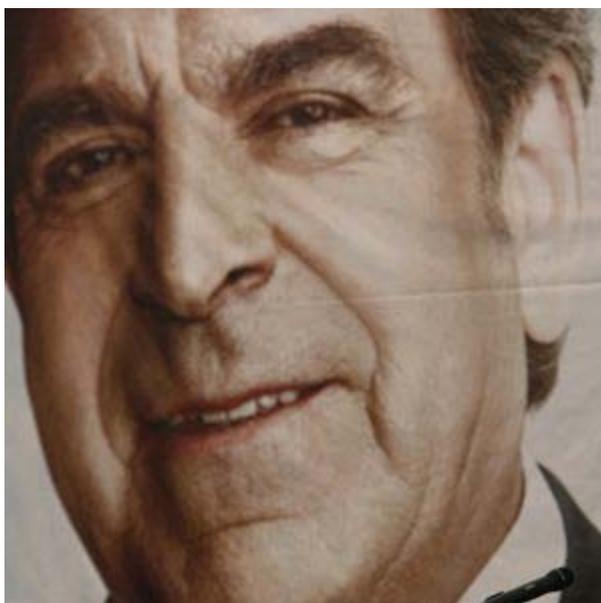


## Las razones de una derrota

Claudia Farfán M. y Ana María Sanhueza - Qué Pasa 19 12 2009

El 29,6% que logró Eduardo Frei en la primera vuelta es el peor resultado obtenido por la Concertación en una elección presidencial. Desde dentro del comando, se esbozan las causas del traspíe. La estrategia de esconder al candidato, la personalidad del senador, el factor ME-O, el desgaste concertacionista y los errores de una campaña sin generalísimo y con equipos divididos.



### Esconder al candidato

¿Quién modeló al Frei de la campaña? Una de las críticas desde dentro de las huestes oficialistas es que se maqueteó a un candidato sin opinión y distante. Ausente. La franja fue un ejemplo: apenas apareció en pantalla los primeros días.

¿Pablo Halpern o Eugenio Tironi? Muchos, dentro de la Concertación, culpan al primero. Ya existía el precedente de un Frei "blindado" ante la opinión pública cuando ejerció la Presidencia de la República. Y eso se lo atribuyen -algunos como virtud- a Halpern.

Otros dicen que fue Tironi quien "inventó" al Frei candidato 2009.

Existe una cita clave: el sábado 1 de agosto, el sociólogo reunió al grupo de profesionales a cargo de las comunicacionales de Frei. Sentados en su oficina de calle Rosario Norte, los profesionales vieron cómo Tironi desplegaba un Power Point que resumía la estrategia -la carta de navegación- de la campaña.

El análisis era particularmente duro con Frei. En esa reunión, además, se dio a conocer el eslogan que sobrevivió hasta gran parte de la primera vuelta: vamos a vivir mejor.

Buena parte de los pasos que dio Frei se sellaron ahí. Tironi concluía que los chilenos en esta contienda no esperaban a un virtuoso en La Moneda: "Van a elegir al menos malo, no al mejor, no votarán por alguien que despierte entusiasmo".

Respecto de los atributos personales de los presidenciales, argumentó que cualquier mención a ellos no hace más que generar escepticismo y rechazo. Por ende, mejor evitarlos. Y que tampoco la gente quería relatos grandilocuentes o gestas épicas: "Rechazan las grandes promesas y que les digan que su vida será un paraíso. Las expectativas están puestas en cosas concretas, no en grandes proyectos".

Frei no estuvo presente en la reunión. Quizá no hubiese sido de su agrado escuchar la percepción que la población, según el informe de Tironi, tenía sobre su persona.

¿Cómo ven a Frei?, decía la lámina del Power Point.

-Del pasado: del Chile que ya no es.

-Sin un relato: No se le encuentra sentido al por qué quiere ser Presidente.

-Sin recuerdos: Amnesia respecto a qué hizo su gobierno (y el tenue recuerdo es más bien negativo).

-Solo: ni la Concertación, ni su partido, ni su comando lo acompañan.

-Su principal atributo: No es Piñera.

Tironi concluía en su presentación que la adhesión al candidato era "estrictamente negativa".

¿Cómo definen a Frei sus asesores? Diferencian entre el Frei íntimo y el Frei político. El primero suele ser llano, amable y hasta simpático. El segundo, se mostraba "distante y ausente".

