimó su reclamo de debate con el candidato del gobierno.

Lo cierto es que los errores cometidos por Lacalle transformaron el sentido de la campaña electoral, volcando a este candidato hacia una actitud defensiva que, permanentemente, debía explicar o justificar las declaraciones de su candidato. Por otra parte, las referencias continuas desde el Frente Amplio a las acusaciones pasadas sobre corrupción en la gestión del gobierno de Lacalle aumentaron el posicionamiento a la defensiva.

En forma paralela, esta situación afectó su capacidad para defender el voto en la frontera compartida con el Partido Colorado. En efecto, la concentración de los esfuerzos en la disputa con el Frente Amplio acompañado de los errores señalados, favorecieron la capacidad de recuperación electoral del candidato colorado.

En el tramo final de la campaña, la candidatura nacionalista dejó de disputar el triunfo y concentró sus esfuerzos en reclamar al electorado que no otorgara el triunfo al Frente Amplio en la primera vuelta electoral, reconociendo de ese modo sus dificultades para crecer electoralmente.

## **ii. La campaña de Pedro Bordaberry: “La vuelta a casa”**

La campaña del candidato colorado se dirigió a la recuperación de su electorado histórico mediante la apelación de “la vuelta a casa”. En efecto, el diagnóstico político indicaba que el Partido Colorado debía lograr una recuperación electoral, sabiendo que resultaba muy difícil que este partido, que en la elección anterior se había reducido al 10% de los votos, pudiera disputar efectivamente la elección nacional.

En este sentido, la estrategia electoral de la campaña de Pedro Bordaberry estuvo dirigida a disputar el voto con el Partido Nacional frente al que había perdido una parte de sus votantes históricos en la elección anterior.

Para concretar esta recuperación resultaba indispensable que el candidato colorado representara, sin titubeos, la renovación de su partido y ello implicaba marcar con fuerza la ruptura con su pasado inmediato; destacando que su sector, “Vamos, Uruguay”, era una fracción nueva que estaba desvinculada de los sectores identificados con las gestiones de gobierno anteriores.

En segundo lugar, la campaña de Bordaberry buscó neutralizar sus propios flancos débiles. Para ello se encaró con franqueza, adelantándose a las críticas relacionadas con la trayectoria de su padre, señalando la necesidad de que se lo juzgara por su propia gestión.

La renovación colorada llevó a que se eligiera como compañero de fórmula a una figura totalmente ajena a la actividad política. En efecto, a diferencia de los otros dos partidos que completaron la fórmula presidencial incorporando al líder del sector que perdió la interna, en el caso del Partido Colorado esta decisión podría haber significado una señal contradictoria con la imagen de profunda renovación que se pretendía presentar.

Es así que Bordaberry eligió de compañero de fórmula a un famoso y exitoso ex jugador de fútbol, Hugo De León, que había manifestado una actividad de apoyo al Partido Colorado procurando su recuperación, pero que no poseía ningún antecedente político.

La campaña del candidato colorado se propuso construir una imagen constructiva, buscando el diálogo y posicionándose en el centro del espectro político. El discurso constructivo generaba un fuerte contraste positivo con la postura de los dos candidatos mayoritarios que acentuaban sus diferencias políticas. Esta postura positiva estuvo acompañada de una campaña publicitaria moderna, simpática y descontracturada.

El objetivo principal se dirigió a recuperar el voto de los electores históricos del Partido Colorado que en 2004 se habían dirigido a votar a su tradicional adversario. Para ello, además, buscó competir con el candidato nacionalista para convertirse en la alternativa al Frente Amplio. Sin embargo, a diferencia de Lacalle, Bordaberry optó por un planteo de crítica constructiva y moderada hacia el partido de gobierno y su candidato.

La campaña electoral de Bordaberry no registró errores propios significativos y se destacó por su profesionalismo. Esta candidatura, además, se benefició del hecho de que, por diferentes motivos, no fue exigido por sus adversarios.

El Frente Amplio no cuestionó ni atacó al candidato colorado porque su preocupación se concentraba en el cuestionamiento a Luis A. Lacalle; el Partido Nacional no podía atacar a su

adversario tradicional porque iba necesitar su apoyo para la segunda vuelta presidencial y el Partido Independiente también había optado por un perfil constructivo que contrastara con los dos candidatos mayoritarios, por lo que no podía contradecir esta consigna criticando en forma directa al candidato colorado.

#### **h. Los principales asuntos en la agenda de campaña**

La campaña del Frente Amplio se concentró, por un lado, en destacar los resultados positivos de la gestión saliente del gobierno de Tabaré Vázquez.

Por otro lado, el partido de gobierno puso el énfasis en la construcción de un modelo de desarrollo para los próximos tiempos; sobre la consolidación de los avances generados en el período de gobierno saliente, se postularon propuestas orientadas a generar un salto cualitativo en el próximo período.

