

OPINIÓN

LA PARADOJA DE LA MAYORÍA ELECTORAL ¿Dónde está el Centro?

Mark Klugmann*

Tradicionalmente el debate político en nuestro país se ha dado en términos del eje Izquierda-Derecha. En este contexto, los distintos movimientos políticos han buscado establecerse en el "Centro" de este eje como una forma de maximizar su apoyo político. Sin embargo, según el autor, la evidencia indicaría que al menos un tercio de los votantes no se define en esos términos y, por otra parte, aquellos que sí lo hacen emplean los términos "Derecha" e "Izquierda" de una manera distinta a como se han históricamente entendido.

Se plantea, entonces, que si se quiere modelar una descripción más exacta de la realidad política chilena, es preciso incorporar nuevas dimensiones al análisis político-electoral.

Este análisis multidimensional, en el cual el eje Izquierda-Derecha es una más de las diversas dimensiones presentes en el escenario político chileno, permitiría descubrir de mejor manera el "Centro", lo que a su vez contribuirá a elaborar las estrategias electorales más adecuadas. Estas, como consecuencia de la incorporación de las nuevas dimensiones, podrían diferir sustancialmente de las que actualmente desarrollan los distintos partidos políticos.

*Analista político. Ex *speechwriter* de los presidentes norteamericanos Ronald Reagan y George Bush.

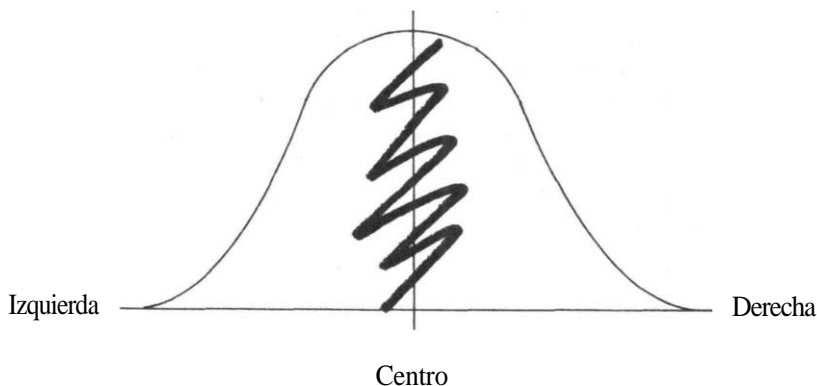
El más básico de los axiomas electorales señala que para poder obtener una mayoría de un 51 por ciento es preciso ganar el Centro. Esta noción es tan obvia que hasta puede parecer banal.

Sin embargo, pocas son las reuniones políticas en que alguien, golpeando la mesa, no exclame: "si queremos triunfar, debemos ganar el Centro", como si este punto, esencialmente matemático, necesitara discutirse seriamente —cosa que suele hacerse, por lo demás—. (Tal vez a esto se deba que las reuniones políticas sean habitualmente una pérdida de tiempo.)

Pero hoy en día algunos políticos chilenos, blandiendo curvas estadísticas acampanadas que van de la Izquierda a la Derecha, sostienen como esencial en su estrategia la idea de ganar el Centro desplazándose hacia el medio. ¿Funcionará? Parece una idea simple y razonable. Pero, al igual que muchas cosas aparentemente simples, su sencillez es engañosa. De hecho, valga lo siguiente como observación general: la principal fuente individual de errores en estrategia política estriba en aplicar mal este principio.

En términos de estrategia política la pregunta más importante y más difícil no es "¿estamos procurando ganar el Centro?", sino "¿dónde está el Centro?". El generalizado falso concepto de que el Centro está en el medio es más bien un error geométrico antes que político. Porque la geometría puede ser simple y lineal, de Izquierda a Derecha. Pero la política no es unidimensional.

GRÁFICO N°1
El modelo falso



En una dimensión lineal simple el Centro siempre se encuentra —por definición— entre la Izquierda y la Derecha, entre usted y sus contendores. Pero ¿qué sucede si un espacio político no es unidimensional? La lógica, entonces, se derrumba inmediatamente.

En un espacio de cuatro, cinco o seis dimensiones —como puede argumentarse que es el de la política chilena— la geometría no garantiza que el punto intermedio entre usted y sus oponentes sea el Centro; por consiguiente, es probable que los esfuerzos por moverse hacia el medio fracasen.¹

Un experimento fallido en Gran Bretaña y en EE. UU.

Para citar un ejemplo de otro país, los republicanos en Estados Unidos pasaron los años 60 y 70 intentando llegar a ser el partido mayoritario, cosa que lograrían, según pensaban, acercándose al Centro. La lógica parecía simple: "nuestros contendores, los demócratas, mantienen el poder porque además de contar con su propia base ideológica, consiguen el Centro. Si queremos ganar tenemos que competir con los del otro lado para conseguir los votos del Centro. Los votantes de Derecha no tienen dónde más ir: nunca van a votar por la Izquierda. En consecuencia, debemos desplazarnos hacia el medio si queremos ganar".

