



Universidad de Chile.
Facultad de Ciencias Sociales.
Departamento de Antropología.

NEOPOPULISMO Y CLIENTELISMO EN LA DERECHA CHILENA

La inserción local de la UDI en una comuna popular del
Gran Santiago.

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE ANTROPÓLOGA

EVELYN KARINA ARRIAGADA OYARZÚN.

**Profesor Guía: Rodrigo Baño Ahumada
Santiago de Chile, Abril de 2008.**

A Hugo. Mi amor, mi cómplice y todo.

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a Dios, que me ha dado vida y salud para poder concluir esta etapa de mi formación profesional. En segundo lugar, doy las gracias a mi padre, mi madre y mis hermanas, por su apoyo incondicional durante estos años de estudio y durante la realización de esta investigación. También quiero aprovechar este espacio para nombrar a algunas personas, sin cuya ayuda este trabajo habría sido mucho más difícil aún. Agradezco a los/as profesores Rodrigo Baño y Emmanuelle Barozet, que me orientaron en las referencias bibliográficas y me dieron sabios consejos, metodológicos y prácticos, para abordar esta investigación. También quiero manifestar mi gratitud a la Fundación Chile 21, y en especial a su ex directora ejecutiva Clarisa Hardy, por haberme permitido hacer el terreno de la memoria como práctica profesional y por haber publicado mis primeros acercamientos a esta temática. No puedo dejar de nombrar a mi coterráneo Jovino Vargas, a través del cual pude acercarme a los militantes de la UDI en Conchalí. Finalmente, quiero expresar mi enorme reconocimiento a los militantes conchalinos de la UDI, en especial a Julieta Aguilar, Rubén Carvacho, Olivia Cortés, Alfredo Galdames, José Fica y Javier, por su generosidad y transparencia en las muchas conversaciones que tuvimos durante el desarrollo de este trabajo.

Índice

I. INTRODUCCIÓN	6
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
II.1. Antecedentes del Problema	9
II.1.1. Algunos conceptos relativos a los sectores populares.....	9
II.1.2. Liderazgos, movimientos y partidos populistas en Chile. Una breve revisión.....	11
II.2. El Problema de Investigación.....	22
II.3. Objetivos	24
III. METODOLOGÍA.....	26
III. 1. Perspectiva metodológica y tipo de investigación	26
III. 2. Población, unidad de análisis y muestreo.	27
III. 3. Técnicas de recolección de la información	28
IV. MARCO TEORICO-CONCEPTUAL.....	32
IV.1. Populismo y neopopulismo. Consideraciones iniciales.	32
IV.2. Acerca de la relación líder- masas.	37
IV.3. Discurso, ideología y cultura popular en el populismo.	41

IV.4. Las redes clientelares: el sustento material y simbólico a nivel local.	45
IV.4. Definición y características del (neo) populismo.	52
V. LA UDI: ¿UN PARTIDO POPULAR?	55
V.1. La formación de la UDI y su inserción en el mundo popular.	55
V.2. La UDI en Democracia. Crecimiento y consolidación del “partido popular” chileno.....	65
VI.3. Condiciones de éxito electoral de la UDI en los sectores populares o ¿Es la UDI un partido neopopulista?	74
VI. LA IMPLANTACIÓN LOCAL DE LA UDI. EL CASO DE CONCHALÍ	85
VI.1. Estrategias de inserción de la UDI en Conchalí.	85
VI.1.1. Los intentos por construir un liderazgo populista en Conchalí.	86
VI.1.2. El discurso hacia los pobres.	94
VI.1.3. Apelando a lo emocional: La imagen de Pilar Urrutia.	97
VI.1.4. Despolitización y trabajo social.	102
VI.1.5. El factor “Pepa Hoffman”	108
VI.2. Estructura y funcionamiento de las redes clientelares.	112
VI.2.1. La estructura formal versus las redes clientelares: ¿Quién manda en la comuna?	112
VI.2.2. La campaña “política”	115
VI.2.3. En busca de la clientela.	117
VI.2.4. El vínculo cotidiano y el intercambio simbólico: los ejes de la intermediación clientelar.	119
VI.2.5. La ruptura de la cadena de dones y el debilitamiento de los vínculos.	130
VII. CONCLUSIONES.....	136
BIBLIOGRAFÍA.....	146
ANEXOS.....	153

I. INTRODUCCIÓN

Desde mediados del siglo XX, y hasta hace algunos años, los partidos políticos chilenos parecían representar los intereses de los distintos grupos o clases sociales existentes en el país. Así, la base social de apoyo de la izquierda estaba mayoritariamente formada por los sectores populares, la base de sustentación del centro, en tanto, estaba compuesta principalmente por las clases medias, y la derecha, tenía una base social fundada en grandes propietarios y miembros del empresariado. A pesar de que la derecha y el centro lograron ganar algunas simpatías entre los sectores populares, y que muchos dirigentes de izquierda salieron de los estratos altos, ninguna de estas tendencias logró la adhesión que les permitiese alcanzar por sí solos el poder.

Esa relación entre estructura socioeconómica y representación política hoy es bastante más difusa. Un claro ejemplo de ello es el enorme crecimiento experimentado por la derecha en el último tiempo y, en particular, por el partido Unión Demócrata Independiente (UDI). Este partido ha logrado crear una base social de apoyo que traspasa las divisiones sociales, convirtiéndose en el más exitoso, en términos electorales. El punto más alto en el crecimiento electoral de la UDI tuvo lugar en las elecciones presidenciales de 1999, cuando su candidato, Joaquín Lavín, estuvo a unos pocos votos de ganarle a Ricardo Lagos, candidato de la Concertación.

Si bien el avance electoral de la UDI puede explicarse por la interacción de múltiples factores, nos interesa poner el énfasis en lo que concierne a las estrategias que este partido ha utilizado para conquistar a sus electores, especialmente a los sectores populares. Veremos que, la adhesión popular que suscita este partido no es obra del azar sino de la concreción de una meta trazada por su líder y fundador Jaime Guzmán, desde antes de la formación de la UDI, cuando los gremialistas ocupaban puestos claves dentro del gobierno militar. La finalidad de la UDI, desde sus orígenes, fue romper con la lucha de clases, buscando un acercamiento hacia los sectores populares. Con el transcurso de los años, vemos que esta finalidad se ha ido convirtiendo en una de las principales directrices del partido. Es así que en julio del año 2002 la UDI adopta el *slogan* de “Partido Popular”, tras una fuerte disputa con la Democracia Cristiana. Más tarde este *slogan* se transformaría en “UDI, la esperanza popular”.

Al respecto surgen varias preguntas, tales como: ¿qué factores estarían explicando la votación de los sectores populares por la UDI?, ¿qué mecanismos ha utilizado este partido para lograr su adhesión? Por otra parte: ¿qué rol juegan los sectores populares en su relación con la UDI?, ¿son actores con injerencia en las directrices del partido? o ¿son solamente “material disponible” para sus fines electorales?

A partir de estas preguntas, el presente estudio se propone caracterizar las prácticas y el discurso político utilizado por la UDI para captar la adhesión de los sectores populares, en una comuna popular: Conchalí. A partir de esto se busca analizar si estas prácticas se enmarcan dentro del fenómeno neopopulista actual y cuáles son los rasgos concretos que estas asumen en el espacio local.

La comuna escogida fue Conchalí, en tanto se trata de una comuna con características geoestratégicas para la conquista del área norte. Así, al menos, lo han entendido al interior de la UDI. Un claro ejemplo de ello es que José Piñera, ex ministro del régimen militar, utilizó su candidatura a alcalde por Conchalí, como ventana para su futura candidatura presidencial. Así también lo entendió Pablo Longueira, quien había sido por tres períodos consecutivos diputado por el distrito 30 (San Bernardo, Calera de Tango, Buin y Paine, en la zona sur), y decidió presentar su candidatura por el distrito 17 (Conchalí, Huechuraba y Renca, en la zona norte), en las elecciones parlamentarias del año 2000

Pero además, Conchalí fue conquistada por la UDI en las elecciones municipales del año 2000. Sin embargo, la conquista sería sólo momentánea, pues el fallecimiento de la alcaldesa Pilar Urrutia despojó al partido del poder municipal. Es por esta razón que la UDI apostó con sus mejores armas para recuperar dicho sitio, colocando a dos de sus más emblemáticos dirigentes poblacionales como candidatos a alcalde y concejal en las elecciones del año 2004. Nos referimos a Alfredo Galdames, fundador del Departamento Poblacional de la UDI, y a Rubén Carvacho, dirigente del campamento Raúl Silva Henríquez en los años '80. De esta manera, nos interesa ver qué sucede con estos candidatos de origen popular, cómo vinculan a las bases sociales con los líderes de las cúpulas partidarias y qué mecanismos utilizan para captar la adhesión de estos sectores.

El documento que aquí presentamos se estructura de la siguiente forma. En la primera parte se exponen algunos antecedentes, para contextualizar el problema de investigación. Se discuten algunas nociones relativas a los sectores populares y su comportamiento político. A partir de esto, se delimita el problema de investigación y se exponen los objetivos generales y específicos del estudio.

En el capítulo siguiente, se plantea la metodología utilizada en el estudio. Esta se basa en un enfoque cualitativo, fundamentado en un trabajo etnográfico. La principal técnica utilizada fue la observación participante. Esta técnica fue complementada con entrevistas semiestructuradas a dirigentes locales y con un análisis bibliográfico exhaustivo.

Posteriormente, en el capítulo IV, se exponen las principales directrices teóricas de la investigación. El marco de análisis se sustenta en el concepto de populismo, como un tipo particular de prácticas políticas orientadas a captar la adhesión de los sectores populares. En esta sección se resumen algunos de los principales elementos en torno a la discusión sobre este fenómeno, tanto en su versión clásica como en su manifestación actual, el neopopulismo. Tras esta revisión, se plantea una definición sintética del concepto, que abarca movimientos, liderazgos y partidos en diferentes contextos históricos, señalando las particularidades de su expresión actual.

Con este marco de referencia, en el capítulo V, se describe la trayectoria política de la UDI, desde su creación hasta nuestros días. Luego, se analizan las prácticas y el discurso del partido orientados a los sectores populares, poniendo especial atención a los rasgos que corresponden a elementos populistas o neopopulistas.

En el capítulo siguiente, se examina la forma que toman estos rasgos en el contexto político local, a partir del trabajo etnográfico realizado en la comuna de Conchalí, durante la campaña electoral del año 2004. Así, se analizan las principales estrategias desplegadas por el partido, enfatizando el trabajo de sus dirigentes intermedios.

Por último, en el capítulo VII, se realiza una síntesis de los principales resultados del estudio y se exponen las conclusiones.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

II.1. Antecedentes del Problema

II.1.1. Algunos conceptos relativos a los sectores populares.

Una constante histórica en la definición de los sectores populares dice relación con la exclusión que sufren del uso o goce de los bienes considerados socialmente deseables, lo cual se conceptualiza como pobreza. Si bien esta es una condición “objetiva” de “lo popular”, pareciera ser insuficiente para caracterizar a estos sectores, en tanto los define como un segmento aislado de las relaciones con otros grupos sociales (Baño, 2004). Una definición más completa de lo popular sólo puede encontrarse dentro del campo de las relaciones de dominación. Aquí los sectores populares son definidos en su relación con otro segmento social, con quien mantendrían un vínculo caracterizado por el conflicto. En esta relación, existe un grupo que posee el control económico, político y cultural, y que impone la dominación sobre otro grupo social. El segmento que posee el carácter de dominado es el que corresponde a los sectores populares (Baño, 1985; Piña, 1987; Salazar y Pinto, 1999b).

Si bien los sectores populares han sufrido la imposición de un determinado orden social y político y, en este sentido, han debido obedecer el mandato de los sectores dominantes durante gran parte de la historia, no debemos olvidar que es precisamente la condición de dominados la que les otorga la posibilidad de constituirse como sujetos sociales y políticos. Como ha planteado Rodrigo Baño (2004), la imposición del orden político, que garantiza el privilegio de los sectores dominantes, no puede entenderse sino como respuesta al proyecto alternativo que los sectores populares sustentan, de manera real o virtual. Es esta tensión constante la que permite entender no sólo el carácter conflictivo de las relaciones sociales sino también como ocurren las transformaciones históricas. Los sectores populares son así potenciales sujetos populares, es decir, actores con capacidad para constituirse en movimientos sociales y políticos, y con

posibilidades de actuar en contra del orden impuesto, generando resistencia o luchando por instalar un proyecto alternativo de sociedad.

Para los sectores dominantes la posibilidad de que los sectores populares se constituyan en sujetos populares es un peligro siempre latente. Estos desconfían de las posibles respuestas que los sectores populares puedan desarrollar frente a la dominación, como insurrecciones o revueltas, y desconfían más aún de las orientaciones políticas que estos sectores puedan tener.

Como señala Rodrigo Baño (2004) la dominación, en tanto conflicto que define a los sectores populares, ha tendido a desarrollarse históricamente a través de dos ejes. El primero de ellos se manifiesta de manera directa en la explotación de los trabajadores (apropiación del producto de su trabajo), como resultado de las relaciones de producción en el capitalismo. En este eje de desarrollo los sectores populares se definen dentro del clásico conflicto de clases. El segundo eje de desarrollo se expresa indirectamente en la exclusión de los sectores populares de la participación en el producto social. Los sectores populares, siendo la mayoría, no sólo participan de una parte minoritaria de las riquezas socialmente producidas sino que además tienen escasa o nula injerencia en las decisiones sobre cómo ese producto social se reparte. Esto genera diferencias en base al ingreso y la capacidad de consumo, a partir de las cuales se divide a la sociedad en estratos. Es aquí donde la dominación se encubre identificando a los sectores populares con los estratos “pobres” (Baño, 2004).

La diferenciación de estos ejes permite distinguir dos subgrupos al interior de los sectores populares, que constituyen su identidad en relación con cada una de estas manifestaciones del conflicto. El primero corresponde a los trabajadores y empleados que han constituido su identidad en el conflicto de la producción, es decir, que se han identificado con la “clase trabajadora”, la “clase obrera” o el “proletariado”. Se trata de la base popular ortodoxa, que como movimiento ha tenido una larga historia vinculada a las reivindicaciones laborales, la organización en sindicatos y la adhesión y participación en partidos de izquierda (Baño, 2003; 2004). El segundo corresponde a los sectores generalmente excluidos del sistema productivo (desocupados crónicos, trabajadores por cuenta propia, obreros sin calificación y de ocupación temporal, trabajadores domésticos y otros), que han sido denominados por la teoría social de las más variadas formas: sectores informales, marginales, excluidos, etc. Se trata de la base popular

heterodoxa, que ha tendido a identificarse con los “estratos pobres”, centrando su identidad en el conflicto de la distribución y el consumo. Históricamente se constituyeron en movimiento de forma más reciente que los trabajadores, y su accionar se ha centrado en los problemas de vivienda y otros servicios básicos. Desde este punto de vista sus vínculos con la política han sido menos permanentes y han seguido orientaciones muy diversas.

Cabe recordar que estas distinciones son analíticas y que por tanto sirven para leer de una determinada forma la realidad, la que resulta ser mucho más compleja y difusa. El uso de estas definiciones es fundamental para identificar a los sectores populares en relación con su posición en la estructura socioeconómica, conocer sus relaciones con la política y ver de qué forma esto ha condicionado la adhesión de una parte de ellos a movimientos, partidos y liderazgos de carácter populista y, de forma particular, al partido Unión Demócrata Independiente.

II.1.2. Liderazgos, movimientos y partidos populistas en Chile. Una breve revisión.

Rodrigo Baño plantea la existencia de una tendencia relativamente estable en la relación de los sectores populares chilenos con la política. Esta tendencia, que se puede rastrear históricamente, oscilaría entre la apatía y la adhesión a liderazgos, movimientos y partidos de carácter populista (Baño, 2003). Desde esta perspectiva los sectores populares, principalmente los base popular heterodoxa, serían una especie de “masa disponible” para fenómenos de este tipo. Siguiendo la tesis de Baño, en este apartado haremos una breve revisión de los vínculos de los sectores populares, principalmente la base heterodoxa, con la política, en particular con la adhesión a líderes y movimientos que han sido caracterizados como populistas.

El siglo XX se inicia en Chile de la mano con la llamada “cuestión social”, una categoría europea que en nuestra realidad representa la emergencia de un doble fenómeno: por un lado, el deterioro de las condiciones de vida de los sectores populares, y, por otro, la emergencia de la protesta social obrera encaminada a transformar dicha condición (Garcés, 2004). Este proceso da cuenta de la aparición en escena de un sujeto popular que si bien posee un origen rural (Faletto y otros, 1971), posee un perfil distinto del campesino, a saber, el obrero asalariado (García de la

Huerta, 2004). En este contexto los sectores obreros comienzan a organizarse para protestar en contra del sistema de dominación que los tiene sumidos en la miseria¹.

Sin embargo a poco andar diversos factores² fueron evidenciando un vacío de conducción en el naciente movimiento (Salazar y Pinto, 1999 a). Teniendo en cuenta además que *“la pauperización creciente y la cesantía contribuyen a crear la imagen del Estado como único agente eficaz en la solución de las urgencias económicas populares”* (Faletto y otros, 1971: 30), es posible apreciar la creación de un escenario donde los sectores populares no tenían muchas alternativas más que la de servir de “base de apoyo” a los sectores medios y a la burguesía incipiente (Faletto y otros, 1971). Así la coyuntura generó un terreno fértil para la *“arenga demagógica”* y para la emergencia de algún *“caudillo”* (Salazar y Pinto, 1999 a), dando origen en Chile a la experiencia proto-populista (Coniff, 2003). Así, surge el liderazgo de Arturo Alessandri Palma, el “León de Tarapacá”, quien perteneciendo a la clase política³, fue el primero en captar el fenómeno de masas emergente en la política chilena (Walker, 1986). Su discurso, con fuertes rasgos reformistas, estaba cruzado por la inclusión de expresiones populares que buscaban que “el pueblo” cifrara en él sus esperanzas de oposición real al régimen oligárquico⁴ (Walker, 1986). No obstante al ser elegido Presidente sólo consiguió reestablecer el sistema político en crisis, neutralizando y despotenciando a los movimientos sociales (Salazar y Pinto, 1999 a)⁵.

¹ El final de la Primera Guerra Mundial dislocó seriamente la economía chilena, que era una economía dependiente de tipo primario-exportador (Walker, 1986). En este sentido la invención del salitre sintético trajo graves consecuencias, principalmente para los sectores populares. En 1920 *“más de 10.000 mineros y sus familias se dirigieron a Santiago, infectando la ciudad con el virus de la desesperación –y la viruela”* (Collier y Sater, 1998: 180).

² Entre estos factores podemos citar la heterogeneidad de sus organizaciones sindicales, el carácter reivindicativo y gremial de sus movilizaciones (Faletto y otros, 1971), la falta de un discurso de poder y de una orientación política,

³ Abogado, actuó en una de las fracciones del Partido Liberal, Diputado, Ministro de Obras Públicas y Senador por el Norte Grande, en cuya campaña se le puso el sobrenombre de “León de Tarapacá” (Gamonal, 1986)

⁴ Una de las expresiones más conocidas del discurso de Alessandri se manifiesta en la oposición entre la “canalla dorada” (la oligarquía) y la “querida chusma” (el pueblo).

⁵ Arturo Alessandri Palma fue nuevamente elegido presidente en 1932, cargo que ejercerá hasta 1938 (Collier y Sater, 1998).

Durante este convulsionado periodo de nuestra historia⁶, surgen otros caudillos que, por distintas vías, buscan canalizar el descontento y encausar las demandas de los sectores populares. De estos destacan dos hombres cuyos liderazgos nacen en el seno de la oficialidad joven del Ejército, que estaba en ese entonces muy sensibilizada con la “cuestión social”. Se trata de Carlos Ibáñez del Campo, caracterizado por un liderazgo muy personalista, autoritario y que busca distanciarse de la política y de Marmaduque Grove⁷ que, por otra parte, busca aglutinar a los sectores populares y medios en un referente político nacional.

Carlos Ibáñez fue adquiriendo mayor poder a través de su participación dentro del gobierno⁸, hasta que consigue hacerse elegir Presidente, con lo que establece una dictadura personal hasta 1931. Su enorme respaldo público dice relación con la prosperidad económica que vivió el país durante gran parte de su gobierno, lo que le permitió realizar una cantidad enorme de obras públicas. Sin embargo lo que más seducía a las masas era su imagen de “hombre fuerte” -por la que se ganó el apodo de “Mussolini Chileno”- y su distancia de los partidos, tan desprestigiados en esos entonces (Collier y Sater, 1998)⁹. A pesar de esto, le fue imposible retener el poder, dado el descontento social que provocó la crisis económica de los años 30, que llevó a una movilización incontrolable (Collier y Sater, 1998). Sin embargo el “Mussolini Chileno” estaba lejos de desaparecer de la escena política y de la conciencia colectiva de los sectores populares.

En esta época Marmaduque Grove, uno de los artífices de la fracasada República Socialista, veía crecer su popularidad a pesar de su exilio en Isla de Pascua¹⁰. Grove y otros forman en 1933 el Partido Socialista, que se sustenta en una doctrina marxista y en un programa

⁶ Nos referimos al período 1920-1932.

⁷ Ambos encabezaron el golpe de Estado del 23 de enero de 1925, que exigió el retorno de Alessandri (Walker, 1986), sin embargo con el tiempo tomarían caminos muy disímiles.

⁸ Fue Ministro de Guerra en el gobierno de Arturo Alessandri y más tarde Ministro del Interior y Vicepresidente en el gobierno de Emiliano Figueroa, al cual obliga a renunciar para postularse como Presidente en 1927.

⁹ Alberto Edwards en “La Fronda Aristocrática” describe a Ibáñez como “(...) un hombre justo y fuerte, de espíritu recto, de sanas intenciones, no enfeudado a partido alguno, y que, además, mejor que nadie garantiza lo que para el país es ahora esencial: la permanencia de una autoridad ‘normalmente’ obedecida y respetada” (Edwards, 1982: 291).