Por su parte, el partido de gobierno reconoció las carencias existentes en materia de seguridad y su proceso de deterioro, señalando que era necesario desarrollar una política diferente.

Sobre el final de la campaña electoral, el candidato presidencial del partido de gobierno anunció una convocatoria multipartidaria para generar grupos de trabajo en ciertos temas centrales a los efectos de construir acuerdos para la fijación de políticas de Estado, estos temas fueron seguridad, educación, medio ambiente y energía.

Por su parte, desde la campaña del Partido Nacional se otorgó prioridad a la temática de la seguridad, reivindicando la importancia del ejercicio de la autoridad para poder dar respuesta a la crisis en este plano.

A su vez, el Partido Nacional proponía modificaciones en materia tributaria que aliviaran la carga generada por la reforma tributaria que instrumentó el partido de gobierno.

En tercer término, se reivindicó la construcción de un sistema de garantías para inversores y empresarios, buscando señalar las diferencias con las incertidumbres que generaba el candidato del gobierno contrastando con la experiencia y garantías del candidato nacionalista.

Finalmente, desde el Partido Colorado los énfasis temáticos coincidieron con los señalados por el Partido Nacional con respecto a la temática de la inseguridad y la necesidad de reducir el impacto de la carga tributaria.

A su vez, en consonancia con el perfil constructivo y de diálogo, el Partido Colorado destacó la importancia de generar acuerdos multipartidarios sobre los temas más relevantes.

El Partido Independiente, por su parte, incorporó con mayor énfasis los temas de carácter social, como la necesidad de reformar la educación y renovar las políticas sociales.

#### **i. La segunda vuelta presidencial**

Las encuestas preelectorales mostraron, durante la campaña electoral de la primera vuelta presidencial entre julio y octubre de 2009, una situación estable de la intención de voto al Frente Amplio, oscilando en torno al 45%, un proceso de reducción electoral sostenida de la intención de voto al Partido Nacional que partió del 38% y se situó al final de la campaña en el entorno del 30% y un correlativo proceso de crecimiento de los dos partidos menores, el Partido Colorado que pasó del 9 al 13% y el Partido Independiente del 1 al 3%.

**Cuadro Nº 11. Mediciones de encuestas preelectorales y resultados de las Elecciones nacionales de octubre 2009 en Uruguay**

<b>MESES</b>	<b>Frente Amplio</b>	<b>Partido Nacional</b>	<b>Partido Colorado</b>	<b>Partido Independiente</b>
<b>Julio</b>	45	38	9	1
<b>Agosto</b>	46	34	10	2
<b>Setiembre</b>	44	32	11	2
<b>Octubre</b>	46	29	13	3
<b>Resultados</b>	49,3	29,9	17,5	2,6

Fuente: Encuestas preelectorales de Equipos-Mori y Corte Electoral

Los resultados verificados en la elección de la primera vuelta presidencial determinaron que el Frente Amplio no alcanzara la mayoría requerida para triunfar en primera vuelta, aunque obtuvo la mayoría absoluta en ambas cámaras legislativas debido al sistema de asignación de bancas por cocientes decrecientes.

Por su parte, el Partido Nacional mantuvo el segundo lugar, aunque perdió alrededor de seis puntos porcentuales con respecto a su votación de 2004; mientras que el Partido Colorado creció significativamente del 10% al 17,5% y el Partido Independiente pasó del 1.9% al 2.6%.

De modo que la segunda vuelta presidencial, tal como era previsible, enfrentó a José Mujica, candidato del partido de gobierno, con Luis A. Lacalle, candidato del Partido Nacional.

Sin embargo, esta instancia de segunda vuelta presidencial tuvo una característica original que la hizo particularmente diferente. El Frente Amplio había obtenido mayoría parlamentaria en las dos cámaras, por lo que la principal línea argumental de este partido para la campaña en esta instancia consistió en reclamar el respaldo ciudadano para garantizar la gobernabilidad.

Por su parte, desde el Partido Nacional el argumento se concentró en señalar que, justamente, era necesario equilibrar la mayoría absoluta obtenida por el Frente Amplio, eligiendo un presidente de otro partido para evitar hegemonías mayoritarias y obligar a un gobierno de acuerdos multipartidarios.

En la misma noche en que se conocieron los resultados de las elecciones de primera vuelta, el candidato colorado anunció su apoyo al candidato del Partido Nacional, reafirmando el comportamiento de ambos partidos como un bloque político, tal como había ocurrido desde mediados de los años noventa. Sin embargo, el apoyo colorado no se tradujo en una actividad intensa, sino que más bien acompañó sin demasiado entusiasmo al candidato nacionalista.

Por su parte, el Partido Independiente ratificó su neutralidad, que había anunciado con anterioridad a los resultados de la primera vuelta, reafirmando su postura de independencia con respecto a los dos bloques políticos.