La lógica parecía perfecta, pero los resultados fueron calamitosos. El apoyo para los republicanos siguió siendo mucho más bajo que para los demócratas. La mayor parte de las veces, en los niveles estatal y nacional, los republicanos perdieron; y en aquellas ocasiones en que ganaron, no tenían el mandato para plantear un programa diferente al de sus antecesores, dado que habían aceptado las definiciones de la otra parte: que la medida del humanitarismo es cuánto dinero gasta el gobierno en cuánta gente, que la acción del Estado es capaz de eliminar la pobreza, y así sucesivamente. Habían aceptado que los grupos importantes y las divisiones dignas de consideración en la sociedad eran las mismas que reconocían sus contrincantes. Y con ello habían procedido al desarme unilateral. Pues si

¹ En realidad, las dimensiones políticas suelen no seguir una distribución estándar, y puede que ni siquiera adquieran individualmente la forma de una curva acampanada. La distribución de los votantes en cualquier asunto dimensional puede presentar la forma de una curva bimodal o trimodal, o bien una curva que es alta en un extremo y baja en el otro.

ambas partes compiten en iguales términos, la mayoría de los votantes preferirá la versión verdadera y original.

Al otro lado del Atlántico el Partido Conservador británico procuraba arrebatarse el poder a los laboristas con una estrategia similar y con resultados igualmente desalentadores. A pesar de sus esfuerzos por moverse hacia el medio (lo que significaba aceptar los supuestos políticos del Estado socialista), los conservadores siguieron siendo un partido minoritario. Aun cuando llegaron al gobierno, les fue difícil conservarlo y, más importante aún, fueron incapaces de realizar cambios de envergadura porque no habían logrado construir una base para ello. (De hecho, entre 1970 y 1974 el gobierno conservador de Edward Heath, en la práctica, *aumentó* la cantidad de industrias británicas en manos del Estado, estableció controles de precios y salarios y expandió la burocracia gubernamental. Entonces, el electorado votó por los laboristas, los cuales, como es natural, aceleraron dichos procesos.)

La paradoja de la mayoría

Luego vinieron Margaret Thatcher, en 1979, y Ronald Reagan en 1980. Con ellos se puso fin a la estrategia de la "moderación", y comenzó la era de la competencia ideológica. Hablaban de ideas, luchaban por principios, manifestaban su desacuerdo vehemente con lo que representaba la otra parte. Ronald Reagan llamaba a destruir el comunismo en el extranjero y a reducir el tamaño del Estado en su país. Margaret Thatcher prometía declarar la guerra al socialismo dentro de Gran Bretaña y revertir y eliminar —no moderar ni reformar— lo que había hecho el Partido Laborista. Se dirigieron a nuevos grupos de votantes diciéndoles: "son ustedes quienes representan mejor los valores de nuestra nación". Dejaron de lado la dialéctica socialista de ricos y pobres y les hablaron a los ciudadanos que trabajan y sostienen económicamente al Estado.

Ronald Reagan y Margaret Thatcher abandonaron completamente la antigua estrategia de parecerse a su contrincante. Sus críticos los llamaban ideólogos. Pero esto era subestimarlos, pues habría sido más acertado llamarlos innovadores. Sus propios militantes se lamentaban de que el partido estaba siendo arrastrado lejos de la cómoda posición intermedia que ellos suponían era el "Centro". Sin embargo, al distanciarse del partido mayoritario de ese entonces, Reagan y Thatcher lograron, cada cual, una nueva mayoría, y con ello alcanzaron y conservaron el poder para la Derecha. Encontraron el Centro alejándose del medio. Y en esto reside la paradoja de las mayorías electorales.

El verdadero Centro

El secreto de Ronald Reagan y de Margaret Thatcher consiste en haber introducido nuevas dimensiones en su temario político. Al incorporar nuevos asuntos, nuevos mensajes, al llegar a nuevos grupos de votantes plantearon una posibilidad diferente y con ella dividieron en distintos componentes la torta política multidimensional. De esa manera encontraron lo que puede denominarse el "verdadero Centro".

La razón de ello es que ambos comprendieron algo que sus desafortunados antecesores no habían entendido: que el "verdadero Centro" no es un lugar a medio camino entre usted y sus contendores. El verdadero Centro es un lugar que los políticos deben descubrir, y a veces inventar. No se le encuentra dividiendo la diferencia, con la esperanza de que la suma total dé 51 por ciento, sino localizando la intersección de diversas dimensiones políticas, introduciendo con frecuencia nuevas dimensiones, llegando hasta donde el oponente no les puede seguir, presentando una visión coherente, en términos comprensibles y aceptables para la mayor parte de las personas.

Pero para hacerlo necesitamos comprender mucho más de la realidad de lo que nos permite ver la geometría lineal de Izquierda y Derecha. Como un simple ejercicio, intentemos llevar a cabo una discusión seria sobre la política chilena prescindiendo de las palabras "Derecha" e "Izquierda". Es como si tratásemos de nadar sin usar los brazos. La terminología "Izquierda-Derecha" domina en tal medida el debate político que se ha convertido en una "camisa de fuerza" mental, impidiéndonos describir la política, de una manera significativa, en su carácter multidimensional.

Hubo una época en que las definiciones de Izquierda y Derecha eran útiles. Por cierto, eran útiles y exactas en su función política original, que era la de describir la disposición de los asientos en la Asamblea francesa. Pero también en décadas recientes han sido esenciales. La mayoría de las dimensiones políticas en Chile —y probablemente en la mayor parte del mundo occidental— hasta hace muy poco se dividían eficazmente a lo largo del eje Izquierda-Derecha. Aún hoy estos términos son esenciales para describir la mayoría de los partidos políticos. El problema es que ellos resultan prácticamente obsoletos cuando se trata de identificar a una parte importante del electorado. Chile ha cambiado enormemente en los últimos 20 años, pero no así los partidos que durante ese tiempo estuvieron proscritos. Por ello es que ahora, con el restablecimiento de la democracia, los partidos enfrentan el desafío de reanudar su trabajo, no desde el punto en que lo dejaron en los años 70, sino con una visión nueva de su país y de sus ciudadanos. Lo que resulta más fácil decir que hacer.