¹⁰ En 1932 fue postulado como candidato presidencial sin saberlo, a pesar de lo cual obtuvo el segundo lugar con un 18% (Walker, 1986).

absolutamente nacional, que busca articular a los sectores medios y trabajadores para hacer frente a las tareas antioligárquicas que estaban pendientes (Walker, 1986). Este referente nacional-popular estaba directamente vinculado a la imagen personal de “don Marma”, pues “*para miles de ciudadanos, el socialismo se confundía con la persona de Marmaduke Grove*” (Jobet, 1971). Muchas veces descrito como un caudillo mesiánico y personalista (Ibíd.), Grove no creía en determinismos económicos ni en la lucha de clases. El socialismo era para él un ideal más que una ciencia y desde ese punto de vista creía más en la nación, desde la perspectiva de los pobres, que en el proletariado, desde la perspectiva marxista (Walker, 1986). Esta visión es la que imprime al Partido Socialista un carácter explícitamente populista, donde el nacionalismo es un elemento fundamental –al igual que en otros movimientos similares que se dan en la época en la región– que logra suscitar un amplio respaldo popular¹¹.

El carácter nacional y popular del Partido Socialista se refuerza con su incorporación al “Frente Popular”, una estrategia planteada por el VII Congreso de la Tercera Internacional para unir fuerzas democráticas y frenar así el avance del fascismo en el mundo. De este modo en Chile el Partido Radical, el Partido Comunista y el Partido Socialista confluyen en una coalición unitaria en abril de 1936. Ese mismo año el movimiento sindical daba un paso significativo al formar la Confederación de Trabajadores de Chile (CTCH), dando un fuerte impulso a las aspiraciones de transformaciones económicas de los sectores populares (Walker, 1986; Garcés, 2004) y formado parte activa del Frente Popular. Esta coalición llegó al gobierno en 1938 con Pedro Aguirre Cerda, con una campaña marcada por una apelación directa a lo popular: “pan, techo y abrigo” era uno de sus lemas (el mismo que proclamaba Grove en la República Socialista), y prometiendo la mejora de las condiciones económicas a través de la industrialización. Sin embargo, al igual que sus predecesores, postergó las demandas populares (la promulgación de una ley de sindicalización campesina, por ejemplo) poniendo el énfasis en los “roles empresariales” del Estado (Garcés, 2004). Así lo expresó el mismo Aguirre Cerda al evaluar su gobierno:

¹¹ Es así como entre 1932 y 1938 el Partido Socialista logra el respaldo más poderoso que partido alguno de la clase obrera haya tenido nunca en Chile, pues “*poseía aquella mística fervorosa y espontánea en las masas que fue llamada grovismo y que permitió al partido penetrar en todos los sectores de la tierra, bajar a los piques de las minas, recorrer las pampas, subir los riscos, y llegar hasta donde hubiera un hombre que deseara un poco de justicia y bienestar*” (Faletto y otros, 1971: 102).

“Le prometimos al pueblo sacarlo de la miseria, levantarle su nivel social, económico y moral. Aparte de la acción inteligente y constructiva de unos cuantos de mis ministros hemos perdido aquí el tiempo con largos debates y discusiones, sin llegar nunca a las soluciones prácticas y efectivas de los grandes problemas. Me embarga el alma una profunda pena, porque me imagino que el pueblo, al que tanto amo, pudiera pensar que lo he engañado” (Olavarria, 1962-65. Citado en Collier y Sater, 1998: 214)

Tras el fracaso de la experiencia del Frente Popular existía un enorme clima de desencanto con respecto a la política y a los partidos políticos. En este contexto resurge la figura de Carlos Ibáñez del Campo, que había logrado crear una imagen que lo situaba por encima o en contra de la “partidocracia” (Di Tella, 1997), a pesar de que en 1949 forma su propio partido, el Partido Agrario Laborista (PAL). El apodado “general de la esperanza” organiza una campaña explícitamente populista para las elecciones de 1952, emulando claramente a Juan Domingo Perón (Di Tella, 1997), con un discurso antioligárquico¹² que se caracteriza por su amorfismo (Collier y Sater, 1998). Consiguiendo el apoyo de algunos sectores sindicales, que se sintieron atraídos por esta versión local del peronismo (Di Tella, 1997), y gracias a la incorporación de los sectores marginales a la política formal –lo que se expresó en un aumento significativo de la votación con respecto a la anterior elección (Baño, 2003) – Ibáñez arrasa con sus contendores y es elegido Presidente de la República (Di Tella, 1997)¹³.

Esta elección es especialmente significativa porque es la primera en la que se puede comprobar la movilización masiva de un candidato a la Presidencia, específicamente en su expresión electoral. Como señala Rodrigo Baño (2004), no es conveniente hablar de una gran participación cuando aún no se había establecido el derecho a voto de las mujeres y cuando ni siquiera la participación masculina es muy extendida. En consecuencia el aumento electoral que produce el “terremoto ibañista” es el indicador de una auténtica movilización de carácter populista, en tanto expresa la inclusión de las capas populares, especialmente de los sectores heterodoxos, al proceso de participación en los mecanismos de la política formal. Cabe

¹² Su campaña fue simbolizada por una escoba, a través de la cual barrería con los poderosos (Baño, 2003).

¹³ Su candidatura fue apoyada también por el Partido Democrático Nacional (PADENA) y por el grueso del Partido Socialista, que se había dividido en el Partido Socialista Popular (PSP) y el Partido Socialista de Chile (PSCH). El primero apoyó a Ibáñez, mientras el segundo (junto al PC) apoyó la candidatura de Salvador Allende (Di Tella, 1997).

mencionar que las capas populares urbanas habían aumentado de manera explosiva debido a la migración campesina producida entre 1930 y 1950, y al no tener cabida en términos laborales deben trabajar de manera ocasional y sobrevivir gracias a desechos del desarrollo industrial. Son sectores que habitan en los márgenes de las ciudades, en las poblaciones denominadas “callampas”, y que paulatinamente se convertirán en nuevas fuerzas sociales y políticas que se sumaran al largo proceso de movilización popular que venían experimentando principalmente los sectores obreros, desde comienzos de siglo. En los años 60 estos “pobres de la ciudad” darán vida al movimiento de pobladores, cuya organización y demandas buscarán la solución de problemas vinculados a servicios básicos, como alcanzar viviendas dignas (Baño, 1985; Garcés, 2004).

Con el fracaso del gobierno de Ibáñez se estabilizaría nuevamente el sistema de partidos. En este contexto surgía en el centro una nueva fuerza que paulatinamente reemplazaría al Partido Radical y que lograría un alto nivel de inserción en los sectores populares: la Democracia Cristiana (PDC) (Di Tella, 1997). Este partido fue creado en 1957, a través de una fusión de los falangistas, con socialcristianos y conservadores desprendidos del partido de derecha, además de una fracción del ibañismo (Baño, 2004). La Democracia Cristiana experimenta un rápido crecimiento, en parte porque va a centrar su trabajo en el campo y en las poblaciones “callampas” (de donde surgía la mayoría de los nuevos votantes). De este modo su emblemático líder Eduardo Frei Montalva -que se caracteriza por un liderazgo personalista¹⁴ y un discurso emotivo y mesiánico (Baño, 2003)- obtiene la primera magistratura en 1964 con un 56,1% de los votos. Es esta ocasión la participación electoral se incrementa nuevamente de manera significativa, con respecto a las elecciones anteriores. Si bien el miedo al triunfo de Allende hizo que los sectores de derecha apoyaran masivamente la candidatura demócratacristiana, su triunfo no puede explicarse sólo por ese factor. El alto nivel de votación obtenido por Frei, que supera a la suma de la derecha y el centro juntos, tiene directa relación con el aumento de votantes y con la baja abstención, lo que estaría indicando un segundo momento importante en la participación política de los sectores populares marginales (base heterodoxa) y la adhesión que genera en estos sectores el liderazgo con rasgos populistas (Baño, 2003). Cabe recordar que entre las reformas prioritarias para el gobierno demócratacristiano se encontraba la “promoción popular”, el

¹⁴ En las elecciones parlamentarias de 1965 la Democracia Cristiana trabajó con el lema “¡un Parlamento para Frei!” (Collier y Sater, 1998).

fomento de la formación de redes de organización locales y de autoayuda, especialmente en las poblaciones “desorganizadas” de los barrios marginales. Para la izquierda este era un sistema paternalista con el cual el PDC podía ganar una gran clientela, con el fin de equilibrar su preeminencia en el movimiento sindical (Collier y Sater, 1998).

Al contrario de lo que podría pensarse, en las elecciones de 1970 no existirá un aumento significativo de la participación electoral, sino que más bien se acrecienta la abstención. Esto muestra que el estrecho triunfo obtenido por Salvador de Allende se sustenta principalmente en los sectores populares ortodoxos. Los sectores populares heterodoxos parecen más bien inclinarse por la candidatura de Alessandri, de carácter más personalista¹⁵. Sin embargo luego de las elecciones el escenario parece modificarse, en tanto las medidas impulsadas por el gobierno de la Unidad Popular logran adhesión en las masas marginales, que brindan su apoyo a la coalición en las elecciones municipales de 1971. Rodrigo Baño señala al respecto que estos sectores parecen mostrar una conducta oportunista ante el incremento de medidas inmediatas de beneficio directo, con el aumento de políticas públicas, que promueven una fuerte redistribución del ingreso y el aumento de oportunidades laborales (Baño, 2003). Es importante destacar que este apoyo fue mayoritariamente canalizado por el Partido Socialista, cuya base social sigue siendo diversificada, además de presentar un discurso más emotivo y rupturista. La base ortodoxa, en cambio, manifiesta su apoyo a las movilizaciones que buscan consolidar posiciones ligadas a la producción.

Paulatinamente se va evidenciando una diferencia en los intereses de ambas bases populares, las que al entrar en conflicto muestran una división que la Unidad Popular nunca pudo conjugar. En marzo de 1973, a pesar de los problemas económicos, sociales y políticos, la coalición logra un 45% de apoyo en las elecciones parlamentarias. No obstante se evidencia un leve aumento de la abstención y una disminución en el apoyo al Partido Socialista, lo cual pareciera indicar que una parte del sector heterodoxo se ha restado del proceso (Baño, 2003).

Durante el gobierno militar se desarticulan gran parte de las organizaciones sociales y políticas del sector popular, por tanto es muy poco lo que se conoce acerca de lo que ocurre

¹⁵ Jorge Alessandri Rodríguez, el “hijo del León”, fue Presidente de la República entre 1958 y 1964. Su figura estuvo siempre asociada a la popularidad de su padre, sin embargo cultivó algunos rasgos interesantes para captar adhesión popular, como su interés por mostrarse como “apolítico”.

políticamente con él. Por parte del gobierno la estrategia discursiva se orientó a acrecentar las diferencias internas entre ambas bases populares.

“El discurso fue sencillo: los trabajadores regularmente incorporados a las empresas productivas constituían un sector privilegiado que, gracias a las presiones sindicales y políticas, habían logrado aceptables niveles de bienestar; los verdaderos pobres eran los marginales, a ellos había que ayudarlos a salir de la miseria” (Baño, 2003: 312).

La diferenciación permitió realizar subsidios focalizados a la pobreza, lo cual, además del fuerte discurso paternalista, posibilitó la existencia de una fracción de los sectores populares heterodoxos fuertemente adherentes a la figura del general Pinochet, aún después del término del régimen militar. Esto es lo que se ha denominado “pinochetismo popular”¹⁶. No obstante este apoyo al gobierno autoritario no fue masivo, suscitando incluso movilizaciones en su contra tras la crisis económica de 1982. Las llamadas “protestas nacionales” harán reaparecer a los sectores populares en la arena política. Sin embargo en estas movilizaciones la diferenciación entre las bases populares ortodoxas y heterodoxas persiste, originando un movimiento sindical, con una base principalmente obrera y con un énfasis en el conflicto en la producción; y un movimiento poblacional, con unas bases más heterogéneas y con un conflicto centrado en el ámbito de dominación urbana¹⁷.

El retorno a la democracia se estructura sobre la base de un pacto entre la concertación de partidos políticos opositores a la dictadura y las cúpulas militares y empresariales del país. Pacto que incluyó la reforma parcial a la Constitución de 1980, la continuidad del modelo neoliberal y la exclusión de los movimientos sociales. En este contexto los sectores populares - que habían dado vida a las movilizaciones en contra de la dictadura- son apartados del proceso, siendo éste hegemonizado por los sectores medios y el centro político (Baño, 2003). Entre los efectos del cambio de administración política están las transformaciones ocurridas en la estructura ocupacional chilena, las cuales van a determinar variaciones en la composición interna

¹⁶ Ver Rodríguez Erika. Pinochetismo Popular. Aproximación al fenómeno pinochetista en poblaciones del Gran Santiago. Tesis para optar al título de socióloga. Santiago, Chile. Universidad de Chile. 2002.

¹⁷ Ver Baño Rodrigo. Lo Social y lo Político, un dilema clave del movimiento popular. Santiago, Chile FLACSO.. 1985.

de los sectores populares, en términos de su inserción en el mercado del trabajo. Desde luego esto no sólo modificará las condiciones de vida de estos sectores, sino que también incidirá en sus dinámicas organizacionales e identitarias y en sus vinculaciones políticas. Se observa, por tanto, la disminución cuantitativa de los sectores populares ortodoxos (clase obrera), lo que traerá como resultado el debilitamiento de su peso específico en la sociedad. Esta disminución tiene directa relación con procesos de resentimiento de las actividades productivas, en favor de las actividades de servicio, y de la contracción del peso de la industria dentro de la economía del país (Martínez y Tironi. Citado en Hernández, 1989). Ante este escenario un gran contingente de trabajadores tradicionalmente ligado a las actividades productivas debe buscar nuevas formas laborales, lo cual no siempre es una tarea exitosa.

Entre las nuevas formas laborales reaparecen con fuerza prácticas de “economía informal”, otros trabajadores simplemente no pueden insertarse en estas u otras actividades y pasan a engrosar las filas de la población cesante. En este contexto los derechos laborales, una de las banderas de lucha de los sectores populares a comienzos del siglo XX, quedan fuera de la actual discusión relativa a las condiciones de vida de estos sectores. En su lugar el tema más apremiante dice relación con la cesantía, el desempleo y, en menor medida con el empleo precario. A su vez la pobreza y la delincuencia toman lugares protagónicos en el discurso oficial, como parte de las nociones que van a caracterizar la mirada hacia lo popular en el Chile contemporáneo.

En lo político, a partir del año 1993, la apatía se presenta como el fenómeno más importante del periodo post dictatorial. Esto se expresa en la baja inscripción electoral, en el aumento de abstención y de los votos nulos y blancos, tal como se aprecia en el Cuadro N° 1, pero también en la disminución de preferencias orientadas políticamente en quienes participan de las elecciones. Esto quiere decir que dentro de la masa votante hay un porcentaje creciente de sectores que se consideran apolíticos, que participa de los procesos electorarios en función de elementos circunstanciales y que, por tanto es un voto cambiante, no necesariamente coherente en las diversas elecciones. De este modo puede ser un “voto cruzado” o derivar eventualmente hacia el voto nulo o blanco (Baño, 2005). Este tipo de votante, que es muy fuerte entre los sectores populares heterodoxos, prefiere participar en las elecciones presidenciales que en las

parlamentarias o las municipales, mostrando una inclinación a apoyar a candidatos que manifiestan características populistas (Baño, 2003 y 2005)

Cuadro N° 1. No participación en decisiones electorales (porcentajes)

	Pres. 2005	Mun. 2004	Dip. 2001	Mun. 2000	Pres. 1999	Dip. 1997	Mun. 1996	Pres. 1993
Abstención	12,4	18,3	13,5	13,2	10,6	12,7	12,3	8,7
Nulos y Blancos	3,7	10,8	12,7	8,1	3,0	11,2	11,2	5,5
No inscritos	25,0	25,0	21,4	20,0	18,7	15,0	15,0	9,7
Total fuera	37,0	42,0	40,2	36,0	30,4	40,0	30,0	22,0

Fuente: Baño, 2005: 33

Esto podría explicar cómo en la primera elección tras el retorno a la democracia el candidato Francisco Javier Errázuriz, conocido popularmente como “Fra – Fra”, logra una votación tan alta. Este candidato de orientación política de derecha, obtuvo el 15% de la votación, a pesar de no estar apoyado por ningún partido consolidado en la política nacional. Esto puede explicarse por el estilo de su campaña caracterizado por un fuerte personalismo (Baño, 2003). En la siguiente elección presidencial el apoyo de carácter populista se inclinará hacia la candidatura del demócratacristiano Eduardo Frei Ruiz-Tagle, tal vez por la identificación con el “aura carismática de su padre”. Esto le otorgará un 15% más de votos de los que obtuvo su coalición en las elecciones de 1989, obteniendo un apoyo del 58% (Baño, 2003).

En las reñidas elecciones de 1999 el socialista Ricardo Lagos gana con un 51,31% de los votos. Sin embargo Joaquín Lavín obtiene un porcentaje no despreciable: 48, 69 % de apoyo. En estas elecciones Lavín genera enorme arrastre entre los sectores populares, dado el contexto de crisis económica, el desgaste “natural” de la coalición gobernante y una campaña altamente personalista, entre otras cosas. Esto se suma al trabajo que viene efectuando su partido en las

poblaciones desde los años 80. Sin embargo la popularidad de Lavín¹⁸ sufre un paulatino desgaste que contrasta con el creciente respaldo otorgado al Presidente Lagos, cuyo liderazgo es descrito frecuentemente como paternalista y autoritario. De este modo en las últimas elecciones presidenciales el apoyo de carácter populista parece desviarse hacia el otro candidato de la Alianza: Sebastián Piñera (RN), a quien se percibe más como empresario que como político (Baño, 2005).

De esta breve revisión de podemos concluir, de acuerdo con la tesis de Rodrigo Baño (2003), que el sector popular ortodoxo se ha vinculado históricamente a la política a través de organizaciones sociales y partidos donde ven reflejada su condición de clase dentro de la dinámica capitalista. El sector popular heterodoxo, en cambio, ha tenido una relación menos estrecha con la política marcada por una participación circunstancial, que fluctúa entre la apatía y la no-participación. Según Rodrigo Baño esta apatía parece transformarse sólo en las elecciones presidenciales en favor de quienes manifiestan tendencias de corte populista (Baño, 2003). Esto es reforzado por Gabriel Salazar, quien señala:

“Es efectivo que las campañas electorales (presidenciales, sobre todo) han producido una fuerte ‘agitación política’ desde 1920, entre 1946 y 1973. Sin embargo, los fenómenos de politización masiva surgen, regularmente como casos de ‘fiebre coyuntural’, y asociados a formas más bien espurias de participación (seguidismo, farándulas y murgas callejeras, etc.). La ‘politización masiva’ (que incluye el clientelismo militante que sustenta a los partidos) es la antítesis de la politicidad propia de una comunidad republicana. Es política de comparsa, no política responsable. Fuegos de artificio que pueden derivar en ‘acciones directas’ carentes de mediaciones auto-reflexivas” (Salazar y Pinto, 1999 a: 89).

El apoyo a figuras de carácter populista tiene, tanto en la etapa anterior a la dictadura como después de ella, una estrecha relación con periodos de crisis económica, donde las condiciones de vida de los sectores populares se ven mucho más afectadas. De esta forma, los segmentos que en tiempos de estabilidad se muestran indiferentes frente a la política, parecen

¹⁸ El liderazgo de Lavín será analizado más adelante, cuando abordemos las características populistas de la UDI.

mostrar un interés por participar en los procesos eleccionarios motivados por un cierto oportunismo. Esta tendencia se hace aún más patente en la era post dictatorial donde aumenta la indiferencia política. Cabe destacar que en este periodo el sector popular heterodoxo experimenta un crecimiento debido a las consecuencias del neoliberalismo, por lo que se ve marginado del mercado del trabajo. Pero también es excluido del proceso político, encontrándose en una situación de fragmentación y atomización social. A su vez, la disminución de la importancia del sector ortodoxo, en lo económico y lo político y la incapacidad de confluir con los otros sectores en un movimiento unificado, crean las condiciones propicias para el desarrollo de un neopopulismo, que se erige sobre la base de liderazgos personalistas y aparentemente apolíticos, que hacen hincapié en la solución de problemas inmediatos, principalmente de orden económico.

II.2. El Problema de Investigación

Durante gran parte del siglo XX los partidos políticos chilenos parecían representar claramente los intereses de los distintos grupos o clases sociales existentes en el país. De este modo la base social de apoyo de la izquierda, estaba mayoritariamente formada por los sectores populares. La base de sustentación del centro, estaba compuesta principalmente por las clases medias. Finalmente la derecha, tenía una base social fundada en los grandes propietarios y miembros del empresariado¹⁹. A pesar de que la derecha y el centro lograron ganar algunas simpatías entre los sectores populares²⁰, hasta 1973 no lograron la adhesión que les permitiese salir de la “rotación de los tercios” y alcanzar por sí solos el poder.

Con el golpe militar y el posterior “retorno a la Democracia” las condiciones sociales, políticas y económicas del país se transformaron y con ello la relación entre estructura social y

¹⁹ Ver Baño, Rodrigo (ed.). Unidad Popular. Treinta Años después. Santiago, Chile. LOM. 2003. El apartado Actores y Partidos Políticos (especialmente la presentación de tema hecha por Fernando Alvear y la exposición de Genaro Arriagada). También Baño, Rodrigo. Los sectores populares frente a la política (algunos resultados de una encuesta). Santiago, Chile. FLACSO. 1985 b.

²⁰ Ver Valenzuela, Arturo. El quiebre de la Democracia en Chile. Santiago, Chile. FLACSO. 1989. Especialmente el Capítulo I: La Política chilena a mediados de siglo, p. 35-80. Cabe señalar que a pesar de que Valenzuela enfatiza el carácter heterogéneo de las bases sociales de apoyo de los partidos de Centro y de Derecha, los datos estadísticos que expone siguen comprobando que hay una correlación bastante fuerte entre estructura social y representación política.

representación política parece difuminarse. El actual sistema de partidos dista mucho de ser un sistema polarizado y centrífugo como el de los 70. Por otro lado, la lógica de los tercios ha sido reemplazada por la presencia de don grandes coaliciones que se llevan casi igualitariamente los votos del electorado. Muestra de ello es el mínimo porcentaje de diferencia que tuvieron ambas coaliciones en las elecciones presidenciales de 1999.

Si bien la mínima diferencia entre Lagos y Lavín puede explicarse por muchas razones, no deja de llamar la atención el hecho de que la derecha haya obtenido una votación tan alta, sobre todo porque su éxito se ha traducido en un aumento de la votación en las esferas locales también²¹, lo que no ha sido muy frecuente entre los candidatos populistas chilenos. Si se piensa que la Concertación es, en cierto modo, una coalición que alberga a las otrora tendencias de Centro y a uno de los partidos de la Izquierda tradicional (además del PPD) es relativamente comprensible de donde sale el apoyo que se lleva este sector. Sin embargo la coalición de derecha no alberga a ninguna fuerza de centro, por tanto el aumento en el apoyo electoral ha sido fruto del crecimiento hacia otros sectores, que antes votaban por otros partidos o que simplemente no votaban.