Los primeros sondeos realizados confirmaron una significativa distancia a favor del candidato gubernamental.

**Cuadro Nº 12. Resultados de la 2ª Vuelta Presidencial en Uruguay. Noviembre 2009**

	<b>Frente Amplio José Mujica</b>	<b>Partido Nacional Luis A. Lacalle</b>	<b>Partido Colorado</b>	<b>Partido Independiente</b>
<b>Resultados 1ª Vuelta</b>	49,3	29,9	17,5	2,6
<b>Resultados 2ª Vuelta</b>	54,6	45,4		

Fuente: Corte Electoral

El Frente Amplio asumió esta segunda parte de la campaña electoral desde una postura de triunfo. En tal sentido, el candidato presidencial, José Mujica, ratificó su convocatoria a la formación de grupos multipartidarios para fijar políticas de Estado en cuatro temas valorados como principales, actuando como si ya fuera el presidente electo.

Por su parte, desde la campaña nacionalista se intentó buscar un cambio de las tendencias apostando a la búsqueda de algún episodio que permitiera generar un vuelco de la opinión pública mayoritaria.

Los hechos determinaron que ese episodio ocurriera, aunque el Partido Nacional no logró generar réditos electorales. En efecto, sorpresivamente una semana después de la primera vuelta electoral, se descubre un arsenal oculto en una casa de un barrio de Montevideo y un individuo desconocido y sin antecedentes penales, resiste “a sangre y fuego” la acción policial, matando a un policía y suicidándose antes de rendirse.

El episodio generó un fuerte impacto en la opinión pública y abrió cierta incertidumbre sobre el origen del armamento y la naturaleza de las actividades del individuo que resistió la operación policial. El pasado guerrillero del candidato gubernista y la ausencia de su autocritica podía abrir un espacio de incertidumbre.

Sin embargo, desde la campaña de Lacalle se manejó este episodio en forma burda y muy poco profesional. Se acusó directamente al candidato del gobierno y su grupo, el MLN, de estar implicados directamente en este episodio, señalando que ello demostraba que no se había renunciado a la vía armada como forma de impulsar los cambios.

El discurso elegido y el spot publicitario que se emitió con respecto a este tema asumieron un lenguaje anacrónico, con referencias propias de la época de la “guerra fría” y sin incorporar ninguna prueba sobre las acusaciones expresadas.

Obviamente, esta forma de instrumentar el ataque al candidato del gobierno sólo podía llegar a los sectores del electorado ubicados hacia la derecha del espectro ideológico, los que ya formaban parte de los respaldos electorales del candidato nacionalista. El sector decisivo del electorado, ubicado en el centro, no podía responder positivamente ante una apelación tan fuertemente “cargada” desde el punto de vista ideológico.

La campaña del candidato nacionalista cometió, además, un nuevo error al utilizar spots publicitarios televisivos muy profesionales e impactantes, pero que resultaron ser copias directas de una campaña electoral argentina reciente. Este hecho fue puesto de manifiesto por representantes de la campaña de José Mujica, afectando nuevamente al candidato opositor en su credibilidad.

Como es posible apreciar, el tramo final de la campaña mantuvo la misma característica que la etapa anterior, con un desempeño muy poco feliz por parte de la campaña del candidato opositor y una situación cómoda para la campaña del candidato del gobierno. Los resultados finales confirmarían las tendencias que las encuestas de opinión pública adelantaban, el candidato del gobierno obtendría una ventaja de casi diez puntos sobre su oponente, que no pudo sumar todos los votos que en la primera vuelta obtuvieron el Partido Nacional y el Partido Colorado.

## **5. Conclusiones**

Los resultados producidos en ambas campañas electorales que determinaron, en un caso la alternancia y en el otro la continuidad pueden ser explicados desde aspectos que tuvieron que ver directamente con las formas en que fueron ejecutadas y aprovechadas las ventajas o desventajas de los diferentes actores partidarios a lo largo de ambas campañas electorales.

Daremos cuenta en este punto de los principales aspectos de las campañas electorales que, a nuestro juicio, contribuyen a explicar los resultados diferentes.

### **a. Ciclos de gobierno y la apropiación de la idea del cambio**

Al comienzo de este artículo se indicaba que existían varios elementos comunes al comienzo de los procesos electorales ocurridos en Chile y Uruguay. La identidad ideológica de ambos gobiernos, los indicadores macroeconómicos, la fortaleza de los sistemas de partidos y la alta popularidad de los presidentes salientes.

Sin embargo, había un elemento de la situación política en el punto de partida que resultaba diferente; el momento del ciclo gubernamental de ambos países. En efecto, mientras que la Concertación Democrática chilena alcanzaba los veinte años de gestión y completaba cuatro períodos de gobierno ininterrumpidos, el Frente Amplio en Uruguay había llegado al gobierno apenas cinco años atrás y solo había completado un período en el gobierno.