Adiós a la Derecha y a la Izquierda

La mayoría de los políticos sigue cometiendo el error de analizar el electorado en términos de Izquierda y Derecha, pero recientes estudios de opinión pública demuestran que esta terminología, en el mejor de los casos, es de uso muy limitado en Chile porque los votantes, en su mayor parte, no se definen a sí mismos ni deciden su voto sobre esa base.

CUADRO N°1
Adhesión a partidos políticos
(% que "no se identifica o simpatiza con ningún partido político")

Diciembre 1990	Marzo 1991	Abril 1991
33,8	32,0	40,0

Fuente: Estudio CEP-Adimark.

En Chile, hoy, da la impresión de que los propios entrevistados tratan de señalar a los encuestadores que las preguntas de Izquierda y Derecha son, en esencia, preguntas erróneas. Considérese lo siguiente: en la encuesta del Centro del Estudios Públicos (CEP-Adimark) de abril de 1991 sólo el 33 por ciento de los encuestados se definió como de Izquierda o Centroizquierda o como de Derecha o Centroderecha. ¡La suma de las cuatro categorías da un 33 por ciento! En esa misma encuesta sobre el 35 por ciento respondió ya sea "Independiente", "ninguna" o "no sabe" (y otro 32 por ciento se ubicó en el "Centro"). Hemos consumido una energía enorme en el análisis de datos en términos de Izquierda y Derecha, y ahora descubrimos que allí hay, comparativamente, pocos votos.²

De hecho, sobre la base de esa encuesta, si deseamos insistir en hablar de los "tres tercios" en la política chilena, tendríamos que decir que

² Anteriores encuestas CEP/Adimark, tanto la de marzo de 1991 como la de diciembre de 1990, arrojaron resultados similares. De manera semejante, según la encuesta Bestland de marzo de 1991, el 33,1 por ciento del electorado se autodefine como de Izquierda o Centroizquierda o Derecha o Centroderecha. Es decir, los resultados son prácticamente los mismos.

uno de esos tercios corresponde a los Independientes. ¿Y por qué no? Es el mayor grupo individual en Chile. Es mucho mayor que la "Izquierda/Centroizquierda" o que la "Derecha/Centroderecha" y casi tan numeroso como la suma de ambas.

O bien, ¿no será la categoría "Independiente" en sí una especie de ficción, un residuo estadístico que queda al plantear una pregunta errónea, una pregunta en la que comparativamente pocos votantes pueden verse reflejados?

CUADRO N° 2

¿Dónde están los tres tercios?
(Distribución de la población según tendencia
política con la que se identifica)

Izquierda + Centroizquierda + Centroderecha + Derecha =	33,0 %
Independiente + ninguna + no sabe =	35,2 %
Centro =	31,8 %

Fuente: Estudio flash Cep-Adimark, abril 1991.

¿Qué son los "Independientes"?

Imaginemos que en Irlanda del Norte se le preguntara a los votantes si se sienten políticamente más próximos a los partidos católicos o protestantes o a los Independientes. Los distritos serán, en su mayor parte, ya sea católicos o protestantes. Pero algunos de los distritos serán mayoritariamente "Independientes". ¡Qué fascinante! ¿Cuáles son las características de este grupo de "Independientes"? Muchos de los que así se definen serán tenderos hindúes que emigraron desde la India. Otros serán musulmanes pakistaníes. Algunos serán judíos. Otros serán ateos y otros serán cristianos contrarios a la polarización religiosa. Llamar "grupo" a este conjunto de "Independientes" sería una invención estadística. Los miembros de ese "grupo" no tienen mucho en común entre sí, con la excepción del hecho que no pueden ser adecuadamente interpretados dentro de los límites de la pregunta del encuestador.

En forma similar, el grupo que en Chile presenta la menor cohesión interna (la más alta varianza) en sus respuestas son los "Independientes". Este así llamado "grupo" (como también algunos del "Centro", que presentan la segunda más alta varianza en sus respuestas) se comprende mejor como votantes que no entran en las categorías de Izquierda o Derecha.

Para llegar a ellos es necesario moverse a lo largo de dimensiones políticas definidas más cuidadosamente.

La encuesta CEP-Adimark no es la única que revela la existencia de una gran cantidad de "Independientes" ni es la más impactante. En las encuestas Bestland, realizadas en diciembre de 1990 y en marzo de 1991, al solicitarse a los encuestados que se clasificaran a sí mismos en similar escala, la *mitad* de ellos rechazó todos los puntos del espectro Izquierda-Centro-Derecha y se autodefinió ya sea como "Independiente, ninguno o no sabe".³

¿Qué son la "Derecha" y la "Izquierda"?

¿Y qué hay de aquellos que sí están dispuestos a definirse en términos de Izquierda y Derecha? ¿Qué nos dicen estas etiquetas? Muy poco.