Este análisis, para algunos miembros del comando, explica la estrategia de exponer poco a Frei, de sacarlo del foro público y de dosificar sus intervenciones en los medios, lo que lo habría terminado perjudicando, cuestión que se reflejaría en su baja en la valoración de atributos en la encuesta CEP. Y eso se lo atribuyen a Tironi, no a Halpern. Según esta versión, este último sólo habría visado el camino elegido por el primero. Según fuentes cercanas al sociólogo, él no intentó ocultar a Frei, sino que no darle un "carácter mesiánico al candidato. Un Frei solitario no hubiese despegado".

Las divergencias con la campaña y con la imagen que se quería proyectar del candidato provocaron la salida del comando del publicista argentino Martín Vinacur, quien había trabajado en 2005 en la franja de Michelle Bachelet. Según fuentes del equipo, Vinacur postuló todo lo contrario: que a Frei había que mostrarlo, no esconderlo, sacarlo al frente, hacerlo interesante, que fuera opinante.

## **La personalidad de Frei**

Más allá de la imagen que se proyectó de Frei, su personalidad es un tema. "Ojalá Eduardo Frei fuera igual en público que en privado". La respuesta la dio sin titubear el encargado del

programa económico de la campaña, Óscar Landerretche, cuando le preguntaron, a principios de año, en un foro político de Giro País, sobre qué le cambiaría a su candidato.

¿Cómo definen a Frei sus asesores? Diferencian entre el Frei íntimo y el Frei político. El primero suele ser llano, amable y hasta simpático. "En confianza, Frei es coloquial, se fuma un cigarro mientras conversa y habla de todo tipo de temas", dice un ex asesor del PS. El segundo, se mostraba "distante y ausente".

Esto influyó, según afirman en el comando, en la inmovilidad en que cayó su candidatura. En un principio, su actitud incidió en que el trabajo territorial estuviese prácticamente estancado durante los tres meses de campaña -abril, mayo y junio-, con el consiguiente daño que esto provocó para la organización estratégica de una campaña.

Pese a que se le pidió insistentemente que nombrara a una figura política de peso para reemplazar a Jorge Burgos, quien debía abocarse a su reelección como diputado, Frei no se pronunció al respecto sino hasta agosto, cuando visó la llegada del senador Jorge Pizarro como encargado territorial. "Sólo entonces se echó a andar verdaderamente la campaña", dice un asesor del candidato.



Otro problema fue su indefinición frente a temas conflictivos. Ésta es una lectura que algunos de sus asesores hacen hoy a la luz de la pasividad que él evidenció ante el desorden y pugnas que había en su comando y que terminaron por filtrarse a la prensa.

Según varios miembros de su comando, Frei mantuvo una actitud más de ex Presidente de la República que de candidato en buena parte de la campaña.

"A nosotros nos hubiera gustado verlo con un megáfono en la mano y no como un estadista", cuenta un ex colaborador, quien responsabiliza más a su entorno que al senador de esa lejanía. "Su equipo estaba siempre preocupado de que no se fuera a equivocar, o de que alguien lo incomodara en la calle. Así era imposible que se instalara un verdadero diálogo con la gente", explica.

Frei, para algunos de sus asesores, tendió a aislarse. Sólo a unos pocos les permitía tener línea directa con él. Medio en broma y medio en serio, quienes trabajan con el parlamentario aseguran que la cercanía con el candidato "depende de si te contesta o no el teléfono". Cuando no, significaba "estar congelado".

Esto repercutió en la moral del equipo. "Pese a que tiene opinión no la explicita. Entonces, la gente que trabaja con él se pierde y se siente muy insegura", asegura un colaborador.

## **El factor ME-O y una coalición desgastada**

Abril fue un mes complicado para Frei. A pesar de haber vencido en las elecciones primarias, los roces que hubo con su férreo contendor, el senador radical José Antonio Gómez, contaminaron su imagen, luego de ser proclamado en un clima de tensión. En la retina del país quedó grabado el pugilato del presidente del PS, Camilo Escalona, con Gómez en el escenario del triunfo.