De modo que, mientras la Concertación Democrática afrontaba un escenario de posible “desgaste” acentuado por la ausencia de una renovación generacional de sus principales dirigentes, el Frente Amplio apenas había cumplido su primera experiencia de gobierno y, aunque tampoco había renovado su equipo dirigente, aparecía todavía como una opción nueva frente al siglo y medio de gobiernos de los viejos partidos históricos.

Esta diferencia en las etapas de los ciclos de gobierno produjo un efecto en la definición de los discursos de campaña. En Uruguay los partidos desafiantes no podían apropiarse de la idea de “cambio” puesto que el cambio seguía estando representado por el Frente Amplio y, además, el candidato del gobierno representaba un cambio dentro de la continuidad, en la medida que no era el candidato propuesto por el presidente saliente.

Por el contrario, en Chile la posibilidad del cambio quedó en manos de los dos candidatos desafiantes principales, agudizado por la propia figura del candidato del gobierno que representaba de manera contundente la imagen de la continuidad de una generación que ya llevaba dos décadas en el gobierno y, por lo tanto, carecía completamente de componentes renovadores.

Las consignas centrales de las campañas de Sebastián Piñera y Marco Enríquez coincidieron en enfatizar la idea de cambio: “Bienvenido al cambio” y “Marco por ti, sigue el cambio”.

De modo que la diferencia en el momento del ciclo gubernamental produjo una diferencia sustancial en las posibilidades de los contenidos del discurso de los candidatos desafiantes. Mientras que en Chile esto permitió que los candidatos desafiantes incorporaran en su propuesta la idea de que representaban el cambio; en Uruguay la idea de cambio político siguió asociada al partido de gobierno.

#### **b. El manejo de las diferencias internas en los partidos gobernantes**

En ambos países los partidos de gobierno enfrentaron situaciones complejas con respecto a cómo resolver las respectivas candidaturas presidenciales. Tanto en la Concertación Democrática como en el Frente Amplio surgieron diferencias internas y se produjeron conflictos para la resolución de las candidaturas.

Sin embargo la forma en que se administraron y resolvieron esas diferencias también fue muy distinta en uno y otro caso.

En el caso del Frente Amplio la disputa por la candidatura presidencial supuso un desafío directo al candidato propuesto por el Presidente saliente; el candidato alternativo se impuso entre los activistas y luego ratificó su imposición en el voto popular de las Elecciones Internas.

La competencia interna no estuvo exenta de importantes niveles de enfrentamiento entre ambos candidatos, pero una vez terminadas las elecciones internas el candidato triunfante logró sumar en la fórmula presidencial al candidato derrotado y, además, lo convirtió, en el transcurso de la campaña electoral, en un referente principal de la propuesta electoral, excediendo nítidamente el papel que tradicionalmente poseen los candidatos vicepresidenciales.

El Frente Amplio manejó su disputa interna sin rupturas y recompuso rápidamente las relaciones políticas internas; por lo tanto en la campaña electoral nacional, el partido de gobierno exhibió una situación de unidad firme, más allá de algún episodio puntual.

En definitiva, el Frente Amplio fue capaz de sumar los aportes de sus diferentes sectores que priorizaron el objetivo del triunfo por encima de las diferencias existentes.

En la Concertación Democrática el proceso de selección del candidato también estuvo marcado por la expresión de diferencias políticas, pero a diferencia de Uruguay, en Chile estas diferencias fueron generando deserciones más o menos significativas.

Poco tiempo antes de las elecciones nacionales, se produjo el retiro de un sector de la Democracia Cristiana liderado por Adolfo Saldívar que, si bien no participó con su candidatura presidencial propia, sin embargo no acompañó a la Concertación Democrática. Este episodio es particularmente relevante porque se produce dentro del partido del candidato de la Concertación Democrática.

Posteriormente la forma en que se producen las renunciaciones sucesivas de Ricardo Lagos y José Miguel Insulza agregó nuevos elementos de desánimo. En efecto, se trataba de dos figuras políticas de enorme trayectoria y relevancia dentro de los cuadros históricos de la Concertación, pero lo más trascendente es que sus respectivos retiros expresaron, de diferentes formas, molestias por la falta de apoyo que recibieron sus eventuales postulaciones. Las dos renunciaciones produjeron sensación de malestar sobre la situación interna de la Concertación Democrática.

Pero el elemento de mayor trascendencia fue la ruptura de Marco Enríquez Ominami que ya comenzado el año electoral decidió disputar la elección presidencial desde fuera de la Concertación Democrática, fundando su decisión en la falta de espacio político interno para la renovación.