En el estudio CEP-Adimark de abril de 1991 se le pide a los votantes que describan cómo perciben a los partidos políticos en términos de Derecha e Izquierda. Las respuestas son asombrosas. De los encuestados que se describen como de Centro, un 28 por ciento manifiesta que el PPD está en el "Centro". De los votantes que se autodefinen de Derecha, el 17 por ciento señala que el PPD es de "Derecha" y el 15 por ciento describe el Partido Comunista como una colectividad de "Centro" o a la derecha del Centro. Asimismo, uno de cada cuatro votantes que se autodefine de Derecha señala que el Partido Radical es de "Derecha". Uno de cada tres votantes que se autodefine de Centro piensa que el Partido Radical es de "Derecha. Uno de cada cinco votantes que se autodefine de Centro considera que los democratacristianos son de "Izquierda". El 28 por ciento de todos los encuestados dice que los democratacristianos son de "Izquierda". Para casi la mitad de *todo* el electorado, el Partido Socialista es de "Izquierda", pero para la otra mitad *no* es así.

³ Una de las razones de la diferencia en la cantidad de "Independientes" entre la encuesta CEP-Adimark y la encuesta Bestland es que en la primera hay muchos más encuestados que se autodescriben como de "Centro". Dos tipos de personas se autodefinen de "Centro". Así como hay quienes aceptan el eje Izquierda-Derecha y se sitúan en el medio, también hay otros que rechazan la terminología Izquierda-Derecha y dicen estar en el "Centro", como una forma elegante de eludir ubicarse a sí mismos sobre ese eje. La suma de los dos grupos, Centro e Independientes —que a grandes rasgos representan la opción de no entrar en la definición Izquierda-Derecha— es aproximadamente igual en ambas encuestas (67,2 por ciento en la encuesta CEP-Adimark y 64,9 por ciento en la encuesta Bestland), y equivale a dos tercios del electorado.

Estos resultados son interesantes. Claramente, numerosos votantes no están empleando los términos "Izquierda", "Derecha" y "Centro" del modo en que solían usarse históricamente o de la manera en que dichos términos suelen ser definidos por los cientistas políticos. Si el 28 por ciento del electorado piensa que el PDC representa la Izquierda, ¿qué significa entonces la palabra "Izquierda"? Si el 28 por ciento de aquellos que dicen ser de Centro piensa también que el PPD es de Centro, ¿qué significa entonces la palabra "Centro"?

Ello no quiere decir que no haya ideologías de Derecha y de Izquierda. Desde luego que las hay. Los políticos y los partidos y las publicaciones y los intelectuales pueden describirse adecuadamente en términos de Derecha e Izquierda, pero no sucede así con la mayor parte de los votantes.

Apenas unos días antes de las elecciones de 1989 la encuesta CEP-Adimark solicitó a los entrevistados que se etiquetaran ideológicamente. El 32 por ciento se calificó de "Izquierda" o "Centroizquierda". El 19 por ciento se calificó de "Derecha" o "Centroderecha". Sin embargo, aquellas respuestas, en términos matemáticos, no tenían *valor predictivo* respecto de cómo iban a votar realmente esas personas en las elecciones parlamentarias. La encuesta *sobreestimó* considerablemente las preferencias para la "Izquierda" (que obtuvo solamente el 26 por ciento de los votos para diputados) y *subestimó* notoriamente la votación predecible a favor de la "Derecha" (que de hecho fue de un 42 por ciento).

CUADRONº 3
Predicción de la votación
(Elecciones parlamentarias de 1989)

	Votación proyectada* %	Votación obtenida %
Izquierda + Centroizquierda	32	26
Derecha + Centroderecha	19	42

*A partir de la autoidentificación por corriente política de la población.
Fuente: Estudio CEP-Adimark, diciembre 1989.

En la dimensión Izquierda-Derecha la discrepancia entre los resultados de la encuesta y la votación fue enorme. La votación obtenida por la

Derecha fue el *doble* de lo que predecía la encuesta. La votación alcanzada por la Izquierda se había sobreestimado en un 23 por ciento (lo que resulta particularmente sorprendente si se toma en cuenta que un cuarto de los encuestados se había autodescrito como "Independiente"; por lo tanto, es probable que la Izquierda haya recibido al menos algunos votos de ese grupo y, por consiguiente, aún menos votos de los que se habían autodefinido como de "izquierda").

Estos resultados no pueden explicarse diciendo que hubo problemas en la metodología de la encuesta, ya que cuando la misma encuesta preguntó a los entrevistados por qué candidato votarían en las elecciones presidenciales, los resultados fueron sumamente exactos —aunque aquí también la votación presidencial se apartó significativamente de la autodescripción ideológica de los votantes—. No, el problema fue que la pregunta era errónea. Los criterios según los cuales la gente decidió su voto no podían explicarse adecuadamente mediante el uso de los conceptos de Izquierda y Derecha (de igual manera, se tendría poco éxito en predecir los futuros maridos de las mujeres solteras sobre la base de preguntarles a éstas cuál es su color de cabello preferido; las mujeres responderán, pero la pregunta no es adecuada).

Hora de un nuevo modelo

Pero si el modelo político histórico de los "tres tercios" apenas puede dar cuenta del 50 por ciento del electorado, y si el modelo aún no logra predecir o explicar cómo va a votar ese cincuenta por ciento, y si el electorado manifiestamente usa las palabras "Izquierda", "Derecha" y "Centro" de maneras que contradicen su significación común, ¿por qué continuar analizando la política casi exclusivamente en esos términos? ¿Y por qué entonces construir encuestas en torno a ese modelo? ¿Y cuál es la razón, además, de que muchos partidos políticos diseñen sus estrategias electorales en torno a algo que ellos llaman "Izquierda" y "Derecha" y, por supuesto, el espacio intermedio que denominan "Centro"? La respuesta más probable es: porque parece no haber una buena alternativa.