Sin embargo, fue otro impasse del timonel socialista el que a la larga le trajo las más graves consecuencias para su aspiración a La Moneda. Según coinciden varios análisis, la actitud autoritaria y descalificatoria que tuvo Escalona hacia la candidatura de Marco Enríquez Ominami -"Marquito"- terminó por convertirse en uno de los mayores errores de la campaña oficialista. En opinión de un colaborador de Frei, "la actitud del senador PS influyó en el menosprecio y posterior beligerancia que adoptó el candidato DC frente a la opción de ME-O".

El desconcierto que produjo la campaña de ME-O refleja, para muchos, la mala performance de la dirigencia concertacionista a la hora de calibrar el peso del joven diputado ex PS. "Fatiga de materiales", explica un dirigente oficialista. A Frei le tocó una coalición desgastada. Incluso, con acusaciones mutuas de "querer dejar perder al candidato" para rearmarse desde la oposición, con nuevos bríos y liderazgo. A mediados de año, no eran pocos los dirigentes oficialistas que daban por perdida la elección, sin denotar mayor amargura.

"Frei corría solo. Y eso hay que valorárselo", dice un concertacionista.

## **La falta de un generalísimo**

Aunque todo parecía estar preparado para el primer acto público de la campaña en Santiago, de pronto en el comando se dieron cuenta de que faltaba algo fundamental: recursos. Ante la urgencia del evento y la falta de fondos, no le quedó otra alternativa al entonces jefe territorial de Frei, el diputado Jorge Burgos, que desembolsar 500 mil pesos de su cuenta corriente para costear parte de los gastos.

Era una incipiente señal que, a diferencia de otras campañas presidenciales de la Concertación, en esta oportunidad el factor económico se transformaría en un problema mayor. Los recaudadores del oficialismo -como Jorge Rosenbluth- no habían logrado entusiasmar a sus financistas históricos. "Muchos mostraron ahora una predilección por Sebastián Piñera", asegura un alto dirigente del comando de Frei.

Es en ese momento, cuando el candidato comete el error de no designar a un generalísimo de la campaña, uno de los desaciertos más graves, según coinciden en el entorno del senador.

"Nunca en una candidatura no había habido jefe de campaña. Es una equivocación que se repara recién ahora, con Carolina Tohá", explican.

Frei no quiso estar supeditado a ningún modelo que le recordara a su antiguo círculo de hierro, formado por los ex ministros Edmundo Pérez Yoma, Raúl Troncoso, Carlos Figueroa y Genaro Arriagada. Un amigo del candidato dice que nunca les ha perdonado lo que él consideró una traición cuando ellos mostraron no ser partidarios de su reelección en el 2004 y se cansó de que otros decidieran por él.

La ausencia de un generalísimo derivó en que al no existir un jefe de campaña, "las ideas nadie las implementaba, las decisiones se diluían y finalmente no se sabía quién tenía el mando, lo que terminó en un desorden permanente", explican cercanos a la campaña. Las finanzas estaban en desorden, nadie zanjaba y los pocos que trataban de ocupar el espacio, morían en el intento.

## **El peso de Halpern y un comando dividido**

En el modelo que tenía Frei en su mente encajaba muy bien el ingreso de un antiguo e incondicional colaborador que no pertenecía al mundo político: Pablo Halpern. Aunque el asesor llegó a ocupar, en marzo, la dirección de comunicaciones de la campaña, en los hechos se transformó en un consejero tan poderoso que dividió al comando presidencial en dos grupos. Uno estaba liderado por él y el otro por el rostro más joven de la campaña, Sebastián Bowen (28). Entre ambos bandos no había comunicación alguna. Derechamente, no se hablaban.

Tal fue la molestia de Bowen que en una entrevista de Qué Pasa dijo: "No comparto el estilo de Halpern". Se refería al sello confrontacional y autoritario que muchos allí resintieron. La única aliada de Halpern fue la ex vocera y actual jefa de programación, Paula Narváez.

A tanto llegaron las disputas internas del comando, y que se filtraban a la prensa, que en una reunión con sus más estrechos asesores, el propio candidato comentó: "No entiendo este afán de pegarse balazos en los pies". Y agregó: "Éste es el momento de salir a mostrar nuestras ideas programáticas".

Hacia el final, esos comentarios estaban lejos del Frei de comienzos de campaña, cuando entusiasmado con la llegada de las nuevas generaciones a su círculo, les decía: "Tómense el comando. No me pregunten. Prefiero que me den explicaciones después, pero no me pidan permiso".