Este crecimiento ha sido canalizado principalmente por uno de los dos partidos que componen la Alianza por Chile. Se trata de la “Unión Demócrata Independiente” (UDI). La UDI ha logrado ampliar el porcentaje de votación que había mantenido por varios años, fenómeno que va más allá de la candidatura de Joaquín Lavín. Este crecimiento electoral podría explicarse por la ampliación en su base social de apoyo, captando a una parte de las capas medias y fundamentalmente de ciertos segmentos de los sectores populares.

²¹ En las últimas elecciones parlamentarias (2005) obtuvieron el 22,36% de los votos desplazando nuevamente a la Democracia Cristiana a un segundo lugar con un 20,76%. En la actualidad poseen 33 diputados (de un total de 120) y 9 senadores (de un total de 38). En lo que concierne a los municipios vemos que la UDI posee 86 alcaldes en todo el país de los cuales cerca de un tercio se ubican en las comunas más pobres. Por ejemplo en la Región Metropolitana poseen 19 alcaldes, 6 de los cuales se ubican en las comunas más pobres (sobre el 19% de pobreza), que en total también suman 19. Esto quiere decir que un poco más del 31% de los alcaldes de las comunas más pobres pertenecen a la UDI. Fuentes: <http://www.udi.cl> y Encuesta CASEN 2000, en <http://www.mideplan.cl>.

A partir de esto surgen varias preguntas interesantes para la investigación social, tales como: ¿Cuáles son los factores que estarían explicando la votación de los sectores populares por la UDI?, ¿qué mecanismos ha utilizado este partido para captar la adhesión de dichos sectores?, ¿qué rol cumplen los liderazgos personalistas en esta adhesión?, ¿qué tipo de vínculos existen entre los dirigentes del partido y las bases sociales?, ¿puede esta adhesión caracterizarse como un caso de populismo o neopopulismo?.

De este modo el problema de investigación es la caracterización de las prácticas y el discurso de la UDI para captar la adhesión de los sectores populares en la comuna de Conchalí.

II.3. Objetivos

- **Objetivos generales:**

- a) Caracterizar las prácticas y el discurso político utilizados por el partido Unión Demócrata Independiente (UDI) para captar la adhesión de los sectores populares, en la comuna de Conchalí.
- b) Analizar si estas prácticas se enmarcan dentro del fenómeno neopopulista que caracteriza a las democracias actuales y cuáles son los rasgos específicos que asume en un contexto local.

- **Objetivos específicos:**

- a) Describir el trabajo político de la UDI con los sectores populares, desde su creación en los años ochenta hasta nuestros días.
- b) Analizar si estas prácticas corresponden a lo que se ha definido como neopopulismo.
- c) Caracterizar el trabajo político para captar la adhesión de los sectores populares de la

UDI en Conchalí

- d) Identificar la presencia de rasgos neopopulistas en el trabajo político de la UDI en la comuna de Conchalí.
- e) Analizar cómo se formaron las redes políticas que la UDI posee actualmente en la comuna de Conchalí.
- f) Describir la estructura actual de las redes clientelares, es decir, determinar cuáles son sus componentes, en qué niveles se ubican, qué funciones cumplen y cómo se relacionan entre sí.
- g) Caracterizar el trabajo realizado por los mediadores políticos, poniendo atención en los vínculos rutinarios entre estos y los pobladores (“clientes”).

III. METODOLOGÍA

III. 1. Perspectiva metodológica y tipo de investigación

La investigación que aquí se expone es de carácter cualitativa y está basada en una perspectiva etnográfica. Las características de la investigación etnográfica, de modo general, según Atkinson y Hammersley (1994) son:

- Énfasis en la exploración de la naturaleza particular de los fenómenos sociales, más que en llevar a cabo pruebas de hipótesis acerca de ellos.
- La tendencia a trabajar con datos “inestructurados”, esto es, datos que no se han codificado previamente a su recolección en un conjunto de categorías analíticas cerradas.
- Investigación de un número pequeño de casos, a veces solo un caso, en detalle.
- Un análisis de datos que involucra la interpretación explícita de los significados y funciones de las acciones humanas, producto que toma la forma de descripciones y explicaciones verbales principalmente, con un rol de la cuantificación y el análisis subordinado al máximo.

La presente investigación se basa en el enfoque etnográfico y se aborda como un estudio de caso, en tanto busca identificar y caracterizar el discurso y las prácticas políticas del partido Unión Demócrata Independiente en la comuna de Conchalí. En este tipo de estudios el/la investigador/a explora una entidad singular o fenómeno –el caso-, buscando la exploración de una trama que comprende los datos y el tipo de relaciones teóricas no observables que se establecen entre esos datos. En el estudio de caso el/la investigador/a apunta a adquirir la percepción más completa posible del objeto, considerándolo holísticamente en lugar de analizar sus partes por separado (Vieytes, 2004). No obedece a la lógica estadística, por lo que no se rige

por el principio de representatividad de la muestra. Su finalidad, por tanto, es la búsqueda de la significación de los datos.

Escogimos este enfoque porque estimamos que era el más adecuado de acuerdo a los objetivos fijados y según el tiempo y los recursos de los cuáles disponíamos. Cabe señalar que es necesario un enfoque metodológico de este tipo, en primer lugar, porque el trabajo realizado en terreno por este partido sólo puede conocerse a través de la descripción de las prácticas llevadas a cabo por sus militantes en contacto directo con sus potenciales electores. Para ello es necesaria una observación directa de dichas prácticas y el adecuado registro etnográfico. En segundo lugar, la escasez de registros escritos sobre el crecimiento de la UDI en las zonas populares urbanas del Gran Santiago – y del país – nos obliga a utilizar el testimonio de sus actores como principal fuente de análisis del fenómeno. En tercer lugar las redes clientelares se forman y refuerzan en la realidad cotidiana de los individuos que las componen y el carácter de los contactos establecidos va más allá de la cuantía de recursos y de votos que pueden circular de un lado hacia otro. El vínculo clientelar se sustenta en un complejo entramado de significaciones que pueden ser conocidas de manera más profunda a través del discurso de sus propios actores.

III. 2. Población, unidad de análisis y muestreo.

La población o universo del estudio está compuesta por los/as militantes y simpatizantes del partido Unión Demócrata Independiente (UDI) que viven en la comuna de Conchalí y/o trabajaron en la campaña política para las elecciones municipales del año 2004.

Escogimos la comuna de Conchalí por su carácter popular y sus cualidades geoestratégicas para la conquista del electorado de la zona norte de la capital. Así lo han entendido al interior de la UDI. Por ejemplo el ex ministro del Régimen Militar, José Piñera utilizó su candidatura a alcalde por Conchalí, cuando era militante de la UDI, como ventana para su futura candidatura presidencial. Aunque Piñera obtuvo la mayoría de los votos, no obtuvo el puesto municipal porque su pacto no era mayoritario. Piñera pretendía modernizar esta comuna de escasos recursos para dar a conocer al país sus cualidades como gobernante. Así también lo

entendió Pablo Longueira, quien tras haber sido por tres períodos consecutivos Diputado por el Distrito 30 (San Bernardo, Calera de Tango, Buin y Paine, en la zona sur), decidió presentar su candidatura por el distrito 17 en las elecciones parlamentarias del 2000 (Conchalí, Huechuraba y Renca, en la zona norte). En esa ocasión su jefe de campaña fue Alfredo Galdames, un conchalino y emblemático dirigente poblacional del partido, fundador del Departamento Poblacional de la UDI y su presidente por mucho tiempo. Galdames sería el candidato a alcalde UDI en la comuna de Conchalí, en las elecciones del año 2004.

Las unidades de análisis son:

- a) Los discursos y prácticas de los individuos que participan en la campaña municipal del año 2004.
- b) Las relaciones de protección, cooperación, conflicto, etc. entre estos individuos.

En concordancia con el enfoque y el tipo de investigación, las muestras se seleccionaron de manera intencional, a través del tipo de muestreo en cadena o “bola de nieve”. A través de este método los informantes claves fueron emergiendo a partir de vínculos con los contactos iniciales. Al basarse en relaciones, este tipo de muestreo tiene una direccionalidad coherente con la delimitación de estructuras sociales emergentes, como son las redes clientelares. Cabe señalar que esta es una de las estrategias de muestreo más utilizadas en el análisis de redes sociales (Hannemann, 2000).

III. 3. Técnicas de recolección de la información

Para describir el trabajo político de la UDI con los sectores populares, desde su creación en los años ochenta hasta nuestros días, se utilizó el análisis de fuentes secundarias, tales como investigaciones, *papers*, reportajes, artículos de revistas y prensa, documentos oficiales y páginas web. A partir de esta documentación se hizo una selección del material que permitiera reconstruir el historial del partido con un especial énfasis en su trabajo en las poblaciones y en su

discurso hacia los pobres.

Para analizar la implantación local de la UDI en la comuna de Conchalí la herramienta principal para la recolección de información fue la observación participante. Partiendo de un acercamiento inicial a ciertas actividades de la corporación Pilar Urrutía, se logró generar los vínculos necesarios para formar parte activa del equipo de campaña de Alfredo Galdames. De este modo me correspondió acompañar a un grupo del equipo en las diversas actividades, haciendo la promoción del candidato. Desde luego participé como una persona más del equipo realizando campaña “casa a casa”, “volanteo”, hablando por alto parlante y haciendo promoción en las ferias.

Durante el período que abarcó desde el 06 de Junio hasta el 07 de Agosto, participé en tres actividades de la corporación Pilar Urrutía, una en cada mes. Posteriormente, desde el 14 de Agosto hasta el 22 de Octubre, participé en la campaña propiamente tal, asistiendo dos a tres veces por semana a las actividades de campaña. La información obtenida con esta observación era diariamente registrada en un cuaderno de campo, la cual fue posteriormente sintetizada y fichada.

A través de este tipo de observación se logró, por una parte, generar vínculos de confianza con los informantes necesarios para obtener la información requerida, tendiente a dilucidar el carácter de las relaciones entre los militantes de la UDI (altos dirigentes y dirigentes intermedios). Por otra parte, esta técnica permitió identificar informantes claves y establecer relaciones más cercanas con ellos.

Una vez identificados los informantes claves, se procedió a conocer sus experiencias a través de entrevistas en profundidad de carácter semi-estructurado. De este modo buscamos conocer las vivencias subjetivas de los distintos actores que han incidido en el crecimiento de la UDI en Conchalí y que participan de las redes clientelares que dicho partido tiene en la comuna.

Se entrevistó, en primer lugar a los dirigentes más importantes de la estructura partidaria comunal, entre los cuales se encontraban tanto miembros de la directiva local como los encargados de la campaña y los candidatos a las elecciones municipales. En segundo lugar se

entrevistó a dirigentes intermedios de la UDI, que tuvieran algún grado de legitimidad entre las bases populares. Finalmente se entrevistó a ciertos dirigentes comunales de la Concertación. Las personas entrevistadas fueron 11. De esta forma la muestra integró a los siguientes sujetos:

- a) Alfredo Galdames Rojo: Fundador del departamento poblacional de la UDI. Integrante de la Comisión Política de dicho partido en los períodos 1996-1998, 1998-2000 y 2002-2004. Vicepresidente Nacional para el período 2004-2006. Candidato a alcalde por la comuna de Conchalí 2004. Entrevistas realizadas el 14 de Mayo y el 11 de Noviembre de 2004.
- b) Neftalí Pastén: Presidente comunal del partido. Entrevistado el 04 de Octubre de 2004.
- c) Alejandro Fernández: Jefe de campaña de Alfredo Galdames. Entrevistado el 28 de septiembre de 2004.
- d) Sergio Heredia: Secretario de campaña de Alfredo Galdames. Participante de la comunidad católica de Conchalí. Entrevistado el 27 de Septiembre de 2004.
- e) Rubén Carvacho: Dirigente poblacional de la UDI en los '80 (Presidente del Campamento Cardenal Raúl Silva Henríquez). Concejal de Conchalí (2005-2009). Entrevistas realizadas el 06 y 11 de Enero de 2005.
- f) María José Hoffmann: Presidente de la Juventud UDI. Concejal de Recoleta (2001-2005). Concejal de Conchalí (2005-2009). Entrevistada el 05 de Enero de 2005.
- g) Olivia Cortés: Secretaria de los concejales de la Alianza en la Municipalidad de Conchalí (1992-2004). Dirigente de centros de madres de la comuna. Precandidata a concejal por la UDI 2004. Entrevista realizada el 29 de Julio de 2004.

- h) Julieta Aguilar: Dirigente poblacional de Conchalí. Entrevista realizada en Enero del 2005.
- i) Héctor Aravena: Concejal Conchalí (Democracia Cristiana). Entrevistado el 01 de Octubre de 2004.
- j) Julio Arancibia: Concejal Conchalí (Democracia Cristiana). Entrevistado el 01 de Octubre de 2004.
- k) José Porto: Concejal Conchalí (Partido Por la Democracia). Entrevistado el 05 de Enero de 2005.

Estas entrevistas fueron almacenadas en un registro sonoro obtenido a través de una grabadora y posteriormente fueron transcritas, sintetizadas y fichadas. Cabe señalar que en el cuaderno de campo también se sintetizaron muchas conversaciones efectuadas de manera informal con militantes de la UDI, con colaboradores y simpatizantes y, con pobladores de la comuna de Conchalí, las cuales fueron igualmente válidas a la hora de ordenar la información y exponer los resultados de esta investigación.

IV. MARCO TEORICO-CONCEPTUAL

IV.1. Populismo y neopopulismo. Consideraciones iniciales.

Muchos autores coincidirán en señalar que el populismo ha sido uno de los fenómenos históricos más importantes (y recurrentes) de la experiencia política de América Latina (Drake, 1982; Touraine, 1989). A pesar de esto, explicitar qué se entiende por populismo y qué tipo de sucesos abarca ha sido un problema constante en la teoría social (Laclau, 1986; Burbano de Lara, 1998). En efecto, los intelectuales y los propios políticos suelen tildar de “populistas” indistintamente a movilizaciones de masas (urbanas o rurales) elitistas o anti – elite, a partidos políticos, movimientos, ideologías, estrategias discursivas, regímenes de gobierno, etc. (Mackinnon y Petrone, 1999). Si bien este trabajo no busca saldar la problemática (sería muy pretencioso de nuestra parte) intentaremos exponer algunos elementos que nos acerquen a una definición instrumental y sintética del concepto, es decir, que posibilite su aplicación al análisis de distintas realidades históricas y que, por tanto, se erija como una herramienta útil para explicar el fenómeno que nos interesa abordar: la inserción de la UDI en comunas populares.

Para ello nos parece necesario comenzar por una breve descripción de los orígenes del concepto y la manera en que éste ha sido utilizado para interpretar la historia de América Latina.

Históricamente el término populismo fue la expresión que encontraron los europeos occidentales para denominar al movimiento revolucionario ruso que fue emergiendo desde mediados del siglo XIX y que culminó en la formación de una organización política clandestina llamada *Narodnaya Volia*, que puede traducirse como Voluntad del Pueblo. Esta organización combatió al zarismo y luego fue desintegrada por la represión en 1883. Más tarde tuvo influencia en la revolución de los trabajadores rusos de febrero y octubre de 1917 bajo el liderazgo del Partido Socialista Revolucionario, el cual fue perseguido, reprimido y desintegrado por los bolcheviques. A mediados del siglo XIX el término populismo fue empleado para caracterizar la protesta de los *farmers* estadounidenses contra los terratenientes y banqueros, que culminó con la formación del *People's Party* o *Populist Party*, en 1890 (Quijano, 1998; Mackinnon y

Petrone, 1999). Luego de estos sucesos la difusión masiva del término en Europa y América Latina, especialmente antes de la Segunda Guerra Mundial, fue de la mano con la expansión del bolchevismo, tras la conquista del poder ruso en 1917. Lenin y los bolcheviques fueron los que infundieron a la palabra rusa *narodnichestvo* (traducida como populismo) un significado peyorativo, distorsionando las propuestas de los narodnikis, presentándolas como no-socialistas y, posteriormente, no-revolucionarios (Quijano, 1998).

Después de la Segunda Guerra Mundial, el término populismo se utilizó para caracterizar el “atraso” de las sociedades “tradicionales” y explicar las diferencias en la evolución política de estas²² (Quijano, 1998). Es en ese momento cuando el concepto comienza a utilizarse en América Latina para caracterizar los procesos de irrupción masiva de los sectores populares en el desarrollo urbano e industrial, y la manera en que son “incorporados” a la vida política. Si bien inicialmente el concepto se utiliza para dar cuenta de los procesos que tienen lugar a comienzos de siglo y, especialmente después de los años 30, su aplicación traspasará este periodo histórico y mostrará que obedece a una manera de hacer política que no ha perdido vigencia.

De este modo podemos distinguir tres etapas de desarrollo del populismo en América Latina:

- a) **Populismo temprano** (Drake, 1982; Conniff, 2003) o **proto-populismo** (Conniff, 2003). Abarcaría los primeros liderazgos que surgen para encausar las demandas populares, a principios de siglo (1900 a 1920 o 1930), en un contexto caracterizado por la crisis de la hegemonía tradicional de las clases altas, por el peligro de desborde social y las presiones que los sectores populares comienzan a ejercer en el sistema político. Los liderazgos populistas de este periodo atrajeron algunas simpatías del sector obrero, sin embargo se apoyaron fundamentalmente en las elites no comprometidas con el ejercicio del poder y en las clases medias emergentes (Drake, 1982).

²² El principal exponente de esta perspectiva en América Latina es el sociólogo argentino Gino Germani.

b) **Populismo clásico**²³ (Drake, 1982). Esta etapa se da en un momento de crisis política y desarrollo económico posterior a la Gran Depresión de los años 30 (Weffort, 1967). En este contexto surgen importantes liderazgos carismáticos que movilizaron grandes masas urbanas y cuyos programas estaban animados por ciertas ideas de carácter socialista (Drake, 1982). El populismo en esta época constituyó una respuesta a los procesos de aceleración de la industrialización, de la diferenciación social y la urbanización (Mackinnon y Petrone, 1999). Con la fragmentación de la clase dominante surgió una crisis de hegemonía que debilitó los patrones establecidos de representación institucional, ante lo cual se dieron alianzas policlasistas que buscaban enfrentar el poder de las oligarquías: capitalistas industriales débiles y clases trabajadoras marginadas fueron canalizados en movimientos *nacional-populares* más que en movimientos de base clasista (Murmis y Portantiero, 1971). Entonces los grupos dominantes comprendieron que era mejor la incorporación gradual de las clases medias y de los trabajadores urbanos, pues la continua exclusión amenazaba con fomentar estallidos sociales (Mackinnon y Petrone, 1999). En este sentido el populismo es, sobre todo, la expresión de *“la emergencia de las clases populares en el seno del desarrollo urbano e industrial de la época y la necesidad, sentida por algunos de los nuevos grupos dominantes, de incorporar a las masas al juego político”* (Weffort, 1967). A fines de los 60 y en la década de los 70 los movimientos y gobiernos populistas son proscritos por dictaduras militares que van a gobernar en la mayoría de los países de América Latina (Mackinnon y Petrone, 1999).

²³ Para este período histórico existen muchas y variadas interpretaciones. Por ejemplo, una de las primeras lecturas, vinculada a la teoría funcionalista, aludía a la particularidad del fenómeno como resultante de una asincronía en los procesos de tránsito de una “Sociedad Tradicional” a una “Sociedad Moderna” (Germani, Di Tella, Stein). El populismo era definido en contraposición al paradigma de la modernización y no como fenómeno en sí mismo. Otros, siguiendo una línea “histórico estructural”, más tarde asociaron al populismo con la etapa de desarrollo capitalista en Latinoamérica, que se origina tras la crisis del modelo agro-exportador y del Estado oligárquico. Destacaron, por sobre todo, el rol interventor del Estado que, ante la debilidad de la burguesía, debió asumir el rol de direccionar los procesos de transformación (Cardoso y Faletto, Vilas). Miguel Murmis, Juan Carlos Portantiero, Francisco Weffort y Juan Carlos Torre agregan a esta corriente explicativa el problema de la crisis de hegemonía. En tal sentido el populismo sería la expresión de una alianza en la que ninguna clase tiene la fuerza suficiente como para romper con la oligarquía y llevar adelante un proyecto hegemónico propio. En esta misma línea de interpretación Alain Touraine (1989) sostiene que el populismo es la identificación del movimiento con el Estado y por eso se define mejor como una política de integración nacional (nacional popular). Una tercera línea de análisis señala la especificidad del populismo en el plano del discurso ideológico (Laclau, De Ipola, Worsley) (Mackinnon y Petrone, 1999).

c) **Neopopulismo** (Conniff, 2003; Barozet, 2003; Hermet, 2003): No obstante el fenómeno resurge en los 80 y los 90 con un nuevo rostro, capaz de desentenderse del rol interventor del Estado para abrazar al naciente modelo de desarrollo, basado en el neoliberalismo. Si bien el resurgimiento de líderes personalistas con amplio apoyo social que siguen recetas neoliberales podría parecer paradójico, los hechos demuestran la compatibilidad entre ambos, especialmente porque el neopopulismo se nutre del descontento provocado por las consecuencias que genera el modelo (incremento de la inflación, concentración de la riqueza, aumento de la pobreza y desempleo crónico, entre otras cosas), generando un apoyo material focalizado, que no sólo hace más efectivo y visible el gasto social, sino que además crea lazos clientelistas con los seguidores (Roberts, 1995). En este nuevo escenario los líderes populistas utilizan nuevas técnicas para seducir a las masas, dominadas por el marketing político y la influencia de los medios de comunicación, especialmente de la televisión (García Canclini, 1995a). Con estas técnicas se busca captar la adhesión de sectores subalternos que poseen características muy diferentes a los sectores populares de antaño, especialmente dado su nivel de fragmentación, la indiferencia frente a la política y la visión negativa de los partidos.