Sin embargo, una de las tareas importantes en la consolidación de la nueva democracia chilena radica en el uso de un modelo adecuado por parte de quienes se dedican a la actividad política. Ausente éste, no es de extrañar que la encuesta CEP-Adimark indique que entre un 32 y un 40 por ciento de los votantes no se sienta representado por ninguno de los partidos políticos —lo cual resulta extraordinario si se considera que hay más de nueve

partidos de donde escoger—. La encuesta CEP-Adimark revela también que los dirigentes políticos suscitan en la ciudadanía "muchísima confianza" en un porcentaje bastante menor que los dirigentes sindicales o los pastores de la Iglesia Evangélica. La popularidad de los partidos apenas supera la de los dirigentes empresariales —y difícilmente se puede ser menos popular que ellos—. (Lamentablemente no hay datos comparativos que muestren la calificación que le dan los tenderos hindúes de Irlanda a los políticos que hacen sus campañas sobre el eje católico-protestante. Es probable, sin embargo, que también sea bastante baja.)

¿Cuál podría ser el modelo alternativo? La paradoja de Bonini advierte que a medida que se agregan variables a un modelo a fin de reflejar con mayor exactitud el mundo real, el modelo comienza a perder simplicidad y claridad a medida que se aproxima a la misma complejidad de la realidad. En otras palabras, un modelo perfectamente exacto de la política chilena necesitaría 8.000.000 de variables, una por cada votante. El resultado, por cierto, sería incomprensible. El otro extremo, el modelo unidimensional Izquierda-Derecha, es muy fácil de usar. El problema es que éste no puede explicar ni predecir la realidad. Por consiguiente, el objetivo consiste en tener un mínimo de variables que expliquen adecuadamente la realidad.

La alternativa multidimensional

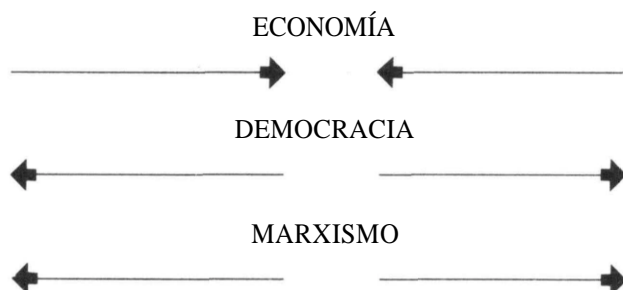
Debe entenderse que no existe, sencillamente, un único método correcto para cortar la torta del electorado chileno. Con todo, un modelo razonable de la política chilena incluiría, según mi análisis, cinco dimensiones: un eje económico (liberalismo *versus* estatismo); un eje político (democracia/derechos humanos *versus* autoritarismo/orden); un eje de apoyo *versus* rechazo del marxismo; un eje cultural (modernidad *versus* tradicionalismo); un eje de clase, mezcla racial y participación social (elitista *versus* popular). Podría agregarse además una dimensión subordinada que opusiera la tendencia idealista a la pragmática.

En cada caso hay votantes que se ubican en diversos puntos del eje de cada dimensión, aunque la distribución pueda no ser equilibrada. Por ejemplo, una mayoría abrumadora del electorado chileno es prodemocrático y antimarxista. No es una coincidencia que el principal partido político del país sea el único que estuvo tanto en la oposición democrática contra Pinochet como en la oposición anticomunista contra la Unidad Popular. Cada una de estas posiciones no era de moderación, sino de polarización

constructiva; mediante la combinación de ambas, los demócratacristianos encontraron el Centro.

Por supuesto, la importancia relativa de las dimensiones aumenta o disminuye, en tanto otras yacen dormidas esperando ser descubiertas. En las elecciones de 1989, las dimensiones predominantes fueron democracia y marxismo. Los principales puntos de ataque en el curso de la campaña fueron las acusaciones de "continuismo", que significaba no ser democrático, y el "pacto secreto", que implicaba estar en coalición con los marxistas. En esencia, la campaña de 1989 fue una contienda final entre Pinochet y Allende — en la cual ambos fueron rechazados —.

GRÁFICO N° 2
Acercamientos y distanciamientos en distintos ejes
(Campañas electorales de 1989)



En 1993, cuando la democracia se haya consolidado y el marxismo vaya hacia la extinción, ¿habrán perdido su vitalidad estas dimensiones? ¿O resultarán ellas vigorizadas por un rebrote del terrorismo y una reacción frente a éste? ¿Se desdibujará también la dimensión económica cuando la economía de mercado sea ya un punto de consenso? ¿O una economía que no marcha bien hará que dicha dimensión pase a ocupar un lugar central? ¿Comenzarán a primar las consideraciones de clase y de cultura? ¿Emergerán otras dimensiones? Veremos.

La paradoja de la política electoral es que a veces la mejor manera de construir una mayoría no consiste en acercarse más al contendor, sino en alejarse de él. Esto es incomprensible en el modelo Izquierda-Derecha de una sola dimensión. Pero en el modelo multidimensional alcanza pleno sentido, como lo tiene la necesidad de acercarse mucho al oponente en determinadas situaciones, a fin de neutralizar una determinada dimensión y derivar la competencia hacia otro eje.