Frente a esta sucesión de hechos negativos, la conducción política de la Concertación Democrática no pudo o no supo manejar las diferencias. De este modo, la lógica de las escisiones o los apartamientos fueron dominantes y afectaron las posibilidades de acumulación política para el partido de gobierno.

A diferencia del caso del Frente Amplio, la Concertación Democrática no logró articular una estrategia que permitiera resolver las diferencias o sumar las perspectivas. Sin duda, el aspecto principal que produjo los mayores efectos negativos fue la incapacidad de incorporar convincentemente a las nuevas generaciones en la conducción o representación de la fuerza política de gobierno.

### **c. Las diferencias en los desempeños de campaña de los candidatos gubernistas**

En el punto de partida de las campañas presidenciales, con respecto a las imágenes de los candidatos gubernistas las ventajas aparecían claramente a favor del candidato chileno.

Eduardo Frei era un candidato ubicado políticamente más al centro del espectro ideológico, poseía un vínculo directo y fluído con la gestión del gobierno saliente y habiendo sido un ex presidente mostraba una imagen claramente identificable con un presidenciable.

En un régimen de elección presidencial en segunda vuelta, el posicionamiento ideológico de un candidato hacia el centro es, a priori, una ventaja electoral, en la medida que el resultado final depende sustancialmente del peso electoral de los votantes que se ubican en posiciones más moderadas.

Por su parte, José Mujica aparecía ubicado en uno de los extremos ideológicos, su candidatura le había sido impuesta al gobierno saliente y su imagen no respondía a un modelo presidencial.

La campaña presidencial de José Mujica asumió esas debilidades y trabajó intensamente para compensarlas.

La incorporación de Danilo Astori como integrante de la fórmula presidencial y el creciente papel político que asumió durante el desarrollo de la campaña electoral permitió un doble efecto, por un lado buscó reposicionar la propuesta hacia el centro del espectro político en la medida que representaba a los sectores moderados del partido de gobierno y, por otro lado, por su vinculación con el presidente saliente también permitió reconstruir la imagen de sintonía con el gobierno de su partido.

Pero, además, como se señaló antes, desde la campaña de Mujica se dedicaron esfuerzos específicos para compensar su falta de imagen presidencial incorporando cambios medidos y continuos que fueron resolviendo esta desventaja.

Desde el punto de vista de las características personales de los candidatos, Eduardo Frei presentaba una imagen fría, distante y lejana; mientras que Mujica poseía una ventaja muy fuerte por su imagen cálida, cercana y provista de una actitud horizontal en el trato con los ciudadanos.

Esta situación llevó a que en la campaña de Eduardo Frei se optara por mostrar poco al candidato, intentando compensar esta debilidad con una presencia más fuerte de Michelle Bachelet, que poseía los atributos de calidez y cercanía que le faltaban al candidato. Sin embargo, no parece haber sido posible neutralizar la imagen distante

Por el contrario, la campaña de José Mujica aprovechó esta ventaja y desarrolló una campaña de mucha exposición ciudadana y mediática, destacando su diálogo permanente con los votantes.

Ambos candidatos desarrollaron una campaña negativa con respecto a sus principales adversarios y, en los dos casos el centro de la crítica estuvo dirigido a la relación que cada uno de sus principales adversarios mantenía con el mundo de la empresa y el dinero.

Desde la campaña de Frei se destacó el hecho de que Sebastián Piñera fuera millonario, interesado en el lucro y se destacó el riesgo de que se retrocediera en las conquistas sociales. Desde la campaña de Mujica se cuestionó el gobierno pasado de Luis A. Lacalle al que se lo vinculó con hechos de corrupción y también se señaló el riesgo de que se desmontaran los programas sociales.

Pero quizás la principal diferencia en la situación de las campañas de los candidatos gubernistas es que, mientras que José Mujica recibió la oposición desde un solo lado del espectro político, Eduardo Frei debió enfrentar oposiciones bilaterales, puesto que mientras que Piñera lo cuestionaba desde la derecha, Marco Enríquez hacía oposición desde la necesidad de renovación desde la izquierda.

Ambos candidatos se concentraron en su principal adversario. Eduardo Frei dirigió su estrategia hacia Sebastián Piñera e ignoró a Marco Enríquez; mientras que José Mujica concentró su campaña en cuestionar a Luis A. Lacalle e ignoró a Pedro Bordaberry.

Sin embargo, mientras que ignorar a Bordaberry no representaba ningún riesgo para Mujica, en la medida que la preocupación principal de la campaña de Bordaberry consistía en competir con Lacalle para recuperar el electorado perdido en la elección anterior; en el caso chileno, la ignorancia o subestimación desde la campaña de Eduardo Frei hacia Marco Enríquez implicó desatender su frontera electoral izquierda. Las referencias a Marco Enríquez fueron dirigidas a su descalificación por su falta de experiencia o su superficialidad. Los resultados electorales parecen confirmar el error de esa opción.