Cuando se señala la existencia del populismo como un fenómeno que tiene distintas manifestaciones históricas, se reconoce implícitamente la presencia de un conjunto de características atemporales que son las que estarían definiendo a este fenómeno. Sin embargo, no pocos autores señalan que el populismo es sólo aquel fenómeno de integración de lo nacional-popular en la esfera estatal – lo que hemos llamado populismo clásico -. Según este punto de vista, el denominado neopopulismo correspondería a otro fenómeno que no puede ser categorizado como populismo (Garretón, 2007; Quijano, 1998). Este cuestionamiento puede ser llevado a un mayor nivel de problematización al examinar las experiencias históricas concretas que suelen agruparse dentro de un mismo período, pero que difieren en el tipo de participación y en las medidas económicas que se adoptan a favor de los sectores populares. Al respecto, cabe preguntarse, por ejemplo en el caso chileno, si es pertinente agrupar dentro de una misma categoría liderazgos como el de Alessandri y Grove, o Ibáñez y Frei Montalva. Si esta categorización es ampliada a Latinoamérica es aún más problemática, pues en términos temporales hay una coincidencia, por ejemplo, entre Hugo Chávez y Joaquín Lavín.

Sin lugar a dudas se trata de un tema a reflexionar y que ciertamente no encontrará una solución definitiva en este trabajo. Sin embargo, cabe tener presente que la categoría populismo no es más que una abstracción analítica que se hace a partir de los casos históricos, pero que no encuentra en ninguna de estas su más clara expresión. Se asemeja, por tanto, a un tipo ideal, en el sentido weberiano²⁴. A pesar de esto, no podemos dejar de mencionar el hecho de que una distinción histórica no es suficiente para comprender el fenómeno populista en toda su dimensión, pues existen profundas diferencias de contenido entre manifestaciones contemporáneas de este fenómeno.

Para saldar momentáneamente este problema proponemos una distinción sustentada en el tipo de medidas económicas y políticas que los populistas buscan o adoptan, y en las consecuencias que estas medidas traen para las condiciones de vida de los sectores populares. Por consiguiente vamos a distinguir entre un “populismo nacional-democrático-popular”, siguiendo en cierto modo la conceptualización de Aníbal Quijano (1998), y un “populismo liberal”, donde el neopopulismo sería su manifestación más reciente. En el primer caso se trata de un fenómeno que busca -y en algo consigue- reconfigurar las relaciones de poder, mejorando las condiciones de vida de los sectores populares e incorporándolos a los procesos políticos. En el segundo caso los sectores populares son desfavorecidos por la imposición de medidas económicas liberales, a la vez que son clientelizados por políticas focalizadas que consiguen convertirlos en “masas disponibles” para la movilización de liderazgos populistas. Cabe mencionar que esta es una propuesta de distinción analítica y que por tanto merece mayor discusión y elaboración. Por último reiteramos que no es una distinción que corresponda con periodos históricos determinados, en tanto es posible encontrar, por ejemplo, en la época actual ciertas manifestaciones de un populismo nacional-democrático-popular, como podría ser el caso de Hugo Chávez en Venezuela, comparado por algunos autores con el fenómeno peronista (Coniff, 2003; Hermet, 2003).

²⁴ Al respecto Mackinnon y Petrone (1999) citan al Profesor Isaiah Berlin, quien bautizó la forma de abordar el populismo como “el complejo de la cenicienta”. Esto significa que “(...) existe un zapato – la palabra ‘populismo’- para el cual existe un pie en algún lugar. Existen toda clase de pies que casi lo pueden calzar, pero no nos deben engañar estos pies que casi se ajustan a su medida. En la búsqueda el príncipe siempre vaga errante con el zapato; y en algún lugar, estamos seguros, espera un pie denominado populismo puro. Este es el núcleo del populismo, su esencia” (Mackinnon y Petrone, 1999: 11).

Habiendo hecho esta aclaración, la tarea siguiente es buscar los elementos que nos permitan utilizar el populismo como un concepto de carácter genérico, que posibilite su aplicación a distintas realidades históricas, y que por consiguiente nos sirva para analizar el fenómeno de inserción de la UDI en los sectores populares. Para esto es necesario hacer una síntesis de cuáles son las principales características del populismo, teniendo en cuenta las similitudes existentes entre las distintas manifestaciones del fenómeno. Luego de esto es necesario relevar los elementos particulares del fenómeno neopopulista, propio de las democracias actuales.

IV.2. Acerca de la relación líder- masas.

En primer lugar es necesario señalar que para muchos de los estudiosos del populismo, tanto clásicos como contemporáneos, este fenómeno está cimentado básicamente en la combinación sociológica de un liderazgo carismático y una “política de masas”. Para estos autores el carisma suele ser entendido como la capacidad de seducción y manipulación de un líder – que proviene generalmente de los grupos dominantes – sobre una “masa disponible”. A su vez la masa se concibe como un agregado inorgánico de individuos (Zermeño, 1989), neutrales y políticamente indiferentes, que poseen escasos o nulos vínculos sociales, que no suelen adherir a un partido y rara vez acuden a votar (Arendt, 1982). En este sentido el comportamiento de la masa se interpreta en términos de irracionalidad y de heteronomía (Mackinnon y Petrone, 1999), puesto que sus características los convierten en elementos disponibles para el reclutamiento y la manipulación de determinados dirigentes. Como bien sintetiza Gabriel Salazar:

“(…) todos sabemos lo que es la masa. Tiene que ser conducida, es un conjunto de individuos, no tiene protagonismo que no sea de comparsa. La masa es movida, es llevada, es reformada. A la masa se le hace la reforma agraria, se le hacen las reformas laborales, se le hacen todas las reformas, se la conduce, se le enseña a pensar. A la masa se le exige parafernalia, en el sentido de las pancartas, los retratos de los caudillos, los retratos de los líderes, las concentraciones para escuchar la voz de los líderes; se le enseña lo más importante de todo, se le enseña a pedir” (Salazar, 2003:

213).

Esta definición parece no abordar en su totalidad la complejidad de la relación y el carácter, tanto del liderazgo populista como del grupo social que lo sustenta. Es por esto que creemos necesario ahondar un poco más en las cualidades de ambos actores y, especialmente, dar cuenta del carácter del vínculo que se produce entre ellos. Para lograr nuestro propósito debemos hacer algunas aclaraciones, corriendo el riesgo de caer en la obviedad. La primera es que debemos tener presente que el liderazgo populista (y todo liderazgo, por cierto) es una relación. La segunda es que dicha relación es intrínsecamente una relación de dominación, en el sentido weberiano. Afirmamos esto para dejar en claro que el surgimiento de un determinado liderazgo populista es un proceso de creación mutua, donde el líder se produce a sí mismo y es, a la vez, una creación de sus seguidores (De la Torre, 1998). Esto significa que la imposición de la voluntad de un actor determinado (en este caso el líder) sobre otro(s) requiere de la existencia de una voluntad de obediencia en estos. De ahí la importancia de conocer no sólo las características de los líderes sino también las cualidades del grupo que lo sigue, es decir, sus “motivaciones” para adherir al populismo y la complejidad del vínculo entre ambos. Algo de esto es lo que intentaremos en las líneas siguientes. Para ello vamos a comenzar desmenuzando la idea básica que se encuentra en gran parte de las definiciones del populismo, tal como señalamos más arriba, y que puede resumirse en un enlace líder carismático / masas disponibles.

Si analizamos algunos de los momentos históricos en que el fenómeno populista se ha desarrollado en Chile y América Latina, es posible apreciar que muchos liderazgos corresponden a lo que Max Weber definió como “autoridad carismática”, es decir, un tipo de dominación “*que descansa en la entrega extracotidiana a la santidad, heroísmo o ejemplaridad de una persona y a las ordenaciones por ellas creadas o reveladas*” (Weber, 1997: 172). Para Weber la dominación carismática se opone a otras formas “rutinarias” de dominio que satisfacen las necesidades cotidianas de la comunidad. Si el populismo se define por la presencia de un liderazgo carismático, surgiría sólo en momentos excepcionales o de crisis, donde las esperanzas de determinados sectores sociales serían depositadas ciegamente en líderes que se ven como “llamados” (por una revelación a la que se le puede atribuir incluso un carácter divino) a conducirlos en medio de las turbulencias. Sin embargo, estudios recientes han mostrado que el surgimiento del populismo también ocurre en contextos de relativa “normalidad”, donde no

existen grandes crisis sociales, económicas o culturales. Tal como lo expresa Alan Knight:

“Los movimientos populistas – para no mencionar a los regímenes- son totalmente mundanos, hasta convencionales; no pertenecen a un universo político extraordinario que requiere un tipo de análisis o categorización excepcional” (Knight, 1998: 229. Citado en De la Torre, 2003).

No obstante, cabe señalar que la propia definición de los momentos de normalidad o de crisis política es, generalmente, bastante ambigua. A partir de esto nos parece que sería mucho más preciso señalar que el liderazgo populista se define más bien por un carácter paternalista y personalista, más que carismático (Roberts, 1995), aunque esto, desde luego, no excluye la presencia de este último rasgo. El liderazgo populista es paternalista por cuanto considera a sus seguidores como un gran hijo al que debe proteger y defender de quienes causan sus dolencias. A su vez es personalista, en tanto genera una especie de culto a su figura, a sus cualidades personales, lo que muchas veces se antepone a sus ideas políticas y a las del sector político al que representa.

Decíamos que el populismo puede ser comprendido como un rasgo que no sólo está restringido a periodos históricos excepcionales ni – debemos agregar – a contextos de “subdesarrollo”, como se plantea en algunos estudios. Creemos, por tanto, que debe ser considerado como un elemento propio de la relación de los sectores populares con la política. En este sentido la comprensión de su dinámica debe, necesariamente, abordar el tema de la cultura política de los sectores populares y someter a un análisis más riguroso lo que dice relación con la “situación de masa” de este grupo social.

Al respecto habría que señalar, en primer lugar, que el líder populista suele apoyarse en una coalición multi-clasista, que se concentra fundamentalmente en los sectores populares (Roberts, 1995). Ahora bien, el rol de los sectores populares en estas coaliciones será cualitativamente distinto si se trata del neopopulismo o del populismo nacional-democrático-popular. Tal como mostraron en su época autores como Murmis, Portantiero y Weffort, entre otros, la crisis de hegemonía posterior a los años 30 obligó a generar una alianza en la que ninguna clase tenía el control suficiente como para romper con el régimen oligárquico e impulsar

un proyecto hegemónico propio (Mackinnon y Petrone, 1999). En este contexto los sectores populares se encontraban organizados en: 1) movimientos que, a pesar de su diversidad y su carácter mayoritariamente demandante y reivindicativo, ejercían un fuerte nivel de presión sobre el Estado y; 2) partidos que, tenían un proyecto político que buscaba modificar las condiciones estructurales que los perjudicaban directamente.

El resurgimiento del populismo a fines del siglo XX ocurre en un contexto donde los sectores populares tienen un carácter más heterogéneo que en el pasado y poseen una mayor fragmentación política y social (Quijano, 1998; Sánchez-Parga, 1998) lo que, sumado al fracaso de los partidos como estructuras de mediación y de las orientaciones de la población, se va a traducir en una desconfianza generalizada hacia las instituciones de representación indirecta (Lazarte, 1999). Si bien estos aspectos de la cultura política de los sectores populares se pueden apreciar también en el periodo anterior, fundamentalmente en los sectores heterodoxos, se agudizan con las consecuencias de la implantación de regímenes dictatoriales y con la introducción del neoliberalismo. En tal sentido, podemos observar actualmente que, a pesar de que los partidos y movimientos populistas son policlasistas en su composición, los sectores populares no pueden ejercer presión ni mucho menos disputar hegemonía en su interior y hacia afuera, dado su nivel de fragmentación y su incapacidad de organización en torno a un proyecto político. Es por esto que tienden a presentar las características propias de una situación de masa, es decir, aislamiento social, indiferencia política, además de un cierto “oportunismo”, donde la adhesión a ciertos liderazgos, partidos o movimientos está condicionada por la solución inmediata de las propias necesidades (Di Tella, 1973; Baño, 1985 b; Zermeño, 1989). De este modo se trata de una masa fundamentalmente “peticionista”, al decir de Salazar y Pinto (1999 a), que sigue al líder populista comportándose como un hijo que demanda al padre la protección simbólica y material, que posibilite la mejora de sus condiciones de vida.

Sin embargo el hecho de que los sectores populares tiendan a presentar características que los convierten en potenciales “masas disponibles” no genera automáticamente una adhesión a determinados liderazgos. Al contrario, se requiere de complejos mecanismos, tanto materiales como simbólicos, para generar un vínculo entre el líder y los sectores populares.

IV.3. Discurso, ideología y cultura popular en el populismo.

Uno de los autores que sitúa la especificidad del populismo en el plano del discurso ideológico es Ernesto Laclau (Mackinnon y Petrone, 1999). Su teoría nos permitirá explicar por qué la ideología populista se presenta como amorfa o ecléctica (Roberts, 1995), mostrando conceptos e ideas ambiguas y utilizando elementos aparentemente contradictorios para elaborar su discurso.

Haciendo una crítica a las corrientes esencialistas y reduccionistas de la teoría marxista Laclau aborda desde una nueva óptica la constitución de identidades colectivas. En este sentido muestra que las clases sociales y los grupos empíricamente observables no tienen una coincidencia necesaria, pues los individuos son los soportes y puntos de entrecruzamiento de una acumulación de contradicciones, no todas las cuales son de clase. De este modo junto a la contradicción de clases, que dominaría al nivel abstracto del modo de producción, destaca la contradicción “pueblo” / bloque de poder, dominante al nivel de la formación social. Es esta última la que da origen a la lucha popular-democrática a partir de la cual se construye el discurso ideológico populista. Para Laclau el “populismo” no es patrimonio ideológico de ninguna clase en particular (puede estar conectado tanto a discursos liberales como socialistas, por ejemplo), sin embargo solo puede estar articulada a proyectos de clase, dada la prioridad que tendría la lucha de clases sobre las otras (Laclau, 1986). Es por esto que, si queremos conocer como opera el discurso populista, se hace necesario revisar con mayor detenimiento la manera en que las clases construyen sus ideologías.

Para Laclau toda ideología tiene una función (que la define) que consiste en interpelar a los individuos concretos constituyéndolos como sujetos. De este modo la unidad de los distintos aspectos de un sistema ideológico está dada por la interpelación específica que constituye el eje y principio organizador de toda ideología. En este sentido el carácter de clase de una ideología reside en su forma y no en su contenido, es decir en el principio articulador de sus interpelaciones constitutivas (principio articulador específico)²⁵. Existe una amplia gama de

²⁵ Para Laclau “(...) las clases existen, al nivel ideológico y político, bajo la forma de la articulación y no de la reducción” (Laclau, 1986: 187), esto significa que la identidad de los agentes sociales no se reduce exclusivamente a su inserción en las relaciones de producción sino que es el resultado de la articulación entre varias posiciones de sujeto (Laclau y Mouffe, 1987: 67).

significaciones compartidas que permite a los discursos antagónicos establecer sus diferencias. Los discursos políticos de las diferentes clases, por ejemplo, consisten en los esfuerzos articulatorios antagónicos en los que cada uno de ellos se presenta como el auténtico representante del “pueblo”, del “interés nacional”, etc. Por este motivo la articulación requiere de la existencia de contenidos (interpelaciones y contradicciones) no clasistas, que constituyen la materia prima sobre la que opera la práctica ideológica de clase.

“La ideología de la clase dominante, justamente por ser dominante, no interpela tan sólo a los miembros de dicha clase, sino también a los miembros de las clases dominadas, y la forma concreta en que se verifica la interpelación a estos últimos consiste en la absorción parcial y la neutralización de aquellos contenidos ideológicos a través de los cuales se expresa la resistencia a la dominación. Una clase es hegemónica no tanto en cuanto logra imponer una concepción uniforme del mundo al resto de la sociedad, sino en cuanto logra articular diferentes visiones del mundo en forma tal que el antagonismo potencial de las mismas resulte neutralizado” (Laclau, 1986: 187-188).

Por tanto, es posible afirmar la pertenencia de clase de un movimiento o de una ideología y, al mismo tiempo afirmar el carácter no clasista de algunas de las interpelaciones que constituyen a esta última. De este modo, el elemento estrictamente populista no reside en un movimiento como tal ni en su discurso ideológico sino en una contradicción no clasista específica articulada a dicho discurso. Decíamos antes que la contradicción “pueblo” / bloque de poder es la que da origen a la lucha popular-democrática y que ésta sólo se da articulada a proyectos de clase. Sin embargo, para Laclau la lucha política e ideológica de las clases se verifica en un terreno constituido por interpelaciones y contradicciones que no son de clase, por lo que esa lucha sólo puede consistir en proyectos articulatorios antagónicos de las interpelaciones y contradicciones no clasistas.

Pero no toda alusión a las interpelaciones popular-democráticas transforma un discurso en populista, al contrario se requiere de una peculiar forma de articulación de estas interpelaciones al mismo. Para expresarlo de forma más clara: el populismo se genera en el punto en que los elementos popular-democráticos se presentan como opción antagónica a la

ideología del bloque dominante²⁶. De ahí se deriva la existencia de un populismo de las clases dominantes y un populismo de las clases dominadas. El primer caso se da cuando el bloque dominante experimenta una crisis profunda a causa de que una nueva fracción intenta imponer su hegemonía y no consigue hacerlo dentro de la estructura existente, por lo cual una solución puede ser apelar directamente a las masas para desarrollar su antagonismo frente al Estado. En el segundo caso, los sectores dominados buscan expandir el antagonismo implícito en las interpelaciones democráticas y en articularlo al propio discurso de clase. En este sentido, la lucha de la clase obrera por su hegemonía consiste en lograr el máximo posible de fusión entre ideología popular democrática e ideología socialista (Laclau, 1986: 202-203).

Recapitulando, podemos decir que, para Laclau, la contradicción de clase determina el principio articulador de dicho discurso (lo que le da su significación específica en un campo ideológico determinado), mientras la contradicción pueblo / bloque de poder representa un momento abstracto que puede existir articulado a los más diversos discursos de clase. Lo más específico de la lucha ideológica de clases consiste en el esfuerzo por articular las mismas interpelaciones a discursos antagónicos. En este sentido, nos interesa destacar el hecho de que la hegemonía de una clase no sólo consiste en la capacidad de imponer su concepción de mundo sino también en la capacidad de articular diferentes concepciones del mundo en forma tal que se neutralice el potencial antagonismo de las mismas. Es por esto que la articulación de las ideologías popular- democráticas al discurso de la clase dominante (o de una fracción de ella) consiste en absorber todo lo que en ellas es simple particularidad diferencial y reprimir aquellos elementos que tiendan a transformar la particularidad en símbolos de antagonismo.

La retórica populista construye la política como una lucha moral y ética entre el “pueblo” y una oligarquía que puede ser real o imaginaria (Burbano de Lara, 1998). De este modo, los populistas logran desvincularse de los grupos dominantes culpando a la élite que detenta el poder de los males que los sectores populares padecen, y colocándose ante éstos como sus únicos posibles guardianes y salvadores. Es, por tanto, un discurso que interpela directamente a los sectores populares que, en el neopopulismo son portadores de una identidad completamente diferente a la del populismo nacional-democrático-popular:

²⁶ “Nuestra tesis es que el populismo consiste en la presentación de las interpelaciones popular-democráticas como conjunto sintético antagónico respecto a la ideología dominante” (Laclau, 1986: 201)

“Si el populismo nacionalista se refería al Pueblo –con mayúscula– como entidad política integral susceptible de ser portadora de energía revolucionaria de la nación en busca de su autodeterminación estatal, este neopopulismo invoca al pueblo –sin mayúscula– como “multiplicidad fragmentaria de cuerpos necesitados y excluidos” (Agamben, 1995), es decir, como populacho” (Mayorga, 1998: 125)

Esta interpelación al pueblo se hace radicalizando el elemento emocional de los discursos políticos (Álvarez Junco, 1987. Citado en De la Torre, 1998) e incorporando aspectos propios de sus concepciones de mundo, que van desde elementos de la cultura política hasta rasgos característicos de la religiosidad popular. Con respecto a este último punto es común encontrar elementos mesiánicos, sacralizaciones y santificaciones en los discursos populistas así como rituales y *performances* cargadas de religiosidad.

Otro elemento a destacar en el discurso populista es su relación particular con el tiempo, que se sustenta en los que Torcuato Di Tella llamó la “revolución de las expectativas”. Con este concepto Di Tella se refiere a que en las masas existiría un deseo de tenerlo todo de manera inmediata sin esperar que se consoliden ciertos mecanismos que serían indispensables para proporcionar las soluciones requeridas (Di Tella, 1973). Guy Hermet, siguiendo a Helio Jaguaribe, ha señalado que el rasgo definitorio del populismo es el carácter antipolítico en su relación con el tiempo, es decir, la controvertida promesa de satisfacer inmediatamente y sin revolución las necesidades populares. Para este autor, el tiempo político se caracterizaría por la utilización de la larga duración ante la imposibilidad de satisfacer todas las demandas a la vez, frente a la obligación de conciliarlas y frente a la necesidad correlativa de administrar con prudencia y lentitud su inscripción en la agenda de las acciones reconocidas como prioritarias (Hermet, 2003). En contraposición con esto el populismo se definiría “...por la temporalidad anti-política de su respuesta presuntamente instantánea frente a problemas o aspiraciones que ninguna acción gubernamental tiene en realidad la facultad de resolver o de colmar de manera súbita. De esta manera, desconoce también la incertidumbre de los resultados que los gobernantes clásicos conocen bien, y que sólo revelan al pueblo cuando ya no pueden esconder esta constante” (Hermet, 2003: 11). Una alusión similar encontramos en las reflexiones de Alain Touraine, para quien el populismo se opone a las rupturas sociales, como la lucha de clases. Al respecto plantea:

“La gran tentación latinoamericana ha sido siempre el populismo, es decir, el deseo de cambio en la continuidad, sin las rupturas violentas que conocieron las industrializaciones capitalistas y socialistas” (Touraine, 1989: 22)

Así, la adhesión populista se transforma en una especie de religión secular que crea un vínculo simbólico, lo que a su vez proporciona un instrumento de control social sobre las masas (Mosse, 1980. Citado en De la Torre, 1998). Para algunos autores esto les impediría “subvertir” el proceso de toma de decisiones a escala nacional y funcionaría, adicionalmente, como válvula de seguridad para disipar presiones potencialmente revolucionarias, sin comprometerse realmente con cambios estructurales o con la expulsión de las elites establecidas (Stein, 1987. Citado en De la Torre, 1998).

Sin embargo insistimos en que la vinculación entre el líder y las bases no puede ser reducida a la “manipulación perversa” de los líderes y la completa irracionalidad de los seguidores. La relación populista es mucho más compleja: mezcla elementos de acción racional-instrumental, de acción racional con arreglo a valores y también elementos no racionales, principalmente de carácter emotivo. Es allí donde la construcción de estructuras de mediación entre ambos adopta un lugar protagónico. Estas estructuras son fundamentalmente redes clientelares que operan como el sustento material y simbólico del populismo a nivel micro.