El Centro no es el medio

En Estados Unidos, por ejemplo, Reagan descubrió el Centro político *alejándose* del partido mayoritario, el demócrata: en lo económico (declarándose más partidario del libre mercado), en lo social y cultural (oponiéndose al aborto y a la pornografía, apoyando la oración en las escuelas y declarándose abiertamente patriota/nacionalista), en defensa y política exterior (definiéndose con fuerza como promilitar y antisoviético/anticomunista) y respecto del papel del Estado (pronunciándose por un menor control estatal y por la reducción de los impuestos, y oponiéndose a la integración racial obligatoria y a las prohibiciones de posesión de armas). Estas posiciones estaban en fuerte conflicto con las de los demócratas (y con las inclinaciones de los "republicanos moderados"). Junto con plantear nuevos temas, Ronald Reagan supo atraer nuevos grupos de electores. Y, de esta manera, logró lo que jamás habían hecho los republicanos moderados: encontró el Centro y llevó a su partido al nivel más alto que ha tenido por más de una generación.

Un proceso similar puede observarse en Gran Bretaña, donde Margaret Thatcher no sólo se enfrentó en el eje económico, sino también en el cultural y el de clases, con un llamado a la "responsabilidad individual" y apelando a los valores de la clase media, alejándose en ambos casos de las posiciones del Partido Laborista.

Las recientes elecciones en Chile ofrecen otra ilustración de la política multidimensional y de la paradoja de construir una mayoría tanto acercándose como alejándose de la competencia. En el plebiscito de 1988, al igual que en las elecciones de 1989, la Concertación logró suprimir gran parte de la dimensión Izquierda-Derecha de la economía, librando su campaña principalmente en la dimensión política, en lo que en ambas ocasiones llegó a ser claramente un referéndum sobre la democracia (*versus* autoritarismo y Augusto Pinochet). La Concertación no trató de construir una mayoría deslizándose hacia el medio en el problema de la democracia, sino que procuró más bien polarizar al electorado en torno a ese punto, rechazando a Hernán Büchi y a Francisco Javier Errázuriz no como meras alternativas presidenciales, sino yendo más allá y descalificando sus candidaturas como opciones no democráticas.

Un fenómeno similar se observó durante la campaña parlamentaria de 1989, cuando Democracia y Progreso (UDI y RN) logró desviar votos desde los candidatos socialistas y PPD de la Concertación, aumentando así su propia votación (y también la de los democratacristianos) sin desplazarse

hacia el medio, sino obligando a centrar los debates de la campaña en torno al tema polarizante del marxismo.

La política chilena hacia el futuro

Hoy en Chile la mayor parte de las tendencias políticas tradicionales aún se ubican a lo largo de la dimensión única de Izquierda a Derecha. Sin embargo, los movimientos políticos más interesantes y de más rápido crecimiento, el PPD (Partido por la Democracia) y Francisco Javier Errázuriz, están llegando a los votantes a través de otras dimensiones.

El PPD trascendió la clásica división Izquierda-Derecha desprendiéndose de sus raíces marxistas y estableciéndose como una fuerza en pro de la modernidad cultural y la democracia. En contraste con los partidos tradicionales, el PPD está abierto a las ideas nuevas y a las personas que han cambiado de opinión. Al aceptar la economía social de mercado (a la manera de los socialistas españoles), ha procurado neutralizar la dimensión económica. Se ha convertido en el partido preferido de los artistas, la gente del espectáculo y los intelectuales. Por esta razón, el gobierno de Patricio Aylwin —para la consternación del Partido Demócrata Cristiano— ha escogido de esa agrupación a la mayor parte de los agregados culturales para sus embajadas. La principal fuerza del PPD consiste en que es el único grupo político que realmente ha comprendido el eje de la cultura en la política chilena, como también el papel predominante que le cabe al problema de la democracia.

Una reciente encuesta del Centro de Estudios Públicos muestra al PPD como la segunda opción de casi todos los grupos de votantes, lo que constituye una posición muy fuerte en un sistema multipartidista. La principal figura del partido, Ricardo Lagos, según las encuestas realizadas durante el último año, posee la base política más amplia del país (con la excepción de Patricio Aylwin), obteniendo una calificación positiva de más de la mitad del electorado (incluso un tercio de aquellos que se autodenominan de "Derecha" manifiesta una opinión favorable acerca de él).

La eficacia del reposicionamiento del PPD —un partido de la Izquierda— se ha visto levemente afectada en cuanto se ha dejado arrastrar por disputas con los socialistas. Con todo, el posicionamiento del PPD constituye, bajo cualquier estándar razonable, un logro político que todavía deberán igualar los partidos de la así llamada Centroderecha.

Obviamente Francisco Javier Errázuriz tiene escasas similitudes con el PPD, pero también él se ha salido de la política lineal. Su pretensión de

estar en el Centro-Centro no significa una declaración de hallarse a medio camino entre la Izquierda y la Derecha. Es más bien una declaración de independencia respecto de los constreñimientos de los bloques e ideologías ortodoxas, cosas que él ha supeditado a un llamado directo a los sectores populares. Además de desplazarse a lo largo de la dimensión de clases, alejándose de las élites políticas tradicionales, representa también un mensaje cultural nacionalista.

En la encuesta CEP-Adimark más reciente, Francisco Javier Errázuriz obtiene el mayor número de menciones como alternativa presidencial. Sin embargo, si se presta atención no solamente a la cantidad de partidarios con que cuenta, sino también a su procedencia, resulta muy claro que los seguidores de Francisco Javier Errázuriz incluyen también al grupo indudablemente más numeroso de votantes oscilantes (*swing voters*) que haya tenido cualquier aspirante a la presidencia. Aquellos que mencionan a Francisco Javier Errázuriz como opción presidencial preferente se distribuyen de la siguiente manera: el 17 por ciento se autodefine de Derecha, el 23 por ciento de Izquierda y el 60 por ciento de Centro o Independiente. Errázuriz es el único candidato potencial cuyo respaldo no muestra una distribución ideológica. Al apelar a los votantes desde fuera de la división Izquierda-Derecha, ha logrado crearse una base de apoyo importante entre el electorado de Patricio Aylwin, sin subordinar su propio programa al del gobierno y sin posicionarse, a la vez, como parte de la oposición dura.