Para algunos, Halpern se ha convertido, injustamente, en el chivo expiatorio de una derrota y cuya estrategia de renovación no tuvo sustento político. Para otros, él fue responsable del clima hostil dentro del comando, que repercutió en la gestión de la campaña. También le atribuyen haber promovido la estrategia confrontacional, que mostró a un Frei más agresivo que propositivo. Crítica que Juan Pablo Hermosilla, una de las cabezas de Océanos Azules, expuso en Qué Pasa, la que provocó un remezón dentro del comando.

"Cuando partió la campaña, Frei era impresionante. Un hombre cercano, que nos hacía reír. Estaba muy prendido, con liderazgo, poniendo todos los temas progresistas en la agenda y moviendo a una masa muy importante de gente", recuerda un cercano al grupo.

Sin embargo, tras la llegada de Halpern al comando, Océanos Azules perdió la sintonía que había logrado con el ex presidente, pues el estratega comunicacional le hizo ver el riesgo que

significaba un grupo con el nivel de protagonismo y autonomía que éste alcanzó en la campaña.

A tanto llegaron las disputas internas del comando, y que se filtraban a la prensa, que en una reunión con sus más estrechos asesores, el propio candidato comentó: "No entiendo este afán de pegarse balazos en los pies".

Las divisiones dentro del comando influyeron en las variadas estrategias que terminaron confundiendo los mensajes que se quería enviar a los electores. Por ejemplo, la idea de que Frei fuera un puente entre generaciones. Así se explica la llegada de Bowen. Sin embargo, el ex director de Un Techo para Chile, también cayó en desgracia.

Fue un balde de agua fría para él. Como fue para todos los rostros más jóvenes de la campaña los últimos días de octubre. El joven había captado ciertos movimientos extraños, sin embargo, sólo supo de qué se trataba una vez que los hechos estaban consumados. Entonces, conversó con el senador Eduardo Frei, quien le informó del ingreso del bacheletismo a la sede de Bilbao. Motivado por su dificultad para despegar en las encuestas, el senador sumó a su equipo a la madre de la presidenta, Angela Jeria, y a la ex ministra del Sernam, Laura Albornoz, lo que significaba en la práctica que el ex director de "Un Techo Para Chile" ya no estaría oficialmente en la primera línea.

La decisión del senador, amparada en la necesidad de captar la popularidad de la mandataria, fue un golpe duro no sólo para el propio Bowen, sino también para quienes representaban el cambio generacional. De hecho, este grupo se quería potenciar y con ese propósito pocos días antes del golpe de timón se reunieron a comer en la casa del diputado PS Marcelo Díaz.

Pero las buenas intenciones duraron hasta que el bacheletismo aterrizó en el comando. Hoy, se reconoce que el diseño no dio los resultados esperados. A juicio de un asesor de la campaña, "el error fue montar un equipo con rostros jóvenes que no tuvo un poder real. Era gente que se movía sin un campo de acción ni la autonomía necesaria".

Fueron los primeros en ser relegados. Pero no los únicos. También corrió igual suerte el propio Halpern, quien debió dar un paso al lado para la segunda vuelta, dado el escueto 29% que obtuvieron en las elecciones.

Fue un golpe muy duro, porque en el comando apostaban obtener un 33%. Dos semanas antes de la elección, el ex presidente decía a su círculo cercano que estaba confiado en que "Chile no es un país de derecha" y que en primera vuelta obtendría "más de un 30%" de apoyo en los comicios presidenciales. Sin embargo, hoy ese análisis está en revisión, según dicen en el comando. Al igual que los otros errores de la campaña. Ahora Frei descansa en su nueva generalísima, Carolina Tohá, y en rostros ligados a los partidos políticos y a la Concertación, de todo lo que renegó en un comienzo.

-----



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios "Miguel Enríquez", CEME: <http://www.archivochile.com> (Además: <http://www.archivochile.cl> y <http://www.archivochile.org> ). Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.) Envía a: [archivochileceme@yahoo.com](mailto:archivochileceme@yahoo.com) y [ceme@archivochile.com](mailto:ceme@archivochile.com)

**NOTA:** El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile y secundariamente de América Latina. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores, a quienes agradecemos poder publicar su trabajo. Deseamos que los contenidos y datos de documentos o autores, se presenten de la manera más correcta posible. Por ello, si detectas algún error en la información que facilitamos, no dudes en hacernos llegar tu [sugerencia / errata](#)..