En síntesis, el desempeño de campaña de los dos candidatos gubernistas muestra algunas diferencias a favor del candidato del Frente Amplio, que aprovechó mejor sus oportunidades y neutralizó mejor sus carencias.

#### **d. Las diferencias en los desempeños de campaña de los candidatos desafiantes**

Mientras que el desempeño de campaña del candidato desafiante en Chile fue básicamente acertado, la campaña de Luis A. Lacalle en Uruguay estuvo marcada por sucesivos y variados errores.

Sebastián Piñera ingresó a la campaña electoral habiendo consolidado su frente interno unificando a todos los partidos de derecha detrás de su candidatura. Luis A. Lacalle logró la unidad de su partido en torno a su candidatura, pero el candidato colorado desarrolló su propia estrategia que, además, tenía como uno de sus objetivos lograr recuperar votantes de ese partido que habían votado al Partido Nacional en la elección anterior.

De modo que, mientras Piñera tenía resuelto su “frente interno”, en la medida que la candidatura de Marco Enríquez no amenazaba su espacio político, la candidatura de Luis A.

Lacalle debió enfrentar la competencia desde el otro partido de oposición, con el problema adicional, ya señalado, de que las posibilidades de la campaña de Lacalle para enfrentar a Bordaberry estaban limitadas en la medida que necesitaría de su apoyo en la segunda vuelta electoral.

Ambos candidatos opositores presentaban flancos similares. En el caso de Piñera por su carácter de empresario multimillonario, al que se acusó incluso de haber mantenido vínculos opacos entre sus negocios y ciertas decisiones políticas como legislador en el pasado; así como por los eventuales riesgos que representaba de echar atrás ciertas mejoras en el plano de las políticas sociales y el combate a la pobreza. En el caso de Lacalle, también se cuestionaba la vinculación de su gestión de gobierno anterior con ciertos casos de corrupción y el riesgo de desmontar las políticas sociales instrumentadas por el Frente Amplio.

Piñera buscó neutralizar estas acusaciones mediante compromisos públicos de que, en caso de ser elegido presidente, se desprendería de las empresas que poseía. Lacalle evitó referirse a las acusaciones relacionadas con su gestión anterior y no respondió a los “tiros por elevación” que disparaban desde la campaña de Mujica.

Pero, quizás, la mayor diferencia en la estrategia de respuesta a las acusaciones, se produjo con respecto al riesgo del retroceso social. Piñera asumió un discurso intenso de defensa de los sectores medios, reivindicando la importancia de su fortalecimiento en un proceso de mejora social y señalando que la Concertación Democrática no había atendido debidamente a esos sectores de la sociedad, provocando un contraataque que la Concertación tuvo que atender debidamente.

Mientras que Lacalle cometió sucesivos errores, debidamente destacados por la campaña de Mujica, al referirse en forma peyorativa a los sectores sociales que eran objeto de las políticas sociales del gobierno del Frente Amplio, calificándolos de perezosos y faltos de iniciativa.

Las diferencias en el desempeño de ambos candidatos con respecto a las críticas recibidas desde las campañas de los candidatos gubernistas son muy evidentes a favor del candidato chileno.

Las imágenes construidas en torno a las características personales de los principales candidatos opositores mostraron diferencias significativas, aunque no supusieron ventajas específicas para alguno de ellos. En ambos casos se destacaron sus aristas más favorables que, por otra parte, contrastaban con las debilidades de sus respectivos adversarios.

La campaña de Piñera mostró un candidato dinámico, simpático, moderno y ganador; ratificando y acentuando una línea de campaña que había funcionado muy bien en 2005. Piñera permitía desarrollar esta imagen por su aspecto atlético y juvenil.

Lacalle, por su parte, exhibió una imagen madura, reposada, con profundo conocimiento del país y de sus necesidades, enfatizando en su experiencia gubernamental y su trayectoria como ex gobernante.

En los posicionamientos político-ideológicos vuelven a encontrarse diferencias favorables al desempeño del candidato desafiante chileno. Piñera exhibió buena capacidad de llegada hacia

los votantes de centro; su origen familiar vinculado a la Democracia Cristiana y su distancia nítida con respecto al gobierno de Pinochet, permitió al candidato opositor chileno disputar con posibilidades el apoyo del electorado de centro.

Mientras tanto, Lacalle, identificado con el "ala derecha" de su propio partido, presentaba más dificultades para obtener el crédito del electorado de centro; aunque, igual que Mujica, promovió la figura de su contendiente interno (ubicado en el centro del espectro ideológico) Jorge Larrañaga como su candidato vicepresidencial, no le dio el mismo protagonismo que su adversario le otorgó a Astori. Por otra parte, su búsqueda de identificación con el gobierno saliente, aprovechando su buena relación con el presidente Vázquez, no resultaba demasiado creíble.