Es obvio que Ricardo Lagos y Francisco Javier Errázuriz son políticos carismáticos. Pero, además, han sabido posicionarse bien. Gran parte del éxito del PPD y de Errázuriz se debe a que se definieron a sí mismos principalmente en torno a sus propios temas y a sus propios electores. Los partidos opositores de Centroderecha, en cambio, han tendido a definirse principalmente en relación al gobierno.

El desafío de la oposición: descubrir dimensiones

Para una oposición que aspira al poder, el desafío consiste en resolver la paradoja de la mayoría electoral. No es éste un ejercicio de *marketing* político ni un problema de álgebra. La respuesta debe brotar de ideas verdaderas y valores. La democracia no funciona bien si los partidos simplemente compiten por el poder, sin ofrecer a los votantes visiones bien concebidas entre las que pueden optar.

Por esta razón, un partido de oposición necesita precisar aquello en lo que cree y cómo desea cambiar el país. Esto no lo puede hacer definiéndose

en términos de su posición frente al gobierno existente. Una oposición conducida eficazmente exige: la presentación de un proyecto por el cual competir (temas), la formación de una mayoría alternativa (electorados), trabajar en el proyecto legislativo del gobierno (participación morigeradora). Tanto Ronald Reagan como Margaret Thatcher, cuando estaban en la oposición, se dedicaron a los dos primeros puntos, como lo hizo en Chile, por cierto, la oposición durante el gobierno de Pinochet.

Obviamente los partidos de Ronald Reagan y Margaret Thatcher, cuando eran oposición, también se empeñaron en participar en el programa del gobierno y procuraron, conforme a su propia visión, de morigerar sus consecuencias nefastas. Pero se sirvieron de ello para demostrar cuán diferentes eran sus ideas y sus principios, no para insistir ante los electores que su programa era en realidad igual al del gobierno.

Ronald Reagan y Margaret Thatcher tenían sus propios programas, que no solamente diferían de los del gobierno, sino que iban más allá, introduciendo ideas, temas y problemas que no figuraban en el proyecto del gobierno. Por ejemplo, la propuesta de Reagan de reducir los impuestos —vale decir, disminuir las tasas marginales para *aumentar* los ingresos totales— estructuró una discusión enteramente nueva acerca de los impuestos, debate en el que los demócratas no estaban ansiosos de entrar y en el que serían sistemáticamente derrotados durante más de una década. (En los últimos años, todas las grandes economías industriales del mundo han reducido las tasas marginales sobre los ingresos personales y, en la mayoría de los casos, los gobiernos que lo han hecho, incluidos los socialistas de Francia y España, han sido reelegidos.)

Pero la Derecha chilena no necesita pensar (como tiende a hacerlo) exclusivamente en términos de la dimensión económica. Un nuevo problema o un nuevo debate puede estructurarse sin que para ello sea necesario concentrarse en cuestiones técnicas o en políticas sectoriales. En 1976 Jimmy Cáster hizo una campaña centrada en la pérdida de confianza en el gobierno. En tanto Gerald Ford hablaba de controlar la inflación, Cáster planteó el problema ético y en su campaña criticó el perdón que Nixon le otorgara a Ford, prometiendo que "de ser elegido, jamás les mentiré" y diciendo que "Estados Unidos merece un gobierno tan bueno como su pueblo". También llegó a los votantes culturalmente tradicionalistas hablándoles del pequeño pueblo donde están sus raíces y de sus sólidos valores religiosos.

Insistiendo en la dimensión moral y cultural de la política estadounidense, Jimmy Cáster logró ser el primer demócrata elegido Presidente desde 1964. Una vez instalado en la Casa Blanca, sin embargo, los grupos

dominantes dentro del Partido Demócrata tomaron el control de su gobierno, haciéndole perder esa coalición particular que le había permitido ser elegido. Cumplió un solo período, ya que luego fue derrotado por Ronald Reagan. Desde entonces los republicanos han estado en el poder, apoyados en parte por algunos de los mismos grupos culturales que habían elegido a Cárter en 1976.

La tarea de la oposición consiste habitualmente en desviar el debate hacia otra dimensión. Pero ello no es fácil de realizar. Hacerlo bien es el principal desafío del arte de la política. Cuando se hace mal o no se hace, la gente dirá que fue difícil poner en marcha la campaña. Tal vez sea más exacto decir que la campaña marchó muy bien, pero descuidó la tarea de hallar un camino.

Por ejemplo, en 1984 Walter Mórdale hizo hincapié en el tema de la "equidad". Pero éste no representaba realmente una nueva dimensión. Era la misma vieja dimensión económica en que los republicanos subrayaban "oportunidad y crecimiento", en tanto que los demócratas hablaban de "seguridad y equidad". Al tomar Mórdale este tema, sólo consiguió apoyar el punto fuerte de Reagan, que era el manejo de la economía y el rechazo al intervencionismo estatal. En 1988 el candidato demócrata a la presidencia de los Estados Unidos, Michael Dukakis, incapaz de hallar nuevos tópicos para competir, intentó desviar al electorado de la clásica estrategia de demócratas *versus* republicanos, que había usado Mórdale, hacia el tema de la capacidad, subrayando su pragmatismo. Pero el eje idealismo *versus* pragmatismo es una dimensión subordinada, vale decir, es una dimensión que cada problema puede en sí presentar. Fue Bush quien definió esos problemas. Y Dukakis perdió estrepitosamente.