IV.4. Las redes clientelares: el sustento material y simbólico a nivel local.

La consolidación de un liderazgo populista requiere de la existencia de elementos que van más allá de la apelación meramente discursiva a los sectores populares. Para mantener o alcanzar el poder, el líder necesita generar un vínculo más cercano con las bases, que le permita lograr un apoyo permanente de estas. Es aquí donde se vuelven fundamentales las redes clientelares, que permiten el establecimiento de una relación constante entre estos actores, a través del intercambio de bienes materiales y simbólicos.

El clientelismo político puede ser visto como una característica o un elemento potencial

de la estrategia populista, pero también como un fenómeno cuya existencia se sustenta por sí sola (Auyero, 1998; 2001). Como parte del fenómeno populista, el clientelismo tiene relación con las políticas económicas redistributivas. Para Quijano (1998), en el populismo nacional-democrático-popular estas políticas tienden a reformas de carácter estructural que buscan disminuir la brecha entre quienes tienen más y quienes tienen menos. Por ejemplo, se realizan medidas tales como la estatización del control y gestión de los recursos de producción, la redistribución de ingresos (vía salarios y servicios públicos principalmente), la redistribución de los recursos de producción (especialmente la tierra), etc. En el neopopulismo en cambio, señala este autor, el proyecto económico tiende a la privatización y a la concentración, por tanto acrecienta la brecha entre ricos y pobres. Pero esto no será un impedimento para generar políticas de redistribución de recursos materiales y servicios. Los neopopulistas se las ingenian para obtener dividendos políticos de la concentración y las desigualdades generadas por el neoliberalismo, focalizando los beneficios en sectores específicos, de modo que sean más visibles y, en términos de propaganda, más efectivos. De este modo *“(...) se pueden obtener dividendos políticos con el alivio de las penurias causadas por la hiperinflación sobre los sectores más vulnerables de la sociedad. Además los ajustes neoliberales pueden facilitar el otorgamiento de beneficios materiales más selectivos y direccionados hacia grupos específicos, beneficios que se pueden utilizar como elementos de construcción de intercambios clientelistas locales”* (Roberts, 1995: 383).

De modo general podemos decir que el clientelismo es una relación de dominación establecida como relación de intercambio, condicionada por el acceso diferencial a los recursos entre agentes que ocupan distintos lugares en el espacio social. En este sentido se puede definir como una forma de capital social (Durstón, 2005), en el sentido que Bourdieu le da a este término. Para este autor el capital social es una forma de poder que se constituye por el conjunto de recursos (potenciales o actuales) asociados a la posesión de una red duradera de relaciones (Bourdieu, 2000). El fundamento de estas relaciones es el intercambio permanente de bienes materiales y simbólicos, a partir del cual se obtienen los beneficios que fundamentan la solidaridad de la relación (Bourdieu, 2000).

Para Eric Wolf (1963) el clientelismo es una forma desigual de “amistad instrumental” que se origina cuando uno de los socios tiene mejores posibilidades de movilizar bienes y

servicios a cambio de lealtad, información y apoyo político. De este modo el clientelismo vincula a agentes distantes en el espacio social, cuyos volúmenes globales y estructuras de capitales son muy disímiles. Por tanto la relación se da entre agentes que ocupan distintas posiciones, donde el que tiene una mejor posición (patrón) distribuye bienes y otorga servicios a sujetos de status menor (clientes), a cambio de fidelidad política, lo que en la actualidad se traduce principalmente en votos (Auyero, 2001).

“La distribución desigual de los recursos...no le deja al individuo del grupo subordinado otra opción que buscar un lazo personal con alguien del grupo dominante que pueda funcionar como su protector” (De la Torre, 1998)

Aunque patrones y clientes se benefician mutuamente de esta relación, nos interesa recalcar que se trata de transacciones asimétricas condicionadas por el hecho de que los actores cuentan con recursos dispares en bienes, prestigio, poder, etc. Generalmente es el patrón quien tiene la posibilidad de proveer bienes y servicios que el cliente necesita para sobrevivir. No obstante, el vínculo no puede ser reducido a un cálculo racional-instrumental entre las partes. Al contrario, se trata de una relación compleja, mediada tanto por la búsqueda de maximización del beneficio como de otros elementos: emotivos, identitarios y simbólicos en general. Eric Wolf (1963) al definir el clientelismo señalaba que en esta forma de amistad instrumental el componente afectivo es un elemento necesario, por tanto si no está presente debe ser fingido. De este modo la relación clientelar *“genera una dialéctica entre el líder y sus seguidores en la medida en que aquel permita a éstos lograr el acceso a recursos escasos de orden económico. No obstante, estos recursos no son siempre cuantificables ni inmediatos; están sometidos a la economía del don y contradón, y a la tensión histórica”* (González, 1997: 23).

Tal como González señala, el clientelismo está sometido a la economía del don. Esto, desde la perspectiva de Bourdieu, implica decir que el clientelismo es una práctica sometida a las regularidades propias del intercambio de bienes simbólicos. Como bien descubrió Marcel Mauss (1979), el intercambio de dones es un sistema de obligaciones mutuas compuesto por la triada dar-recibir-devolver donde, a diferencia de las transacciones mercantiles, su importancia no radica en el valor económico de los regalos, sino en su valor simbólico. Sin embargo, señala

Bourdieu, la real importancia de este intercambio de obsequios radica en el intervalo temporal que sucede al don y antecede al contra-don. Lo admitido tácitamente en la mayoría de las sociedades es que no se devuelve de inmediato lo que se ha recibido, pues esto equivaldría a rechazarlo. De este modo, la función del intervalo es hacer de pantalla entre obsequio y contraobsequio, de manera de que ambos actos –perfectamente simétricos– parecieran actos únicos y desvinculados (Bourdieu, 1997).

La necesidad de esta desvinculación aparente radica en que se trata de intercambios que siempre tienen verdades dobles, difíciles de unir, donde existe una dualidad entre una verdad subjetiva y una realidad objetiva. El acto inicial de entregar un regalo es una agresión a la libertad de quien recibe, pues *“es una forma de atar haciendo que la gente se sienta obligada”* (Bourdieu, 1997: 162). Sin embargo esta verdad estructural está colectivamente reprimida, negando el carácter real de este intercambio que aparenta ser “desinteresado”, a través del autoengaño individual y colectivo. Para Bourdieu, quien da y quien recibe colaboran sin saberlo en una labor que disimula la verdad de la transacción, pues hacer explícita esa verdad representaría la aniquilación del intercambio de obsequios. Este autoengaño opera al nivel del habitus, como orientaciones no conscientes de las acciones de los agentes. *“Así, el intercambio de obsequios, concebido como paradigma de la economía de los bienes simbólicos, se opone al toma y daca, de la economía económica, en tanto que se basa no en un sujeto calculador sino en un agente predispuesto a entrar, sin intención ni cálculo, en el juego del intercambio”* (Bourdieu, 1997: 167).

Pero el intercambio de bienes simbólico no sólo puede establecerse entre iguales, estableciendo relaciones de “compadrazgo” (Adler Lomnitz, 1994; Barozet, 2005) sino también entre agentes actual o potencialmente desiguales, instituyendo relaciones duraderas de dominación simbólica, basadas en el conocimiento y el reconocimiento mutuos. No obstante, para atar al dominado hay que transformar la relación de dominación en una relación de familiaridad, a través de una serie continua de actos adecuados para ello. Las relaciones clientelares son inauguradas por un “favor fundacional”, pero deben ser cultivadas y practicadas de manera constante (Auyero, 2001). El clientelismo, en este sentido, es una poderosa herramienta de sujeción, no sólo material sino que también de carácter simbólico, que implica protección (por parte del patrón) y obediencia (por parte del cliente), dado el acceso desigual a

los recursos económicos, culturales y sociales de ambas partes. Como señala Carl Schmitt, “*El que busca su seguridad en otro, se le somete*” (Schmitt, 1997: 100)²⁷.

En síntesis al estudiar una relación clientelar debemos poner atención al flujo de bienes y servicios que se intercambian, pero tanto o más importante es centrar el énfasis en la manera en que se realiza (y se recibe) la distribución, es decir, en el conjunto de creencias, estilos, habilidades y hábitos que acompañan a la transacción. En relación con lo anterior el sociólogo argentino Javier Auyero señala, para el caso del peronismo, señala que “*hay que tener en cuenta el interés – el intercambio material- y la identidad – el intercambio simbólico-, hay que tener en cuenta el dar y la manera de dar, las cosas y las palabras*” (Auyero, 1998:83). Ahora bien, no se puede obviar el hecho de que las relaciones clientelares son vínculos rutinarios de sociabilidad, trabajados durante todo el año y no sólo en tiempo de campaña electoral (Barozet, 2005). Tal como plantea Bourdieu: “*La reproducción del capital social exige un esfuerzo incesante de relacionarse en forma de actos permanentes de intercambio, a través de los cuales se reafirma, renovándose, el reconocimiento mutuo*” (Bourdieu, 2000: 153).

Algunos autores sostienen que las formas modernas de clientelismo parecen funcionar de manera diferente a la clásica relación patrón-cliente²⁸. De este modo, desde los años 60 en Chile, se estaría evidenciando el paso de este sistema clientelar tradicional a uno de intermediarios o *brokers* políticos en competencia (Valenzuela, 1977). Un *broker* es un operario económico que articula demandas particulares con un mercado mayorista, cuya función tiene algunos paralelos con las de un representante político local, que intermedia entre un caudillo y su clientela (Durston, 2005). Eric Wolf (1963) ya había empleado la noción de “*cultural broker*” para dar cuenta de ciertos individuos cuya función era vincular a personas orientadas hacia la comunidad, que deseaban estabilizar o mejorar sus condiciones de vida, pero que no contaban con la seguridad económica y conexiones políticas suficientes, con individuos orientados hacia

²⁷ Las reflexiones sobre la relación de protección/obediencia, que subyace a la dominación política, tienen una larga data en el pensamiento político. Esta idea ya se puede rastrear en la doctrina del Estado – Leviatán en Hobbes. Al respecto Carl Schmitt señala que la máquina del Estado “*Me garantiza, en primer lugar, la seguridad de mi existencia física, exigiendo en cambio obediencia incondicionada a las leyes de su funcionamiento*” (Schmitt, 1997: 94). Si bien, a diferencia de la relación entablada con el Estado, el vínculo clientelar es personalizado, el mecanismo de sujeción que otorga contenido a ambos es el mismo: la búsqueda de protección a cambio de obediencia.

²⁸ El antropólogo George Foster (1961) es quien define esta relación como un contrato diádico entre el patrón y el cabeza de familia campesina. Esta relación es exclusiva, en tanto no se permite “servir a dos patrones” (Durston, et.al., 2005) y pasiva, en tanto el grado de voluntarismo que ejerce el cliente es relativamente bajo (Valenzuela, 1977).

la nación. Robert Redfield (1956), en tanto, observó la existencia de “grupos bisagra” (“*hinge groups*”) similares a los *brokers* analizados por Wolf, que constituyen un lazo entre la vida local de una comunidad campesina y el Estado del cual es parte (Auyero, 2001)

Estas relaciones de *brokerage*, ya no funcionarían mediante contratos diádicos, sino más bien a través de redes sociales y políticas, donde prima el capital social. Muchos autores han señalado la importancia de las redes sociales en contextos de privación económica, donde la ayuda mutua generada a través de estas conexiones, permite a los sectores populares llevar de mejor manera sus vidas (Lomnitz Adler, 1994). Ahora bien, en muchos casos estas redes se extienden más allá de las relaciones entre pares, incorporando a sujetos que pueden encontrarse en círculos sociales distantes (Espinoza, 1999), clientelizando las redes para obtener beneficios, por ejemplo, de carácter político. Javier Auyero (2001), siguiendo a Knoke y a Granovetter, define una red política como un conjunto de contactos regulares o conexiones sociales similares entre individuos o grupos en los cuales, al menos uno de ellos es miembro de un partido político o funcionario estatal

Es importante señalar que el clientelismo puede operar instrumentalizando las estructuras políticas intermediarias entre el líder y las bases o bien, prescindiendo de ellas y creando estructuras informales que atraviesan y funcionan de forma paralela a las orgánicas partidarias. Así lo expresa Emmanuelle Barozet al describir las redes clientelares:

“En su parte más visible, el clientelismo se articula históricamente en base a redes formales que corresponden a la estructura de los partidos políticos que lo practican. En su parte menos visible, descansa en redes informales que involucran los círculos que dependen de las gestiones de la autoridad y que suelen pasar por las organizaciones de base” (Barozet, 2005: 210)

De esta forma, una estructura de una red clientelar se compone, al menos, por tres tipos de agentes, que se ubican en posiciones jerarquizadas y que poseen funciones diferenciadas. En la posición más alta se ubica el “patrón político” quien posee mayor estatus económico y social y que, por tanto, puede acceder más fácilmente a los recursos en riqueza, capital social, capital cultural, etc. Utiliza, entonces, sus recursos y sus influencias para proveer de protección o

beneficios a los otros agentes de la relación que poseen status menor. Frecuentemente este patrón político realiza estas acciones con el fin de obtener o mantener puestos de poder.

El segundo agente de esta estructura es el *broker* o “mediador político” quien media entre el patrón y los potenciales electores o adherentes. Son lo que mantienen el vínculo directo con éstos, canalizando recursos desde el patrón a los votantes y votos y apoyo hacia aquel. A pesar de que muchas veces pueden pertenecer al mismo estrato social de los potenciales electores, se distinguen de éstos por el poder que han acumulado debido a su posición, que se expresa principalmente en capital social. Los mediadores no están solos en su labor, sino que tienen un círculo íntimo de seguidores, con los cuales se relacionan a través de fuertes lazos de amistad y de parentesco (real o ficticio). Desde luego un partido político posee varios mediadores políticos dentro de un mismo territorio, los cuales difieren en poder y por tanto pueden ocupar distintas posiciones en la estructura de la red trazada en dicho lugar. De este modo los mediadores pueden relacionarse a través de la cooperación mutua o la competencia.

Finalmente tenemos a los llamados “clientes”, quienes brindan apoyo a un patrón político -a través del mediador- a cambio de bienes, favores y servicios particulares (Auyero, 2001), los que generalmente tienen relación con la seguridad física y los medios necesarios para la subsistencia. Los clientes pueden formar parte del círculo íntimo de los mediadores, y de este modo, establecer relaciones sustentadas en lazos fuertes (Granovetter, 1973); o bien pueden pertenecer al “círculo exterior”, donde los lazos mediante los cuales ambos agentes se vinculan serán muchos más débiles y ocasionales.

Ahora bien, cabe preguntarse si la presencia de redes clientelares altamente organizadas contradice o refuerza la situación de “masa disponible” de los sectores populares a la que hacíamos alusión en un apartado anterior. Al respecto, cabe citar a de Carlos de la Torre (2003) quien combate la idea de tratar a las bases sociales de apoyo de los populismos como masas. Para este autor, la presencia de redes clientelares estaría dando cuenta del alto nivel de organización de los sectores populares. De este modo, plantea que los “*seguidores populistas no deben ser vistos como un grupos que automáticamente responde con su voto cuando le dan recursos. Los pobres pueden abandonar una red clientelar, pueden votar de forma diferente a la que propone el broker, o pueden sentirse en la obligación de pagar un favor*” (De la Torre,

2003: 57). Si bien coincidimos con el autor en que la relación entre el líder y sus bases no es una mera relación de manipulación, y que la afiliación a una red clientelar es voluntaria, esto no puede interpretarse como un elemento que contradiga la situación de masa de los sectores populares. Más aún, lo que plantea De la Torre viene a corroborar lo señalado anteriormente, puesto que la inestabilidad de las redes clientelares de un *broker* son muestra de la indiferencia política y del “oportunismo” que predomina en los sectores populares, donde la adhesión a ciertos liderazgos está condicionada por la solución de las propias necesidades. Es por esto que no basta con el “favor fundacional” (Auyero, 2001) para construir y perpetuar una red clientelar. Como señalábamos hace algunas páginas, citando a Bourdieu, en toda relación basada en el capital social se requiere de un esfuerzo permanente por establecer mecanismos de intercambio, que refuercen y renueven los vínculos de mutuo reconocimiento.

IV.4. Definición y características del (neo) populismo.

A modo de resumen, vamos a enumerar las características que hemos identificado como parte de nuestro concepto sintético-instrumental de populismo. Cabe recordar que hemos tratado de escapar de las visiones polarizantes que sitúan este fenómeno como adhesión racional-instrumental o mera acción emotiva, que ve a los sectores populares como masas completamente manipuladas por líderes perversos o que plantean la autonomía de los sectores populares frente a los líderes. Para nosotros el populismo es entendido como un **conjunto de prácticas específicas, asociadas a un determinado discurso, utilizado por líderes, partidos y movimientos políticos para captar la adhesión de los sectores populares, con el fin de obtener y/o mantener puestos de poder formal**. Con esta definición intentamos abarcar al populismo en sus tres modalidades, es decir: 1) como movimiento que intenta alcanzar el poder; 2) como régimen de gobierno y; 3) como estilos de hacer política que trascienden las prácticas de determinados líderes populistas.

Se trata de una estrategia política puesto que no es una relación casual y desinteresada, muy por el contrario, esta es de una relación construida intencionalmente por quienes buscan obtener o perpetuarse en cargos políticos. No obstante, es un fenómeno complejo, donde el vínculo de los líderes con una base popular de apoyo requiere de diversos mecanismos de

mediación que deben ser constantemente renovados y donde no basta la retórica emotiva para conseguir adhesión. En tal sentido un mecanismo esencial del populismo es la construcción y mantención de redes, donde los *brokers* o mediadores juegan un papel fundamental.

Las características específicas del discurso y las prácticas populistas son:

- Una relación entre el líder y las masas que se basa en:
 - Un liderazgo político personalista y paternalista, que puede ser carismático.
 - Una coalición política policlasista, heterogénea, concentrada en los sectores subalternos o populares de la sociedad.
 - Una movilización política vertical, que ignora las formas institucionalizadas de mediación o las subordina a vínculos más directos entre el líder y las masas, a través de redes clientelares.

- Un discurso que tiene (al menos) las siguientes características:
 - Apela a los sectores subalternos de la sociedad, radicalizando el elemento emocional del discurso político.
 - Es antielitista y/o antiestablishment.
 - Se sustenta en una ideología amorfa o ecléctica.
 - Tiene una relación especial con el tiempo que se basa en la promesa de solución inmediata de las necesidades populares.

- Un proyecto económico que utiliza métodos redistributivos como base material para el apoyo del sector popular.

Pero adicionalmente a estos rasgos de carácter genérico, el neopopulismo presenta ciertas especificidades. Estas son:

- Dado el nivel actual de fragmentación de los sectores populares la construcción discursiva de lo popular en el neopopulismo apela a estos sectores como individuos

o personas, más que como un colectivo. Ya no se apela al Pueblo sino a una masa de consumidores o espectadores de la política (García Canclini, 1995 a).

- El rol de los medios de comunicación, especialmente de la televisión es vital en la mediación entre el líder y las masas.
- Los métodos redistributivos en el neopopulismo (emparentado con la economía neoliberal) se sustentan fundamentalmente en estrategias económicas focalizadas que generan relaciones de intercambio de tipo clientelístico, donde se transan de forma permanente bienes, favores y servicios, y cuyo valor no radica solamente en el costo económico sino también en el entramado de significaciones y valoraciones asociadas a ella.

A partir de las características señaladas, el siguiente capítulo tiene como propósito examinar el trabajo de la UDI con los sectores populares, poniendo especial atención en aquellos rasgos que pueden caracterizarse como neopopulistas.

V. LA UDI: ¿UN PARTIDO POPULAR?

“Hemos construido un partido donde puede estar el más grande de los empresarios y el más humilde de los obreros. Hemos construido un partido donde puede estar el más grande de los empresarios agrícolas y el campesino, la mujer, el jubilado, el Chile real, porque hemos aspirado a construir un partido sin clases y eso es muy valioso para el país, porque el mayor daño que ha tenido Chile es la lucha de clases”.

Pablo Longueira, 2004.

V.1. La formación de la UDI y su inserción en el mundo popular.

Los orígenes remotos de la Unión Demócrata Independiente (UDI) se encuentran en el movimiento gremialista liderado por Jaime Guzmán Errázuriz, que surge en la Pontificia Universidad Católica de Chile en el año 1966²⁹. Este movimiento se formó para hacer frente a la creciente politización que experimentaba la Universidad -en un contexto de politización generalizada en todo el país-, el cual se manifestó en el proceso de Reforma Universitaria (Joignant y Navia, 2003). Basándose en el principio de subsidiariedad³⁰, el Gremialismo *“planteaba un retroceso del Estado y de las organizaciones que buscan obtener el poder político, los partidos, poniendo una barrera a la invasión de éstos en todas las actividades nacionales”* (Dittborn, 1993: 82).

²⁹ Esta fecha de formación es la que aparece en el texto “UDI, más que un partido...un camino para servir a Chile” que se difunde en la página oficial de dicho partido. No obstante se ha señalado que esta formación se habría dado en 1965 (Huneus, 2002) e inclusive en 1964 (Nuñez, 1993).

³⁰ El principio de subsidiariedad está profundamente arraigado en el pensamiento católico, siendo incluso reconocido en el cuerpo de la doctrina social de la Iglesia. Este principio *“impone el respeto más profundo a los cuerpos intermedios, los cuales, para ser fieles a sí mismos, deben orientar su acción al fin que por naturaleza les corresponde. Emerge de ello un esquema de organización social en el que la actividad partidista, que por su naturaleza se desenvuelve en el ámbito de la sociedad estatal, no debe interferir en la acción autónoma de tales cuerpos intermedios”* (Dittborn, 1993: 82). Cabe señalar que este principio fue uno de los ejes del pensamiento político de Jaime Guzmán, influido por la temprana admiración que éste muestra frente al gobierno de Franco, sus ideas corporativistas y la cercanía con el catolicismo tradicionalista. Ver Huneus, Carlos. El Régimen de Pinochet. Editorial Sudamericana. 2002. Especialmente el capítulo VII. Un análisis más profundo del ideario político de Jaime Guzmán en Cristi, Renato. El pensamiento Político de Jaime Guzmán. Santiago de Chile. LOM. 2000.