Finalmente, también en materia de cambio y renovación el saldo resultó muy favorable para Piñera, este logró construir una propuesta de cambio y renovación sin atacar al gobierno saliente; mientras que Lacalle podía ofrecer experiencia pero no renovación en la medida que su figura estaba fuertemente identificada con los principales exponentes políticos del viejo sistema que había sido sustituido cinco años antes.

En definitiva, el análisis de los respectivos desempeños de campaña de los candidatos desafiantes arroja un saldo notoriamente favorable a Piñera.

#### **e. Las diferencias en los desempeños de campaña de la segunda vuelta presidencial**

El análisis de las campañas de segunda vuelta presidencial muestra un sugestivo cambio de posiciones entre los candidatos que disputaron la Presidencia en uno y otro caso.

En efecto, demostrando la autonomía que poseen las campañas electorales, es posible establecer significativos paralelismos entre las posturas y actitudes de los candidatos ganadores en la primera vuelta en ambos países y similares paralelismos entre los candidatos que ocuparon la segunda posición en ambos países.

En las campañas de segunda vuelta, los resultados electorales obtenidos en la primera vuelta se convierten en la principal referencia para guiar las estrategias de campaña en segunda vuelta, dejando en segundo plano la posición política de los respectivos candidatos como gubernistas o desafiantes.

En efecto, las acciones de campaña desarrolladas por Mujica en Uruguay y Piñera en Chile se vuelven coincidentes y muy similares; mientras que las líneas de acción desarrolladas por Frei en Chile y Lacalle en Uruguay también se asemejan notoriamente.

El escenario de campaña electoral prevalece, entonces, en esta etapa sobre los posicionamientos políticos en términos de gobierno-oposición, demostrando la importancia de los efectos generados por los resultados electorales de primera vuelta. Mujica y Piñera ganadores de la primera vuelta presidencial asumen, en la segunda vuelta, estrategias muy similares, aunque sus candidaturas representen (tanto desde el punto de vista político

ideológico, como desde el punto de vista de su posición gobierno-oposición) situaciones totalmente diferentes.

Las campañas de Mujica y de Piñera actuaron en esta etapa consolidando sus posiciones de ganadores y asumiendo que serían los futuros gobiernos en sus respectivos países, por lo que impulsaron iniciativas que destacaban la unidad nacional y adelantaban sus respectivos papeles presidenciales.

Piñera eligió, como línea argumental, la convocatoria a la unidad de los chilenos más allá de sus diferencias políticas, buscando un apoyo más universal; Mujica, por su parte, reiteró su convocatoria a todos los partidos para establecer acuerdos de Estado en cuatro temas relevantes y reivindicó la obtención de la mayoría parlamentaria como una señal definitiva de su triunfo.

Por su parte, los candidatos perdidosos de la primera vuelta presidencial recibieron apoyos tibios de parte de quienes ocuparon el tercer lugar. Eduardo Frei recibió el apoyo tardío y poco entusiasta de Marco Enríquez; mientras que Luis A. Lacalle recibió el apoyo inmediato pero también poco intenso de Pedro Bordaberry y su partido.

En ambos casos, la traslación de votos en la segunda vuelta no fue completa, en la medida que los votos obtenidos por Frei en segunda vuelta fueron menos que la suma de los votos de los otros candidatos que lo apoyaron; y los votos alcanzados por Lacalle tampoco sumaron los votos obtenidos por este y Bordaberry en la primera vuelta.

Finalmente, ambos candidatos desarrollaron estrategias agresivas hacia los candidatos triunfadores de la primera vuelta buscando revertir la situación y provocar un impacto negativo sobre estos.

Frei profundizó su cuestionamiento a Piñera por su calidad de empresario y advirtiendo del riesgo de un presidente perteneciente al mundo de los negocios, mientras que Lacalle intentó golpear la chance de Mujica aludiendo a su pasado guerrillero y incorporando un lenguaje propio de los años “sesenta” .

Como se sabe, los resultados confirmaron los triunfos de primera vuelta que, en un caso supuso la alternancia, mientras que en el otro representó la continuidad del gobierno.

#### **f. En resumen: las campañas realmente importan**

Como se ha intentado demostrar a lo largo de este análisis, las campañas efectivamente poseen su propia dinámica y las decisiones que se toman a lo largo de estas poseen efectos e influencias que pueden ser decisivas para los resultados electorales que se verifican.

Los casos elegidos permiten justamente destacar los efectos específicos de las campañas electorales, en la medida que las similitudes existentes y la simultaneidad de ambos procesos aumentaban la posibilidad de realizar un estudio comparado sobre los impactos de las campañas electorales.