El otro punto crítico es que al "posicionarse", un partido debe mantener sus principios. De otro modo su búsqueda del poder no será más que ciega ambición. (Puede observarse, por ejemplo, que el Partido Popular de España, de Centro-derecha, deseando desplazarse hacia el medio y neutralizar la dimensión cultural, acaba de declarar que está ahora a favor de la legalización del aborto, no porque apruebe el aborto —explican sus dirigentes—, sino porque piensa que esta posición ayudará a que sus candidatos sean elegidos.)

El tercer camino de la oposición

Para la oposición existe un tercer camino abierto, que pasa por un punto intermedio entre la capitulación ante el gobierno y la oposición

obstruccionista, y que consiste en establecer su propio programa, en introducir sus propios temas y abrir nuevas dimensiones políticas. Por esta senda, un partido puede participar en forma morigeradora y al mismo tiempo definir una oposición independiente y fuerte. Al introducir en el debate nuevas ideas, una oposición constructiva rompe el esquema blanco o negro, sí o no, mostrando nuevas formas de pensamiento y abordando a nuevos grupos de votantes.

La política tributaria de Reagan es un ejemplo de este enfoque constructivo. En lugar de aceptar la polarización entre los partidarios de un mayor gasto fiscal y los partidarios de la reducción de los impuestos, ofrecía una tercera opción: ingresos más altos mediante tasas más bajas y crecimiento económico más rápido.

Pero un ejemplo más interesante de hallazgo de un tercer camino fue la campaña del "No". A partir de una base política cuyo objetivo primordial era destituir a Augusto Pinochet, la campaña de "La alegría ya viene" estructuró una mayoría ganadora no simplemente sobre la base de su desacuerdo con el gobierno en el tema del plebiscito, sino trascendiendo ese tema. De esta manera consiguió el apoyo de votantes que no estaban contra Augusto Pinochet. En lugar de una campaña que se librara entre partidarios y opositores al general Pinochet, que era la campaña para la que se había preparado el gobierno, la Concertación, a través de su brillante y animada campaña, planteó al electorado una pregunta nueva. La campaña del "No" afirmaba que la democracia era la senda de la felicidad: la felicidad humana en su sentido más amplio y fundamental. Ni siquiera los más firmes partidarios del gobierno militar podían argumentar que ocho años más de gobierno de Pinochet sería divertido. La pregunta implícita era: "¿es usted feliz?" y "¿quiere usted ser feliz?" Esa pregunta no podía interpretarse, ni mucho menos contestarse, en términos de las definiciones políticas en que el gobierno se había enmarcado. Al no ofrecer ni conflicto ni sumisión, la Concertación había elegido un tercer camino y había encontrado el Centro.

Hoy, el contexto político en Chile es especial. Probablemente se le puede describir mejor como un proceso de consolidación democrática. Por consiguiente, es fundamental que ningún grupo emprenda una oposición destructiva que pudiera quebrar el proceso democrático, cosa que tampoco los votantes aceptarían. Sin embargo, el sector perdedor en una elección democrática no pierde su derecho a proponer ideas y a ser escuchado. El sector ganador en tal elección, por su parte, no ha ganado automáticamente el debate en cada uno de los temas ni en cada una de las políticas sectoriales. Esto dado, no hay razones para que el gobierno, con su 55 por ciento de los votos detente, en nombre de la democracia, un derecho monopolístico para

plantear temas y estructurar el debate. Una mala idea del gobierno no tiene más validez que una buena idea de la oposición.

La oposición, por su parte, tiene la obligación de hacer que valga la pena escucharla. Debería gastar menos tiempo en calcular y sopesar el grado en que desea apoyar u oponerse al gobierno respecto de cada materia y dedicar más tiempo en comunicar su propia visión de las cosas. Además, debe identificar los temas y los grupos de votantes que le permitirán tener la oportunidad de gobernar. ¿Tiene el electorado chileno un panorama claro de lo que haría la actual oposición si fuera gobierno? Parece que no.

El secreto: nuevas ideas

Finalmente, la oposición debe cumplir aquel papel que sólo ella puede desempeñar: ser la fuente de ideas nuevas e innovadoras. Del gobierno emana siempre escasa creatividad. Los partidos de gobierno deben preocuparse de mantener y conservar en paz su coalición victoriosa, se enfrentan a tortuosos procesos burocráticos, sus horizontes temporales son más inmediatos y deben pagar un precio muy alto por la puesta en práctica de una idea (testimonio de ello es el *poll tax* de Margaret Thatcher, que puso término a su carrera como Primer Ministro). De modo que si la creatividad no proviene de la oposición, entonces probablemente no la habrá. Y si un movimiento político no logra ser intelectualmente fértil cuando está en la oposición, con seguridad sufrirá de muerte cerebral si llega al poder.

En Chile, los votantes no elegirán al próximo gobierno ateniéndose principalmente al eje Izquierda-Derecha. En lugar de ello, decidirán sobre la base de quién los comprende mejor y quién puede resolver mejor sus problemas, o quién al menos no creará nuevos problemas. A menos que la oposición se acerque más al pueblo y use su creatividad en la solución de problemas reales, será incapaz de resolver la paradoja de la política electoral, y seguirá siendo oposición, esperando a ver si la economía fracasa o si el gobierno se inflige a sí mismo una derrota. □