Este movimiento fue paulatinamente ganando adeptos dentro del contexto universitario³¹, obteniendo importantes cargos dirigenciales en centros de alumnos y federaciones. Más tarde, su radio de influencia se extenderá a una amplia gama de organizaciones gremiales empresariales, de comerciantes, profesionales y camioneros, entre otros, que se oponían al gobierno de la Unidad Popular. De este modo, el gremialismo fue un actor importante a la hora de ir sumando voluntades a la estrategia rupturista que propició la intervención de las FFAA y el Golpe de Estado de 1973 (Alvear, 2003).

Una vez asumido el mando por parte de la Junta Militar, Jaime Guzmán –que a su temprana edad era todo un personaje en la política nacional- comienza a ejercer su influencia en el régimen, otorgándole, por un lado, un sustento doctrinario³² y, por otro lado, ubicando a los gremialistas en puestos estratégicos dentro del gobierno. Esta maniobra, según ha señalado Carlos Huneeus, buscaba generar una red de relaciones que sirviera de base de apoyo del Régimen Militar y que se proyectara en un movimiento que diera continuidad a su obra, una vez que los militares retornaran a sus cuarteles (Huneeus, 2001 y 2002).

De este modo, los jóvenes gremialistas concentrarán su participación en tres organismos fundamentales en el gobierno militar: 1) la Secretaría General de Gobierno y, dentro de ella, de la Secretaría Nacional de la Juventud (SNJ), 2) la Oficina de Planificación Nacional (ODEPLAN) y, 3) los gobiernos locales (alcaldías) (Huneeus, 2001 y 2002). Estas tres instancias van a jugar más tarde un papel fundamental en la creación de una red social y política vinculada a los sectores populares.

La SNJ nace por sugerencia de Guzmán al Gobierno Militar, con la finalidad de conseguir el apoyo de los jóvenes para el régimen. Gracias al trabajo de los gremialistas, este espacio tuvo un rol político preponderante, en términos de su presencia efectiva en un grupo social, de los dirigentes que tuvo en todo el país, y por la influencia que más tarde tendrán sus dirigentes en la vida nacional. Esta fue la verdadera cuna de los líderes de la UDI, formados por

³¹ Más tarde logran expandirse a la Universidad Católica de Valparaíso y a la Universidad de Concepción (Huneeus, 2002: 339).

³² Este se plasmó en la Declaración de Principios de la Junta de Gobierno del 11 de Marzo de 1974 y, más tarde, en la Constitución Política de 1980 (Soto, 2001)

la aspiración de Guzmán de construir una nueva forma de hacer política, a saber, el apoliticismo del servicio público (Soto, 2001)³³.

Consecuentemente con las pretensiones de Guzmán, la SNJ logró insertarse en el ámbito juvenil impulsando actividades deportivas y recreativas. Entre ellas destacan los “campamentos de verano”, donde reunían a dirigentes juveniles del país, para fortalecer la cohesión del grupo y efectuar una sutil capacitación política (Soto, 2001). También desarrollaron actividades con los jóvenes en los barrios, a través de los “congresos vecinales”, realizados en numerosas comunas a lo largo y ancho del país (Huneus, 2001; Soto, 2001).

A pesar de todos sus esfuerzos la SNJ no pudo generar una movilización activa de la juventud porque el régimen político no fomentaba la participación. Entonces Guzmán imaginó otra instancia que no tuviera una expresión institucional ni una imagen política, que le permitiera ejercer la influencia que deseaba (Huneus, 2002: 362). Para ello se creó el Frente Juvenil de Unidad Nacional en julio de 1975, en el cual se *“aspiraba a reunir y organizar a la juventud chilena para trabajar en la grandeza futura de la Patria, respaldando al gobierno, pero como movimiento autónomo del régimen”* (UDI, 1999). Esta fue una organización nacional, en la que también participaron alumnos de enseñanza media provenientes de la educación pública y de colegios privados (Huneus, 2002: 363).

De forma paralela, los economistas e ingenieros gremialistas se incorporaron a la Oficina de Planificación Nacional (ODEPLAN), donde trabajaron codo a codo con los *Chicago boys*³⁴. Este grupo de tecnócratas, a quien Carlos Huneeus llama los “ODEPLAN boys”, actuó - bajo el liderazgo de Miguel Kast³⁵ - como un grupo cohesionado y con un gran sentimiento de equipo, constituyéndose como un importante grupo de poder dentro del régimen militar

³³ *“Esta Secretaría se convirtió en la puerta de entrada natural de los jóvenes para participar en el Gobierno después de terminar los estudios universitarios y ocupar después otros cargos en los ministerios, en los gobiernos regionales o en las municipalidades”* (Huneus, 2002:357).

³⁴ Los denominados *Chicago boys* eran un grupo de economistas de la Universidad Católica que se habían perfeccionado en la Universidad de Chicago, a través de un convenio suscrito por ambas instituciones de los años '50. A su regreso al país ocuparon cargos docentes, a tiempo completo, en dicha institución. Durante el proceso de Reforma Universitaria se aliaron con los “gremialistas” para oponerse a ella.

³⁵ Miguel Kast fue uno de los activistas del gremialismo más destacados en el segundo de sus bastiones universitarios: la escuela de Economía de la Pontificia Universidad Católica. En este contexto Kast ejerció un nivel de proselitismo político que demostró su enorme capacidad persuasiva (Huneus, 2002:337).

(Huneus, 2002).

ODEPLAN cumplió tres tareas fundamentales durante los diez primeros años del gobierno. En primer lugar, realizó importantes estudios para preparar reformas económicas fundamentales como la previsional. En segundo lugar, efectuó una labor ejecutiva, a través de la implementación de políticas que atendían la cara social del modelo neoliberal, desde las propuestas para focalizar el gasto social, hasta la evaluación de los proyectos de inversión. En tercer lugar, cumplió una labor de reclutamiento de un importante número de funcionarios de distintas disciplinas que entraron a trabajar en el gobierno central (como Hernán Büchi y Sergio Fernández) y en las regiones, dirigiendo las Secretarías Regionales de Planificación (SERPLAC) (Huneus, 2002).

El rol que los gremialistas desempeñaron en las alcaldías también fue muy importante. Ayudados por las reformas institucionales que fortalecieron los gobiernos locales, pudieron establecer relaciones más directas con los ciudadanos y disponer de recursos para las políticas sociales, como los programas de empleo comunitario para combatir la cesantía, los subsidios a los más pobres, etc. Todo esto se vio favorecido por la reforma municipal, expresada en la Ley Orgánica de Municipalidades de 1976, que amplió la influencia del poder central en las regiones a través de la organización de los gobiernos regionales (Huneus, 2002). A su vez, convirtió a las municipalidades en un importante centro de poder, con significativas capacidades clientelísticas para conseguir la adhesión de los sectores más pobres. Al respecto Huneus señala:

“Los alcaldes pudieron establecer relaciones políticas con los sectores populares, consiguiendo respaldo a los nuevos gobernantes y que servían de base al desarrollo del “gremialismo”. Estos ediles obtuvieron sus cargos gracias a su trabajo anterior en la Secretaría de la Juventud, en el contexto del cual desarrollaron una intensa labor de apoyo a las organizaciones sociales de las correspondientes localidades, creando así bases de sustentación para su futuro nombramiento como jefes comunales” (Huneus, 2001: 20).

Así se trazaba la trayectoria política de los dirigentes gremialistas, quienes, por una

parte, iban adquiriendo experiencia en el ámbito público y, por otra parte, iban generando redes sociales y políticas, especialmente vinculadas al mundo popular. Estas redes serán la base de sustentación de su movimiento, lo cual les permitirá tener un electorado suficiente para convertirse en autoridades elegidas al momento del retorno a la democracia. En otras palabras, la experiencia adquirida por los gremialistas en estos cargos estratégicos, y el vínculo que fueron generando con los sectores populares, facilitaron el surgimiento de la Unión Demócrata Independiente como una organización que aspiraba a convertirse en un partido penetrando, desde el principio, en el mundo popular.

Guzmán da vida a la UDI en un contexto de movilización social provocado por la crisis económica de 1982/1983, que obligó al régimen a impulsar una cierta apertura política. En esta época las relaciones entre Guzmán y el general Pinochet estaban bastante deterioradas y los gremialistas experimentaban un amplio rechazo en otros sectores del régimen, por lo cual disminuyó su incidencia al interior de este (Huneus, 2001; Soto, 2001). Por otra parte el gobierno pasaba por un difícil momento y el regreso de la democracia era algo inminente. Jaime Guzmán vio entonces que estaban dadas todas las condiciones para crear su movimiento³⁶, en el que confluyeron los más destacados dirigentes gremialistas que ya habían sido agrupados por Guzmán en el Frente Juvenil de Unidad Nacional y en Nueva Democracia, organizaciones creadas por Guzmán en 1975 y 1979, con la finalidad de formar un grupo de dirigentes que tuviera un “nuevo estilo de hacer política”, basado en el apoliticismo del servicio público (Soto, 2001: 3).

De este modo, la apertura producida en 1983 hizo posible la creación de la Unión Demócrata Independiente, como una organización formalmente política (Soto, 2001: 3). Es así como el 24 de de septiembre de 1983 aparece en el diario El Mercurio la Declaración de Principios de la UDI. En esa declaración el movimiento se define desde ya como popular, además de tener una inspiración cristiana y ser partidario de una sociedad libre (San Francisco, 2003). Se trataría de *“un movimiento político creado para aglutinar e interpretar a jóvenes llenos de ideales tal como en el pasado lo hiciera la Falange Nacional, ciertamente un rival político de Guzmán y su gente, pero también un referente permanente en cuanto a su mística inicial y a su primer sentido de bien común”* (Soto, 2001: 5)

³⁶ Entrevista a Luis Cordero, Miércoles 10 de septiembre de 2003. Carolina Pinto (Documento no publicado).

El movimiento estaba presidido por Jaime Guzmán quien, a pesar de ser el líder natural de la organización, quería que el cargo estuviera en manos de quien a su juicio encarnaba de mejor manera los valores de la UDI: el destacado economista Miguel Kast (Soto, 2001). Esto por sus cualidades personales y su importante desempeño profesional y político en la ODEPLAN, donde puso el acento en las políticas contra la pobreza. Sin embargo Kast fallece el mismo día en que se pensaba dar nacimiento al partido, por lo que Guzmán ocupa su lugar en el comité directivo. Esta muerte, lejos de derrumbar los ánimos de los gremialistas, otorga un elemento simbólico muy potente a la formación de la UDI, en tanto se le atribuye el carácter de un “mensaje” proveniente de Dios: un llamado a ser “apóstoles de la política”, es decir, a utilizar la política no como un fin sino como un instrumento para servir a Dios y al prójimo³⁷.

Bajo la fuerza de este mandato divino, el nuevo movimiento buscó inmediatamente convertirse en una organización política que rompiera con el tradicional aislamiento de la derecha de los sectores populares. Buscaban, según lo han señalado algunos de sus dirigentes destacados, superar el marco de la lucha de clases (Galdames, 2002; Longueira, 2002; Melero, 2002), es decir, terminar con la asociación de la derecha con los ricos y, a su vez, de los pobres con la izquierda. Para conseguirlo van a crear un departamento especialmente dedicado al trabajo poblacional y van a canalizar todos sus esfuerzos al trabajo en ese ámbito, contando con la ayuda y el trabajo de sus otros comités³⁸.

*“Buscamos como uno de nuestros principios fundamentales, romper con la lucha de clases. Teníamos que terminar con los partidos políticos de clase que existían en Chile (...). **El Departamento poblacional tenía la gran misión de demostrar que con la lucha de clases nada positivo se podía lograr (...).** Antes de la UDI, había partidos para ricos y pobres. En cambio, con la UDI, hoy existe un partido que representa a todos los chilenos porque ella nació para representarlos a todos, sin diferencias ni odiosidades”.* (Galdames, 2002)³⁹.

³⁷ Ver el discurso pronunciado por Jaime Guzmán en el funeral de Miguel Kast, en Longueira, Pablo (2003) Mi Testimonio de Fe.

³⁸ Además del Departamento Poblacional de UDI contaba con un departamento de profesionales, un comité femenino y un comité juvenil.

³⁹ En <http://www.revistarealidad.cl/n65/documentos1.htm>. La letra en negrita es nuestra.

El Departamento Poblacional estaba a cargo de Luis Cordero y Alfredo Galdames. Su trabajo comenzó a través de la organización de centros juveniles en las poblaciones, autónomos unos de otros, que sin embargo colaboraban en distintas actividades de la SNJ, Digerder y en proyectos municipales. La finalidad de estas organizaciones era el entretenimiento y la formación valórica, por medio de lo cual se buscaba generar un vínculo creando una red que trascendiera al régimen militar (Soto, 2001).

De este modo, el trabajo no era explícitamente político, pues la idea de Guzmán era inicialmente ganarse la confianza y conquistar los corazones de la gente, después vendrían los votos⁴⁰. Es por esto que una vez que los grupos estaban “maduros” el propio Jaime Guzmán era el encargado de ir a afianzar la relación con los pobladores. Pero sus discursos más que hablar de política poseían una fuerte carga emotiva donde se evidenciaban los rasgos mesiánicos que daban sentido a su labor.

*“Una de las cosas que me llamaba la atención –afirmó Joaquín Lavín- era que en las asambleas políticas en poblaciones, todos hacíamos discursos políticos y al final lo hacía Jaime, pero él no les hablaba de política, les hablaba de valores y les decía **Yo no estoy aquí para buscar votos, a nosotros nos interesan las personas, los queremos a ustedes, que la UDI sea para ustedes un instrumento de realización personal, que puedan crecer y desarrollarse como seres humanos.** Terminaba hablando de valores, de amor, de Dios. Él aprovechaba esas instancias para desarrollar su misión de apóstol de la política” (Soto, 2001)⁴¹.*

En enero de 1984 constituyeron el primer comité directivo poblacional de la UDI en la población José María Caro. Más tarde irían ganando terreno en las poblaciones y campamentos de las diversas comunas de Santiago, muchos de los cuales se consideraban “*bastiones impenetrables del marxismo*” (UDI, 1999). Y esto no fue mera casualidad pues el mandato de Guzmán era precisamente ese: “*disputar palmo a palmo las poblaciones a los comunistas*”⁴².

⁴⁰ Entrevista a Nefalí Pastén. Lunes 04 de Octubre de 2004.

⁴¹ La letra en negrita en nuestra.

⁴² Entrevista a Nefalí Pastén. Lunes 04 de Octubre de 2004.

Tal vez uno de los casos más emblemáticos fue el del campamento “Cardenal Raúl Silva Henríquez” donde la UDI brindó todo su apoyo al dirigente poblacional Rubén Carvacho, logrando derrocar a la directiva comunista – que según Carvacho estableció una verdadera dictadura al interior del campamento- y estableciendo una nueva administración para los pobladores⁴³. Otro caso emblemático es el de la población “La Pincoya”, que en esa época pertenecía a la comuna de Conchalí, donde la UDI “*clavó su primera estaca en la zona norte*”⁴⁴. En un acto realizado en dicha población Guzmán señaló:

“Estamos aquí en La Pincoya para testimoniar que la UDI es una creciente alternativa poblacional anti-marxista. Cumplimos así nuestro compromiso de disputarle palmo a palmo las poblaciones al comunismo. Y estamos en la calle, para indicar que no aceptaremos que de ellas se adueñe la violencia” (Jaime Guzmán, Octubre de 1985).

En 1985 ya contaban con 76 comités poblacionales (cada uno tenía entre 200 y 700) militantes. Algunos de sus dirigentes señalan que estos primeros acercamientos eran difíciles. El método utilizado era contactar a ciertos líderes locales para integrarlos al trabajo de la UDI. A partir de ellos el crecimiento era casi espontáneo. Cabe señalar que muchos de los dirigentes poblacionales de la UDI van saliendo de las filas de la DC e incluso de la izquierda⁴⁵.

La UDI va logrando ganar terreno gracias a su nueva forma de hacer política, con un lenguaje directo y claro, que busca desmarcarse de lo político y orientarse a “*dar soluciones concretas a los problemas nacionales*” (Soto, 2001: 6). Además buscan un vínculo emotivo con los pobladores, estableciendo relaciones de confianza y de aparente desinterés. Por último se instalan con un fuerte discurso anticomunista que enfatiza la amenaza de volver al “caos” del gobierno de la Unidad Popular, el cual, a la luz de las protestas, crea cohesión entre quienes no se sienten parte de ellas. Pablo Longueira señaló al respecto:

“(…) aglutinarse en torno a ideas políticas...en muchas poblaciones existe una

⁴³ Entrevista a Rubén Carvacho. 06 de Enero de 2005.

⁴⁴ Entrevista a Neftalí Pastén. Lunes 04 de Octubre de 2004.

⁴⁵ Entrevista a Alfredo Galdames. 14 de mayo de 2005.

necesidad bastante grande de ellos, por la amenaza marxista, por la prepotencia. Son gente que en el último tiempo ha experimentado el temor de volver a la época de la Unidad Popular, y existe mucho de eso de defender lo que defendieron en el pasado. Eso nos ha dado un crecimiento mucho mayor del que estimábamos en un principio” (Citado en Soto, 2001).

La red poblacional que la UDI iba creando, y la fortaleza de sus vínculos, se fueron evidenciando a la luz de las protestas nacionales. Quienes no estaban interesados en participar de las protestas fueron apoyados por el movimiento de Guzmán. Más tarde, organizarían actos de rechazo a tales manifestaciones. En ese contexto, existía una verdadera disputa por las poblaciones, cuyo momento de máxima tensión fue el asesinato de Simón Yévenes, uno de los fundadores del departamento poblacional de la UDI, el 02 de abril de 1986. Éste habría sido asesinado por miembros del Frente Patriótico Manuel Rodríguez, quienes, junto al Partido Comunista, pretendían amedrentar a la UDI por ser la alternativa real de trabajo en su contra en las poblaciones. Esa era la opinión de Guzmán (Soto, 2001). En el funeral de Yévenes, Guzmán señaló:

“Pero se han equivocado profunda e irremediamente. Porque si hasta ayer nuestra voluntad de lucha era firme, desde hoy el martirio de Simón Yévenes la convertirá en indestructible. Y ella sumará a miles y miles de chilenos que hasta ahora comprenderán que estamos frente al sacrificio supremo de un mártir que los obliga a ser dignos de su testimonio heroico” (Citado en Longueira, 2003: 107).

De este modo, Simón Yévenes se convirtió en el “mártir de los pobres” (Longueira, 2003), siendo su muerte un elemento que sirvió para acrecentar el sentimiento de unidad entre quienes se oponían a las protestas y para reforzar el carácter épico del trabajo de la UDI en las poblaciones. Con esto sumaban una figura más al panteón sagrado que le daba sentido y mística a su “apostolado” y, al mismo tiempo endurecían su crítica a la izquierda por la utilización que hacían de los pobres sin proponer alternativas reales de solución a sus problemas. Sobre este punto, en una entrevista realizada en 1986, Pablo Longueira señaló:

“(…) hay tanta mentira, tanta utilización de la pobreza, una mistificación muy grande

del problema poblacional. Yo voy todos los días a las poblaciones, así que a mí no me pueden venir con cuentos... lo que desea (la gente) es que se solucionen efectivamente los problemas sociales que tienen, principalmente de trabajo. Esa es la primera preocupación y el primer deseo del poblador y de la pobladora chilenos. ¡Existe un apoliticismo absoluto!” (Soto, 2001).

La UDI asume una forma partidaria en 1987 cuando, bajo el amparo de la nueva ley de partidos, confluye con Unión Nacional y el Frente Nacional de Trabajo en la formación de Renovación Nacional. Desde que se comenzó a discutir la fusión, hubo ciertos resquemores por parte de la UDI, pues los miembros de las otras agrupaciones eran, en gran medida, herederos de la derecha tradicional y de sus “viciadas” formas de hacer política. Además no querían perder el trabajo en sus bases y la capacitación de dirigentes que habían conseguido en esos años (Soto, 2001). Las disputas de poder al interior del nuevo partido terminaron con la expulsión de algunos dirigentes gremialistas, entre ellos Jaime Guzmán. La escisión, ocurrida en 1988, es la que posibilita que la UDI se convierta en partido político en 1989. Inicialmente se recrea como movimiento para brindar su apoyo al general Pinochet como candidato en el plebiscito de 1988, denominándose “UDI por el sí” (Huneus, 2001). Esto *“permitió a la UDI erigirse como un partido tácitamente pinochetista y, por tanto, fundamentalmente leal al legado de la dictadura”* (Joignant y Navia, 2003: 132). Si bien RN también apoyó a Pinochet, sus militantes eran partidarios de presentar un candidato distinto (Pollack, 1999; Huneus, 2001). Desde este momento comienzan las tensiones entre ambos partidos y los intentos por diferenciarse (Durruty, 1999).

Lamentablemente para la UDI, el plebiscito de Octubre de 1988 dio el triunfo a la opción “NO”, opositora al régimen. Sin embargo, cabe tener en cuenta que el apoyo al general Pinochet se manifestó en un 44% (Joignant y Navia, 2003), una cifra nada despreciable. Esta derrota planteaba a la UDI un dilema para las elecciones parlamentarias de 1989. Era necesario que el partido tomara distancia del lado más oscuro de la dictadura, sin que aquello significara romper su lealtad con Pinochet. Por otra parte, no podían obviar la importancia electoral del voto pinochetista, el cual sería fundamental para elegir a sus candidatos (Huneus, 2001: 33 – 34).

V.2. La UDI en Democracia. Crecimiento y consolidación del “partido popular” chileno.

Tras la derrota sufrida en el plebiscito de 1988, se aprobaron varias reformas constitucionales para hacer un poco más democrática la Carta Fundamental. Por otro lado, las autoridades militares salientes diseñaron reglas electorales destinadas a regular la composición del Senado (con 38 senadores elegidos y 9 designados) y de la Cámara de Diputados, donde la totalidad de los miembros sería elegida democráticamente (Joignant y Navia, 2003). A su vez, se optó por un diseño distrital que sobre representaba las áreas donde Pinochet obtuvo buenos resultados, y por un sistema electoral (el sistema “binominal”) que beneficia a la segunda fuerza política, entre otras cosas⁴⁶. Esto permite comprender por qué la derecha pudo mantener las cuotas de poder necesarias para contrarrestar el apoyo electoral de la Concertación. A pesar de que en las sucesivas elecciones la derecha no lograría obtener una votación que amenazara la hegemonía del bloque de centro-izquierda, esta situación comienza a revertirse en las elecciones de 1997. Tal como se aprecia en el Cuadro N° 2, ese año la Concertación experimenta una baja significativa en su votación.