El análisis realizado con respecto a ambas campañas confirmó que estas efectivamente importan a la hora de definir los resultados. Esto no significa que no existan condicionantes de corte estructural relacionadas con las características de los partidos, la cultura política y la influencia de la legislación electoral; pero más allá de estas condicionantes existe un amplio campo de trabajo político en el que las decisiones que se toman en ese período crucial de la campaña electoral pueden generar diferencias sustanciales en los resultados finales.

La verificación de resultados diferentes en los dos casos estudiados y la incertidumbre cierta con respecto a esos resultados al comienzo de los tiempos de campaña aumentan aun más la significación de la importancia que las decisiones de campaña tuvieron sobre los desenlaces ocurridos.

## 6. Bibliografía y Fuentes

### a. Bibliografía

ALCANTARA, Manuel y

LUNA, Juan Pablo:

“Ideología y competencia partidaria en dos post-transiciones: Chile y Uruguay en perspectiva comparada” en Revista de Ciencia Política, Volumen 24, Nº 1. Santiago de Chile. 2004.

BUQUET, Daniel:

“Elecciones uruguayas 2004/2005: De la vieja oposición a la nueva mayoría” en “Las claves del cambio. Ciclo electoral y nuevo gobierno 2004/2005”. Ediciones de la Banda Oriental. Instituto de Ciencia Política. Montevideo. 2005.

CRESPO, Ismael (Director):

“Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto. Volumen I, II y III”. Tirant lo Blanch. Valencia. 2002.

DE ARMAS, Gustavo:

“Autopsia de los votantes: los efectos de la campaña en la decisión electoral” en “Las claves del cambio. Ciclo electoral y nuevo gobierno 2004/2005”. Ediciones de la Banda Oriental. Instituto de Ciencia Política. Montevideo. 2005.

DE ARMAS, Gustavo:

“Debilitamiento del efecto demográfico y consolidación de un nuevo sistema partidario: evidencia de las elecciones 2009 en Uruguay” en Revista Uruguaya de Ciencia Política, Nº 18. Ediciones Cauce. Instituto de Ciencia Política. Montevideo. 2009.

GONZALEZ, Luis Eduardo:

“Introducción: los partidos establecidos y los desafiantes” en Los partidos políticos uruguayos en tiempos de cambio.

Universidad Católica del Uruguay. Fundación de Cultura Universitaria. Montevideo. 1999.

GONZALEZ, Luis Eduardo y  
QUEIROLO, Rosario:

“Las Elecciones Nacionales del 2004: Posibles escenarios” en Elecciones 1999/2000. Ediciones de la Banda Oriental. Instituto de Ciencia Política. Montevideo. 2000.

GONZALEZ, Luis Eduardo:

“La estabilización del sistema de partidos uruguayo, 1999-2009” en “El voto en Uruguay 2009-2010”. Universidad Católica del Uruguay – Fundación Konrad Adenauer. Montevideo. 2010.

MIERES, Pablo:

“El voto en el Uruguay de fin de siglo”. Editorial Fin de Siglo. CLAEH. Montevideo. 1994.

ORTEGA, Eugenio:

“Los partidos políticos chilenos: cambio y estabilidad en el comportamiento electoral 1990-2000” en Revista de Ciencia Política, Volumen XXIII, Nº 2. Santiago de Chile. 2003.

PINTOS, Martín:

“La derrota. Los porqués del fracaso de Lacalle”. Editorial Fin de Siglo. Montevideo. 2010

SARTORI, Giovanni

“Partidos y sistemas de partidos” Alianza Editorial. Madrid. 1981.

TIRONI, Eugenio y  
AGÜERO, Felipe:

“¿Sobrevivirá el nuevo paisaje político chileno?” en Estudios Públicos Nº 74. 1999.

TIRONI, Eugenio:

“Radiografía de una derrota”. Ugbar. Santiago de Chile. 2010.

VALENZUELA, Samuel:

“Reflexiones sobre el presente y futuro del paisaje político chileno a la luz de su pasado” en Estudios Públicos Nº 75. 1999.

YAFFE, Jaime:

“Al centro y adentro. La renovación de la izquierda y el triunfo del Frente Amplio en Uruguay”. Linardi y Risso. Montevideo. 2005.

## **b. Fuentes**

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Franja Publicitaria de Eduardo Frei, Campaña Presidencial 2009-10

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Franja Publicitaria de Sebastián Piñera, Campaña Presidencial 2009-10

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Franja Publicitaria de Marco Enríquez Ominami, Campaña Presidencial 2009

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Propaganda de José Mujica Campaña Presidencial 2009

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Propaganda de Luis A. Lacalle Campaña Presidencial 2009

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Propaganda de Pedro Bordaberry Campaña Presidencial 2009

Corte Electoral del Uruguay

Resultados electorales

Equipos-Mori

Datos de Encuestas de Opinión Pública en Uruguay 2009

INE

Encuesta Continua de Hogares.

MIDEPLAN

Encuesta CASEN

Ministerio del Interior de Chile: Resultados electorales