Cuadro N° 2. Votación obtenida por la UDI y la Alianza en las Elecciones Municipales y Parlamentarias (Diputados). 1988-2005

Elección	Votos UDI	%	Votos Alianza*	%	Votos Concertación	%	Votos Válidos
1988 - Pleb	0	0	3.114.923	44,0	3.963.088	56,0	7.078.011
1989 - Dip	667.369	9,8	2.323.581	34,2	3.499.713	51,5	6.797.122
1992 - Mun	652.954	10,2	1.901.815	29,7	3.417.154	53,3	6.410.906
1993 - Dip	816.104	12,1	2.471.789	36,7	3.733.267	55,4	6.738.859
1996 - Mun	211.840	3,4	2.046.001	32,5	3.536.842	56,1	6.301.289
1997 - Dip	837.736	14,5	2.101.392	36,3	2.927.692	50,5	5.795.773
2000 - Mun	1.040.349	16,0	2.612.307	40,1	3.396.274	52,1	6.515.574
2001 - Dip	1.538.835	25,2	2.703.701	44,3	2.925.800	47,9	6.107.140
2004 - Mun**	1.151.703	18,8	2.307.046	37,6	2.932.350	47,8	6.123.375
2005 - Dip	1.475.901	22,4	2.556.386	38,7	3.417.207	51,8	6.518.001

*Alianza: RN, UDI y aliados

**Tomamos en cuenta solamente la votación en concejales, debido al cambio en la ley electoral.

Fuente: http://www.elecciones.gov.cl/nav_historico.html

⁴⁶ Ver Joignant y Navia, 2003.

En ese período la UDI comienza a ascender en su votación, logrando alcanzar e incluso superar el apoyo obtenido por Pinochet en el plebiscito del 88. El punto más alto en la votación fue alcanzado en las elecciones presidenciales 1999 (ver Cuadro N° 3), donde su candidato estuvo a pasos de convertirse en Presidente. Este apoyo creciente convierte a la UDI el partido más grande en términos electorales del país en las elecciones parlamentarias del año 2001, lo cual se ratifica en las parlamentarias del año 2005⁴⁷.

Las elecciones presidenciales del año 2005 plantean un escenario más complejo a la UDI, en tanto la candidatura de Joaquín Lavín no fue la única de la Alianza por Chile. En esta ocasión la candidatura del RN Sebastián Piñera suscitó mayor adhesión, por lo que éste fue quien pasó a disputar la segunda vuelta con Michelle Bachelet, candidata de la Concertación. Con la derrota del candidato de la UDI en primera vuelta, muchos vaticinaron la muerte del fenómeno Lavín. Sin embargo recientemente este ha reaparecido en la palestra política con un discurso conciliador y una actitud de cooperación hacia el gobierno de Bachelet. Esta postura lo ha vuelto a posicionar en las encuestas como uno de los políticos más destacados del país.

Cuadro N° 3. Elecciones presidenciales en Chile. 1989- 2006.

Elección	Votos Alianza*	%	Votos Concertación	%	Votos Válidos
1989	2.052.116	29,4	3.850.571	55,2	6.979.859
1993	1.701.324	24,4	4.040.497	58,0	6.968.950
1999 1° v	3.352.199	47,5	3.383.339	48,0	7.055.128
2000 2° v	3.495.569	48,7	3.638.158	51,3	7.178.727
2005 1° v	(RN) 1.763.694	25,4	3.190.691	45,9	6.942.041
	(UDI) 1.612.608	23,2			
	3.376.302	48,6			
2006 2° v	3.236.394	46,5	3.723.019	53,5	6.940.560

*Alianza: RN, UDI y aliados

Fuente: <http://www.elecciones.gov.cl/>

El tránsito electoral en democracia no fue fácil para el partido, pues fue necesario enfrentar sucesivas derrotas y perfeccionar poco a poco las estrategias para captar más votantes, especialmente dentro del mundo popular. A continuación haremos una breve revisión de los

⁴⁷ Este puesto es arrebatado brevemente por la Democracia Cristiana en las elecciones municipales de 2004, donde a pesar de esto la UDI se mantiene como el partido más votado en la Región Metropolitana y el segundo del país. Fuente: www.elecciones.gov.cl

hechos más importantes en la evolución electoral de la UDI en este período democrático.

En las elecciones de 1989 Jaime Guzmán se postula al Senado por Santiago Poniente, una de las dos regiones en que se dividió la Región Metropolitana por la reforma constitucional de 1989, donde primaban comunas de carácter popular. Guzmán escogió este sector particularmente debido al trabajo político realizado anteriormente por sus más estrechos colaboradores, por lo cual pensaba que podrían impulsar de manera conjunta una campaña electoral interesante. Tal fue el caso de Juan Antonio Coloma (candidato por Talagante - Melipilla) y Pablo Longueira (por San Bernardo-Buín), en las comunas rurales, y de Carlos Bombal (por Santiago Centro), Patricio Melero (por Pudahuel) y Luis Cordero (por Conchalí), en los distritos urbanos (Huneus, 2001: 34). Gracias a la ley electoral, Guzmán obtuvo un escaño, aún obteniendo menos votos que los dos candidatos de la Concertación⁴⁸.

En dichas elecciones parlamentarias la UDI tan solo obtuvo el 9,83% de los votos, lo cual se tradujo en 11 diputados de los 48 que resultaron elegidos de su alianza. En las senatoriales los resultados fueron peores aún, en tanto obtuvieron un 5,11% de los votos logrando elegir a 2 senadores de los 16 de su alianza⁴⁹. A pesar de ser minoritarios dentro de la derecha, logran imponer a su candidato como aspirante a la presidencia. El elegido fue Hernán Büchi, ex Ministro de Hacienda de Pinochet. No obstante, la derrota nuevamente fue aplastante. Büchi obtuvo el 24, 94%, frente a Patricio Aylwin (DC) que triunfa con un 55,17%. Esta derrota se vio favorecida por el desvío de votos hacia el candidato de la “Unión de Centro Centro”, de clara tendencia derechista, Francisco Javier Errázuriz, que obtuvo un sorpresivo 15,43 %⁵⁰.

Ante las sucesivas derrotas, donde alcanzar cifras cercanas a las obtenidas por Pinochet en 1988 era una tarea casi imposible, y debido al fuerte rechazo que generaban dentro del mundo político por su identificación con el Gobierno Militar, debieron reenfocar los esfuerzos. En los años siguientes todo el trabajo de la agrupación está destinado a la lucha por “sobrevivir” (UDI, 1999: 23). Y para ello no dudaron en emplear todos los métodos que estuvieran a su alcance,

⁴⁸ Mientras Andrés Zaldívar (DC) resultó elegido con 407.890 votos, Ricardo Lagos (por entonces presidente del PPD) perdió a pesar de obtener 399.408 frente a los 224.302 de Guzmán (Huneus, 2001).

⁴⁹ Fuente: <http://www.elecciones.gov.cl>

⁵⁰ *Ibid.*

pues no podían perder de vista el horizonte: convertirse en un partido mayoritario. Fue en ese momento en que desplegaron una importante muestra del pragmatismo que los caracterizará, cuando Jaime Guzmán acordó con Gabriel Valdés (PDC) su elección como Presidente del Senado, a cambio de la primera vicepresidencia de la Cámara Alta y de una participación importante de la UDI en las Comisiones (Huneus, 2001: 35). La explicación de esta conducta pragmática es sintetizada por Alfredo Galdames, fundador del Departamento Poblacional de la UDI y Vicepresidente de este partido por varios períodos:

“(...) porque queremos llegar al poder, queremos ser el partido mayoritario, queremos llegar la gobierno ¿ya?, y eso yo diría que en los últimos años se ha ido perfilando bastante bien, hemos tratado de ser...a pesar de que si uno recorre se da cuenta que siempre hemos sido bastante pragmáticos y que fue lo que nos mantuvo, lo que nos ha permitido mantenernos vivos. El año '89 le dimos la presidencia del Senado a Gabriel Valdés y eso nos permitió sobrevivir porque los gallos pensaban: ‘estos gallos fanáticos, fascistas, ultraderechistas –porque esos eran los términos con que nos calificaban – no va a ser capaces de subsistir en democracia’ y resulta que a Jaime se le ocurrió la genial idea de usar los dos votos que teníamos en el senado para darle la mayoría a Gabriel Valdés contra la voluntad y contra la opinión de nuestros amigos de Renovación Nacional (...). Pero ese golpe de audacia y ese pragmatismo lo hemos usado siempre, precisamente para subsistir y convertirnos en un partido grande y esa indudablemente es la meta” (Alfredo Galdames, Mayo de 2004).

El 1 de abril de 1991 la colectividad sufre el más duro golpe de su historia: el asesinato de su máximo líder Jaime Guzmán, perpetrado por el Frente Patriótico Manuel Rodríguez. Días antes el senador había pronunciado públicamente su rechazo a la reforma constitucional que permitía al Presidente de la República conceder indultos a quienes habían sido acusados de cometer actos de terrorismo antes del 11 de marzo de 1990⁵¹. De esta forma Guzmán había llevado hasta las últimas consecuencias su rol como “apóstol de la política”, siendo auténticamente sacrificado por defender lo que creía correcto para el país. Así lo expresó en un homenaje póstumo el entonces rector de la Pontificia Universidad Católica:

⁵¹ El discurso pronunciado por Jaime Guzmán puede encontrarse en Longueira, Pablo (2003). “Mi testimonio de fe”. Ed. Grijalbo, p. 305.

“La mano asesina que lo hirió, escribió sin quererlo con la sangre de Jaime su mejor elogio: ‘Este hombre vivió para entregarse hasta el extremo por su patria, por su pueblo, por su fe’ (Juan de Dios Vial Correa, 4 de abril de 1991)⁵²

Si bien la muerte de Guzmán significaba para la UDI la pérdida terrenal de su figura más importante, en otro plano esta imagen se transformaba en un elemento simbólico fundamental para generar la mística divina que comparten hasta hoy los miembros de dicha organización. Si para algunos de sus correligionarios Jaime Guzmán demostraba en vida ciertos rasgos de santidad, al convertirse en mártir es elevado a una categoría aún superior, dotando al partido de la identidad y cohesión necesarias para dar un nuevo sentido a su labor política. Sin lugar a dudas este sentimiento se vio reforzado por el hecho de que el propio Guzmán había vaticinado su muerte y por tanto habría dejado en vida la responsabilidad de seguir con su legado a un selecto grupo del gremialismo. La noche del asesinato a Simón Yévenes, Guzmán se reunió en su casa con Luis Cordero, Pablo Longueira y Andrés Chadwick. En dicha ocasión les habría señalado que *“la sangre de Simón Yévenes no nos permitirá dar un paso atrás en nuestra tarea de consolidar la UDI”*, agregando más tarde lo siguiente; *“tengo la convicción de que el próximo será uno de nosotros cuatro”* (Revista Qué Pasa, 23 de Diciembre de 2001)⁵³.

Luego de la muerte de Guzmán, muchos colaboradores y simpatizantes del partido se unieron a sus filas, entre los cuales destacan Hernán Büchi y José Piñera, sumándose a la “mística inspiradora” que los llevó a redefinir las orientaciones del partido. De este modo, a fines de 1991 se realiza el Congreso Doctrinario “Jaime Guzmán Errázuriz”, donde la UDI se define como un **partido popular**, siendo el pueblo chileno -sin exclusión alguna- el protagonista y destinatario de su acción. En este aspecto se afirmó además que *“es vital para la UDI mantener el afán permanente por aliviar la situación de los más pobres, asumiendo un compromiso prioritario con quienes sufren la indigencia”*, lo cual se traduce en *“ser un partido con una fuerte presencia en sectores poblacionales, donde la gente sencilla de nuestro país comprenda esta opción y la apoye, sintiéndola propia”* (UDI, 1999: 28). Además de su carácter popular, la UDI reafirma en este Congreso su inspiración cristiana y ser partidario de la libertad (UDI, 1999: 29).

⁵² Ibid., p. 109.

⁵³ Disponible en <http://www.quepasa.cl/revista/2001/12/23/t-23.12.QP.NAC.PODER.html>

Las elecciones de 1992 se desarrollaron en un clima de pesimismo para la UDI, debido al arrollador triunfo de la Concertación en el plebiscito del '88 y en las elecciones de 1989 y al magro resultado que las encuestas asignaban a la derecha (UDI, 1999). Finalmente las tendencias de voto se mantuvieron relativamente estables y la UDI obtuvo el 10,19%⁵⁴ con lo cual eligió a 22 alcaldes, entre ellos a Joaquín Lavín, y 178 concejales (UDI, 1999).

Para las elecciones parlamentarias y presidenciales de 1993 la coalición de derecha llamada “Unión por el Progreso de Chile” (en las elecciones de 1989 se denominó “Democracia y Progreso” y en las municipales de 1992 “Participación y Progreso”), sumo a sus filas al partido Unión de Centro Centro, liderado por el empresario y ex candidato a la presidencia Francisco Javier Errázuriz –conocido popularmente como Fra-Fra⁵⁵. Nuevamente la UDI impone su opción presidencial a sus compañeros de RN, apoyando al candidato independiente Arturo Alessandri (Joignant y Navia, 2001). En tanto José Piñera, que se había retirado de la UDI al no obtener el protagonismo que buscaba, levantaba paralelamente su candidatura a la presidencia como independiente. No obstante la jugada de la UDI se tradujo en una nueva derrota (57, 98% a 24, 41%) frente al candidato de la Concertación Eduardo Frei (Joignant y Navia, 2001). La Unión por el Progreso de Chile también perdió en las elecciones parlamentarias, sin embargo consiguió una de las metas que se había fijado: evitar que la Concertación ocupara los 2/3 del parlamento, lo cual imposibilitaba llevar a cabo reformas sustanciales a la Constitución de 1980 (UDI, 1999).

Después de estas elecciones, la UDI formuló un plan de trabajo para los 6 años siguientes, dividido en tres etapas, de dos años cada una. De este modo, los años 1994 y 1995 fueron definidos como un periodo de organización interna, de crecimiento hacia sectores no cubiertos hasta ese momento y de consolidación de la presencia en el mundo popular. Para el periodo entre 1996 y 1997 el objetivo era el fortalecimiento electoral, tanto en el nivel municipal como en el parlamentario. Finalmente la meta propuesta para los años 1998 y 1999 era ganar la presidencia para la derecha, con un candidato de la UDI (UDI, 1999).

Para el crecimiento hacia otros sectores y el fortalecimiento de su identificación con el mundo popular, el partido creó el Programa “UDI en terreno”, a través del cual se movilizaron

⁵⁴ Fuente: <http://www.elecciones.gov.cl/>

⁵⁵ También se sumó el “Partido del Sur”.

todos los dirigentes de la estructura partidaria (dirigentes regionales y juveniles, diputados y senadores, profesionales y técnicos, alcaldes y concejales), para abordar en terreno los problemas que afectaban a la población (UDI, 1999). Con este programa la UDI impuso un elemento nuevo en la forma de hacer política, que poco a poco se iría contagiando al resto de los partidos y al propio gobierno como forma de acercamiento a los “problemas concretos” de los ciudadanos.

De forma paralela, la UDI buscó convocar a profesionales, técnicos y empresarios a trabajar en el servicio público, retomando una de sus fuentes originarias. De este modo nació la organización Profesionales al Servicio de Chile, donde participan hasta hoy militantes e independientes (UDI, 1999).

En las elecciones municipales de 1996 se dio un curioso fenómeno. La mayoría de los candidatos de la UDI hicieron un pragmático abandono de la militancia partidaria y se presentaron como candidatos independientes. Este fenómeno se había dado en elecciones anteriores, pero no de manera tan masiva. En consecuencia la UDI bajó su votación al 3,44%, no obstante los independientes que iban en su lista obtuvieron el 9,66%. Nos interesa recalcar este hecho en tanto expresión de una de las principales estrategias discursivas del partido, a saber, mostrar una desvinculación con lo político. Tras las derrotas recientes, es posible que se haya decidido que los candidatos potenciaran una imagen despolitizada y apartidista, con el fin de obtener mejores resultados. Este hecho es también relevante por el papel que desempeñó Joaquín Lavín, quien era uno de los alcaldes más destacados de la UDI y que postulaba a la reelección. En este contexto de desvinculación, Lavín no abandonó a su partido y llevó adelante su campaña como militante en el municipio de las Condes. Finalmente, logró canalizar gran parte de la votación nacional de la UDI, obteniendo un impresionante 77,6% de la votación (Joignant y Navia, 2003). Sin lugar a dudas este hecho sería fundamental en su posterior nombramiento como presidenciable.

En las elecciones parlamentarias de 1997 se evidencia un avance significativo en la votación de la UDI. Obteniendo un 14,45 % de los votos logra elegir a 17 diputados (aumenta 2)

y a 3 senadores (aumenta 1), con un 17,19 % de los votos⁵⁶. De este modo la UDI no sólo mejora su posición con respecto a RN sino que hegemonizaba el apoyo en el Senado, contando con 5 senadores de un total de 9, pues contaba además con la lealtad de 4 senadores independientes y de al menos 4 de los 9 senadores designados (Joignant y Navia, 2003).

En 1998 Pablo Longueira se convierte en presidente del partido, pretendiendo profundizar el carácter popular de la UDI y convertirlo en el partido más grande del país. Longueira, profundamente marcado por su formación “ignaciana”⁵⁷, fue el gestor del acercamiento de los gremialistas al mundo popular y más tarde uno de los más destacados dirigentes del Departamento Poblacional. En el pasado, debido a su nivel de cercanía con los pobladores, miembros de Renovación Nacional lo habrían bautizado con el apodo de “Pungueira” (Qué Pasa, 23 de diciembre de 2001). Años más tarde este vínculo, que se iría afianzando con la fuerte presencia de la UDI en el trabajo en terreno, haría posible que su partido se consolidara en el mundo popular y que se convirtiera en una alternativa real de gobierno. Es así como, en las elecciones presidenciales de 1999, el candidato de la UDI Joaquín Lavín -otrora exitoso alcalde de Las Condes- obtiene un estrecho 47,51% de los votos, frente al 47,96% de su contendor, el socialista Ricardo Lagos, lo cual obliga a definir las elecciones en una segunda vuelta.

Finalmente la UDI no consiguió llegar a la Moneda, sin embargo el apretado margen de distancia con el triunfador puso en evidencia el enorme crecimiento que había experimentado la derecha y, particularmente, la UDI durante el período democrático, logrando sobrepasar la votación del general Pinochet en el plebiscito de 1988. Si bien existen varios factores que pueden explicar el alto porcentaje obtenido por Lavín (crisis económica, desgaste de la Concertación, fuga de votos “centristas”, etc.) (Navia, 2001), es fundamental la aparición del candidato preciso, cuya imagen encarna todo lo que la UDI venía tratando de transmitir desde su constitución. Las elecciones presidenciales marcaron un hito importante para la UDI, no sólo porque estuvieron a pasos de obtener la primera magistratura, sino también porque logran instalar una manera diferente de hacer política y poner en evidencia que han conseguido penetrar de manera efectiva un nicho de votantes que no apoyaba tradicionalmente a la derecha, que se

⁵⁶ Fuente: <http://www.elecciones.gov.cl/>

⁵⁷ Estudió en el colegio jesuita San Ignacio de Alonso de Ovalle.

encuentra principalmente en el mundo popular. Este éxito de la UDI en las zonas con mayor pobreza será ratificado en las elecciones posteriores.

Tal como adelantábamos, en el año 2000 la UDI arrasaría en las elecciones municipales, logrando importantes triunfos, especialmente en comunas de un marcado carácter popular donde antes había gobernado la Concertación. Esto ocurrió en comunas tales como Huechuraba, Recoleta, Renca, Conchalí, Estación Central, Maipú, La Florida, San Miguel y en Santiago, la “madre de todas las batallas”, desde donde Joaquín Lavín reiniciaría la pelea por conseguir la primera magistratura. Ante este fenómeno algunos analistas hablaron del “efecto Lavín”, es decir, de las consecuencias del éxito de Lavín sobre la performance de los candidatos de la Alianza, y especialmente de la UDI, en las elecciones municipales (Navia, 2001). Este efecto se arrastraría hasta las elecciones parlamentarias del año 2001, año en el cual la UDI se convierte en el partido más votado del país, logrando 36 escaños (de un total de 120) en la Cámara de Diputados y 11 senadores electos (de un total de 38).

En las elecciones municipales del año 2004, el camino exitoso que venía recorriendo la UDI se altera levemente, pues pierden varias alcaldías producto del cambio en el sistema electoral y del repunte de la Democracia Cristiana. No obstante, el partido consigue aumentar su votación nacional con respecto a las elecciones del año 2000, manteniéndose como uno de los partidos más fuertes en términos electorales (el más importante de la Región Metropolitana y el segundo del país)⁵⁸. Además consigue defender importantes enclaves comunales, especialmente en las comunas populares de la zona norte, como Renca, Huechuraba y Recoleta. En estas comunas la UDI logró reelegir a sus alcaldes y aumentar considerablemente su votación⁵⁹.

⁵⁸ En las elecciones municipales del año 2000 la UDI obtuvo un total de 1.040.349 votos en todo Chile. En las elecciones del presente año, en tanto, obtuvo 1.096.341 en concejales y 1.204.896 en alcaldes, ambas cifras superiores a la votación anterior. En la Región Metropolitana la UDI obtiene 488.177 votos en concejales y 598.318 en alcaldes, mientras que la Democracia Cristiana obtiene 445.792 votos en concejales y 489.311 en alcaldes Fuente: www.elecciones.gov.cl.

⁵⁹ En estas elecciones Vicky Barahona obtiene en Renca un total de 36.616 votos, lo que equivale al 61,45%, 14.815 votos más que en el año 2000. En Huechuraba Carolina Plaza obtiene 14.349 votos, es decir, un 57,83%, lo cual significa un aumento de 6.387 votos con respecto a las elecciones anteriores. Finalmente en Recoleta Gonzalo Cornejo obtuvo 36.414 votos en las últimas elecciones, equivalentes al 53,16%, incrementando su votación en 11.684 votos en relación a las elecciones del año 2000. Fuente www.elecciones.gov.cl.

VI.3. Condiciones de éxito electoral de la UDI en los sectores populares o ¿Es la UDI un partido neopopulista?

Habiendo expuesto algunos aspectos relevantes que ponen en evidencia la inserción sistemática y efectiva de la UDI en los sectores populares, es necesario, por una parte, señalar qué factores han posibilitado esta inserción y, por otra parte, examinar si esos factores nos permiten definir a la UDI como un partido neopopulista.

Un primer aspecto a tener en consideración es que la inserción en los sectores populares fue producto del diseño de una estrategia de penetración sistemática, por parte de Jaime Guzmán, incluso antes de que la UDI asumiera su forma partidaria. Como señala Carlos Huneeus (2001), Jaime Guzmán, en su afán por formar un movimiento político hegemónico distinto de los partidos tradicionales de derecha, planea una estrategia que le permita formar cuadros profesionales y generar contactos a todo nivel, para lo cual era fundamental disputar la hegemonía que la izquierda y la Democracia Cristiana tenían en los sectores populares. La finalidad era establecer una red de relaciones que tuviera proyección en el tiempo, por lo tanto era necesario que sus dirigentes buscaran un vínculo directo que permitiera generar fuertes lazos de confianza con tales sectores. Para lograr esto el primer paso fue, tal como hemos visto, la instalación de dirigentes en puestos claves dentro del régimen militar y más tarde, cuando la UDI nace como movimiento en los '80, el acercamiento y el trabajo concreto en las poblaciones.

El proyecto de Guzmán fue pensado para ser aplicado de manera gradual, por tanto habría sido imposible de materializar de no ser por las características organizacionales de la UDI, que se destaca especialmente por tener una estructura disciplinada y con una gran cohesión interna. La UDI fue concebida con la estructura de un clásico partido de cuadros, articulado en torno a una élite de políticos profesionales (Duverger, 1996), que fueron cuidadosamente escogidos en las universidades y que más tarde ganarían experiencia en el ámbito público en la Secretaría Nacional de la Juventud y en los municipios. Los partidos de cuadros se caracterizan también por su fortaleza identitaria, basada en una línea ideológica muy marcada, donde no caben las tendencias internas significativas. En el caso de la UDI esto se expresa por ejemplo, en la existencia de un discurso único, que puede ser transmitido de la misma forma casi indistintamente por cualquiera de sus militantes. Tal como ha señalado Marcelo Pollack (1999),

las semejanzas políticas, ideológicas y culturales de los integrantes de este partido los hacen prácticamente indistinguibles los unos de los otros, por tanto no existen en él las individualidades: todos son los eslabones de una misma cadena⁶⁰.

Este alto nivel de cohesión se debe, en gran parte, a la homogeneidad cultural de su elite dirigenal, que no sólo proviene de espacios similares de socialización, sino que también ha vivido experiencias históricas idénticas. Tal como han señalado Alfredo Joignant y Patricio Navia (2003), el personal parlamentario de la UDI comparte una profunda socialización católica, adquirida en colegios y liceos⁶¹ y, en menor medida, en universidades que adscriben a dicho credo⁶². Para estos autores el papel de los valores religiosos en la UDI es vital, en tanto hace las veces de “cemento” identitario de la organización. Pero este no es el único rasgo que brinda una homogeneidad cultural a la cúpula del partido. En necesario destacar que estos dirigentes tienen además una relación histórica, pues su cercanía generacional les hace compartir una serie de hechos relevantes que han marcado y condicionado su acercamiento a la política. Por ejemplo, muchos de ellos se iniciaron en política en oposición a la Unidad Popular, o bien, en plena Dictadura, siendo alcaldes designados o funcionarios de entidades públicas, y trabajando activamente en la campaña del Sí (Joignant y Navia, 2003).

Ha sido precisamente la elite proveniente del hermético grupo que se forma en torno a la figura de Jaime Guzmán, la que se ha mantenido continuamente en la dirección del partido desde el año 1988. Como es bien sabido, las directivas nacionales de la UDI no se eligen a través de mecanismos democráticos como elecciones abiertas, sino “por consenso”, lo cual en la práctica se traduce en el acuerdo a puertas cerradas de la “mesa chica”, es decir, del núcleo de poder del partido.

⁶⁰ Este elemento ha experimentado algunas transformaciones en el último tiempo, a partir de algunos conflictos internos que han salido a la luz pública. Entre ellos cae citar la ruptura de núcleo Longueira – Coloma – Chadwick; el excesivo personalismo de Lavín; los intentos por democratizar el partido impulsado por Gonzalo de la Maza, alcalde de Las Condes; y los reclamos de otros alcaldes por una mayor participación en las decisiones del partido.

⁶¹ Principalmente colegios San Ignacio y Sagrados Corazones.

⁶² Cabe mencionar también que en el pasado muchos dirigentes de la UDI (Jaime Guzmán y Joaquín Lavín, entre ellos) fueron miembros del movimiento integrista Tradición Familia y Propiedad (TFP), que en Chile se conoció como “Fiducia”, por el nombre de la revista que editaban.

“Por qué no hay elecciones, porque cuando hay consenso no necesitai elecciones. No se cuestiona que Longueira tenía que ser presidente, nadie se cuestiona que Jovino tenía que salir después (...) en el fondo hay consenso, hay un proyecto común tan claro, y que es un partido tan de amigos que no hay en el fondo diferencias” (María José Hoffmann, concejal de Conchalí, 05 de Enero de 2005).

Las características estructurales e identitarias de un partido de cuadros le brindan una capacidad de proyección social y movilización popular muy amplia, como ocurre en el caso de la UDI. Ahora bien, cabe mencionar que si bien la UDI busca representar verticalmente a todos los sectores sociales, para “romper con la lucha de clases”, y ha logrado efectivamente constituirse como un partido policlasista, no es un auténtico partido de masas, en el sentido de Duverger. Como hemos señalado, la UDI es un partido jerárquico, con un fuerte control central y una unidad interna basada en la autoridad de sus líderes, por lo que su inserción en el mundo popular no se ha traducido en una auténtica retroalimentación entre los líderes y las masas, sino una imposición vertical de las líneas doctrinarias del partido y de las decisiones que en él se toman (Pollack, 1999). Si bien el partido tiene una estructura formal -con directivas comunales, distritales y regionales- a través de la cual debería producirse esta retroalimentación constante entre el nivel central y las bases, en realidad las decisiones se toman a través de otros mecanismos, donde las bases populares no tienen mayor injerencia. Surge entonces la figura de una estructura informal que permanece oculta, pero que desde las sombras logra superponerse y sobrepasar a la organización formal del partido.

Es allí donde cobran vital importancia las redes clientelares articuladas en los sectores populares, donde las relaciones están lejos de obedecer a los mecanismos formales de la estructura partidaria. Estas redes se fueron construyendo desde los años 80, cuando los otrora jóvenes dirigentes gremialistas fueron a las poblaciones para buscar a dirigentes poblacionales y convertirlos en nuevos cuadros para el partido. Más adelante esos líderes poblacionales serán los nodos fundamentales en la articulación y funcionamiento de las redes, siendo las caras visibles del partido en las poblaciones y, por tanto, los portavoces de las demandas de los “clientes” ante los “patrones” del partido. Estos “mediadores políticos” son los que hacen posible el vínculo entre los líderes y las bases populares, para conseguir favores y recursos a cambio de lealtad política (y de votos, por supuesto), sin necesidad de atravesar todo el aparato burocrático del

partido. En este sentido, la UDI emplea otra estrategia populista de acercamiento a los sectores populares, ignorando las formas institucionalizadas de mediación política, como lo es la estructura partidaria. Pero además, las redes clientelares de la UDI logran atravesar otras estructuras tradicionales de mediación, menos politizadas, pero tremendamente funcionales, como son las organizaciones de base (Juntas de Vecinos, Clubes Deportivos, Centros de Madre, etc.) (Barozet, 2005). Vimos que, en sus inicios, fiel a su doctrina gremialista, La UDI potencia la formación y fortalece organizaciones de base “despolitizadas”, sin embargo en la actualidad siguen buscando ejercer su influencia en tales instancias, no sólo por su importancia en el vínculos con las poblaciones, sino porque se acomodan perfectamente a su ideología, fuertemente influida por el corporativismo.

La formación de redes clientelares en las poblaciones, cuyos patrones pertenecen a la cúpula del partido, es una muestra de la forma en que la UDI ha construido liderazgos de carácter populista, fundamentalmente sustentados en el paternalismo y el personalismo político. Tal como hemos señalado las relaciones clientelistas están fundadas en el patronazgo, el establecimiento de obligaciones mutuas y regalos (De la Torre, 2003), a través de lo cual se busca crear un vínculo de protección, ayuda y defensa del pueblo-hijo, al que se ve como incapaz de resolver por sí mismo sus problemas (Arriagada, 2005). En este sentido, el liderazgo UDI se caracteriza por su paternalismo, al privilegiar una lógica asistencialista de acercamiento a los sectores populares, desde los 80 hasta nuestros días. Esto se traduce en el otorgamiento de favores y recursos materiales para dar solución inmediata a los “problemas cotidianos”, sin atacar los factores profundos que afectan las condiciones de vida de los sectores populares. Desde luego esto se aprecia como una estrategia política muy poderosa, en tanto crea una relación de dependencia, donde el protegido debe lealtad y obediencia al protector. En esta forma de acercamiento a los sectores populares se aprecian también elementos caritativos, condicionados por la formación valórica y cultural de sus líderes, donde el discurso y la acción social católica juegan un papel relevante. Al respecto cabe mencionar que ellos se refieren a los sectores populares como “los más pobres” o “los más necesitados”.

Pero los liderazgos de la UDI también se caracterizan por un marcado personalismo. Tal vez como parte de su estrategia, la UDI ha preferido destacar las cualidades personales de sus líderes, ocultando su ideología y su proyecto político. La explotación de la figura de Joaquín

Lavín es un claro ejemplo de ello. Dado su éxito en la comuna de Las Condes y la creciente simpatía que despertó en la ciudadanía, el ex alcalde se vuelve la cara visible del partido en su estrategia para alcanzar el poder. Con esto la UDI relega a un segundo plano a líderes caracterizados por su carácter confrontacional e ideologizado y apuesta todos sus dados a una liderazgo de nuevo tipo, generando una gran sintonía con la nueva forma con que la ciudadanía ve la política. Es así como se construye la imagen de Lavín como un político joven, moderno y eficiente, que no se queda empantanado en ideologías añejas, pues su real interés es la solución de los problemas concretos de la gente. Y para solucionar estos problemas Lavín cultivó el contacto cara a cara con las personas, a través de una constante presencia “en terreno”, y un lenguaje simple y directo. Con esto logró crear una imagen de cercanía, que no sólo se transmitía a quienes podían conversar directamente con él sino a todo el país, debido a la utilización que hizo de los medios de comunicación, un elemento propio del neopopulismo. De este modo se podía ver a Lavín conversando con jóvenes “marginales” sentado en el pasto de algún parque, y luego bailando en una rogativa mapuche, desplegando una gran versatilidad en sus *performances*. El personalismo del candidato se reafirmó tras las elecciones presidenciales de 1999, buscando traspasar ese éxito a los candidatos de la UDI en las elecciones posteriores. Es por esto que en los afiches de campaña la figura del edil aparecía siempre “apadrinando” a los candidatos. Más aún, en las parlamentarias del año 2001 el slogan de la UDI fue: “Un parlamento para Lavín”, la misma frase que se usó durante el gobierno de Frei Montalva.

La fórmula Lavín fue tan exitosa que fue replicada hasta el cansancio dentro de la UDI, logrando también influir en el modo de hacer política de sus adversarios. Es así como surgen otros liderazgos personalistas de similares características, principalmente entre los alcaldes, que corresponden a las generaciones más jóvenes del partido. Tal es el caso de Gonzalo Cornejo, Carolina Plaza, Pablo Zalaquett y Jacqueline Van Rysselberghe, los que haciendo un adecuado uso de los medios de comunicación, buscan proyectar los mismos atributos que hicieron de Lavín un político destacado.

Pero el liderazgo personalista de Lavín fue mucho más allá, en tanto la UDI buscó crear la sensación de que su respaldo ciudadano lo situaba en una posición suprapartidaria y más aún, por sobre la Alianza. De este modo cada vez que surgieron problemas entre Renovación Nacional y al UDI, Lavín hablaría de impulsar un “camino propio” o bien aparecería tomando

las riendas de la coalición, dando solución a los conflictos, como cuando pidió la renuncia a los presidentes de ambos partidos tras el revuelo producido por el “caso Spiniak”. Pero lo cierto es que a pesar de la proliferación de liderazgos mediáticos, con un marcado carácter populista, en la UDI la jerarquía y la disciplina interna son incuestionables, por tanto ningún liderazgo se encuentra por sobre el poder de la cúpula del partido.

Otro elemento que debemos analizar dentro de la estrategia populista es el discurso, en tanto es el instrumento a través del cual el partido transmite su ideología a las masas. El discurso es, además, una herramienta eficaz para conseguir una adhesión de carácter irracional, cuando se centra en elementos emotivos, disfrazando y a veces ocultando la verdadera doctrina del partido. La UDI ha utilizado su discurso como un vehículo de transmisión ideológica, pero también como un mecanismo para captar la adhesión emocional de las masas. En este sentido su discurso público muestra una ideología ecléctica, a veces incluso contradictoria, que si bien tiene bases doctrinarias muy marcadas, busca adaptarse de manera pragmática a distintos escenarios, con el fin de conseguir mayor apoyo electoral. Cabe señalar que no nos interesa indagar en profundidad en las bases doctrinarias del partido, que se encuentran bien expuestas en su Declaración de Principios, sino más bien analizar aquellos elementos de su discurso que son susceptibles de generar adhesión en los sectores populares.

Siendo un partido que define como uno de sus principios básicos la inspiración cristiana, y que está formado mayoritariamente por militantes que comparten una profunda socialización católica, no es extraño que uno de los elementos centrales del discurso de la UDI esté compuesto por aspectos de carácter religioso, donde ciertos conceptos y definiciones propias de la visión católica del mundo tienen un lugar protagónico. Cabe aclarar al respecto que la conexión ideológica se produce con las vertientes más conservadoras de este credo, donde destaca el vínculo con movimientos religiosos como el Opus Dei y los Legionarios de Cristo, movimientos en los que además participan importantes miembros del partido.

Jaime Guzmán, un católico ferviente al cual se le atribuye haber pertenecido al Opus Dei⁶³, impone tempranamente a sus seguidores un modelo que muestra como un auténtico

⁶³ “A Jaime Guzmán se le solía tildar de Opus Dei, desde fuera de la Obra. Era célibe, profundamente religioso, comulgaba todos los días, y era devoto del rosario. Incluso en su primera juventud participó del movimiento

“militante cristiano” debe llevar a cabo el quehacer político. De este modo, Guzmán planteaba que la política no puede ser un fin en sí mismo, sino que debe ser un medio para evangelizar y para servir a Dios. Es por esto que define su vocación política como un “apostolado”, tal como lo señaló en una entrevista realizada por Raquel Correa en 1989:

“Nunca me he sentido en una carrera política. Mi vocación es el apostolado cristiano. Las formas de llevarlo a cabo han sido hasta ahora, principalmente la docencia y la política. Pienso en seguir en ellas sin perjuicio de que el apostolado cristiano pueda ampliarse a muchas otras variantes adicionales.

¿Y cree que el Senado es lugar para ejercer “el apostolado cristiano”?

Pienso que la política es una de las más nobles formas de apostolado” (El Mercurio, 1989).

Siguiendo ese precepto los militantes de la UDI deben ser “apóstoles de la política”, lo que puede entenderse como un llamado a ser “pescadores de hombres”, a transmitir a otros los valores y principios de la fe en Dios mediante el trabajo político.

Sin embargo, cabe manifestar ciertas sospechas frente a este planteamiento, por varias razones. La primera es que el trabajo de evangelización puede realizarse a través de canales religiosos directos, por tanto parece no tener sentido hacerlo a través de la política. En segundo lugar, el alto nivel en el manejo de estrategias políticas, que sin lugar a dudas tenía Jaime Guzmán, hace muy difícil suponer que su interés por formar la UDI sea solamente conseguir fieles para Dios. Sin poner en duda el nivel de compromiso de Guzmán y de sus seguidores con la fe católica, pareciera ser que el componente cristiano presente en la ideología de la UDI es una herramienta útil para efectuar el trabajo político y no al revés. Señalo esto por la importancia que tienen los recursos simbólicos, especialmente los emocionales en política y más aún por la centralidad de la religiosidad en la cultura popular. De ahí la posibilidad de que se produzca un entronque ideológico de ciertos aspectos discursivos de la UDI con elementos de la cultura popular, que produzcan la identificación de sectores populares con dicho partido. Es por esto que, tal como hemos señalado, las primeras incursiones de Guzmán y la UDI en las poblaciones,

integrante católico “Tradición, Familia y Propiedad”, conocido también como Fiducia, que había llegado a Chile desde Brasil en la década de los '60. Posteriormente dejó atrás a Fiducia, pero no ingresó al Opus Dei” (Mönckeberg, 2003:212).

están marcadas por una retórica donde prima lo emocional, en tanto los elementos políticos del discurso son opacados o simplemente ocultados por elementos valóricos y religiosos destinados a “conquistar los corazones” de los pobres. Guzmán era conciente de la importancia de ganar la confianza necesaria para construir vínculos afectivos con los sectores populares, pues logrando esto podrían llevar a cabo, más adelante, una formación explícitamente política. Y así lo hicieron.

Otro de los aspectos centrales del componente católico presente en el discurso de la UDI dice relación con la lógica del sacrificio o lo que ellos llaman “el sentido del dolor”. Teniendo como referencia la crucifixión de Cristo, en el discurso de la UDI el sufrimiento es visto como parte fundamental de la vivencia del ser humano y debe ser recibido con humildad e incluso con alegría, en tanto es el camino a la purificación espiritual. Porque *“La salvación se alcanza aceptando el dolor y las cruces que Dios nos manda”* (Longueira, 2003: 284). En consecuencia el “sentido cristiano del dolor” implica que el sufrimiento es un camino que conduce a un bienestar superior, que nada tiene que ver con la felicidad momentánea y superficial, sino con un sentimiento sublime, a saber la verdadera salvación. Este elemento es esencial en el discurso populista de la UDI, en tanto juega con dos aspectos esenciales del universo simbólico vinculado a la pobreza: el sufrimiento asociado a las necesidades insatisfechas y la esperanza de una vida mejor. De este modo, *“(…) el pobre, al igual que siempre, se salvará porque vive en el dolor* (Ibíd.).

Pero no sólo los pobres viven el sufrimiento constante, sino también los personeros del partido. Es por esto que, tal como Cristo cargó con una cruz en la que después fue inmolado, el apóstol de la política debe cargar siempre con su propia cruz, pues debe tener siempre presente el “sentido cristiano del dolor”. De ahí que en el discurso de la UDI el trabajo político, especialmente en el mundo popular, es un auténtico sacrificio, una gesta heroica, especialmente dado el contexto histórico en el que el partido se inserta en las poblaciones. Este sacrificio sólo tiene sentido en tanto promete el alivio del sufrimiento y la salvación para “los más necesitados”. En “Mi Testimonio de Fe”, Pablo Longueira cita una conversación con Jaime Guzmán, para fundamentar el verdadero sentido del trabajo que realizaban en las poblaciones, a través del Departamento Poblacional:

“Pero comprendí lo que significaba realmente para él, el departamento poblacional, cuando un día en un recorrido por una población en razón de que no se había retirado la basura se hacía insoportable el mal olor, le dije: “Jaime quieres devolvarte”; y me respondió: “Ese es el olor de Cristo”. Me quedé callado y seguí caminando a su lado. Al regresar solos los dos en mi auto me dijo: “El hambre y la miseria que vemos en los más pobres, es el sufrimiento de Cristo. Yo veo en el rostro de cada uno de ellos el rostro de Jesús. Nuestro deber es colaborar a aliviar el peso de esa cruz” (Longueira, 2003: 318).

De este modo el discurso del partido refuerza los elementos paternalistas propios de un liderazgo populista, basándose en un enfoque caritativo e incluso tomando ciertos ribetes mesiánicos, en tanto recurre a una promesa constante de defensa, protección e incluso redención de los más pobres. Al respecto, las palabras de Pablo Longueira son muy ilustrativas.

*“(…) a algunos le puede parecer marketera, a lo mejor, la frase que Joaquín Lavín usó: ‘Los ricos se cuidan solos’, pero no fue así, y es porque nosotros creemos en eso, porque estamos en política por los pobres, **¿O ustedes creen que alguno de nosotros está en política, haciendo el sacrificio que significa estar en política, en lo personal, en lo profesional, en lo económico, para estar defendiendo a los ricos del país? ¡Estamos en política para defender a los pobres de Chile, estamos en política para erradicar la pobreza en el país, estamos en política para que exista un país, donde haya igualdad de oportunidades!**”.* (Pablo Longueira, 2000)⁶⁴

Estas citas también dejan entrever que la autointerpretación de la historia del partido, está atravesada por esta lógica sacrificial, en tanto se interpreta como un sendero cruzado por dolorosas pruebas, donde incluso han debido soportar la pérdida de algunos de sus hombres claves, tales como Miguel Kast, Simón Yévenes y el propio Jaime Guzmán. Pero, siguiendo la misma lógica, su concepción de la muerte está asociada a elementos simbólicos, que más que debilitar al partido sirve para reforzar su mística y para generar nuevos puentes de conexión emotiva con los sectores populares. En este sentido, la UDI ha reforzado su cohesión e identidad teniendo como ejemplo el sacrificio de sus mártires, quienes no sólo son modelos de conducta

⁶⁴ La negrita es nuestra

para sus militantes sino que son elevados a categorías cuasi sagradas. Esto es especialmente cierto en el caso de Miguel Kast, a quien se le atribuye el carácter de “mensajero de Dios”⁶⁵, pero sobretudo en el caso de Jaime Guzmán, que para la gran mayoría de los militantes de la UDI posee el carácter de santo y por tanto se le profesa una intensa devoción.

En resumen, la doctrina católica proporciona elementos simbólicos sustantivos al discurso populista de la UDI, en tanto logra una conexión con algunos componentes esenciales de la cultura popular que pueden generar una identificación de los sectores subalternos con la ideología del partido.

Sin embargo el discurso de la UDI se nutre de otros elementos que, fuera de ser explícitamente místicos, apelan a otros factores propios del universo simbólico de los sectores populares. En este sentido, cabe mencionar el entronque de algunos rasgos de la retórica de la UDI con componentes característicos de la cultura política de estos sectores. Tal como hemos señalado, desde sus comienzos la UDI ha intentado imponer un nuevo estilo de hacer política, marcado por lo que Jaime Guzmán denominaba el “apoliticismo del servicio público”. Para Guzmán era necesario abandonar los viejos hábitos que habían caracterizado a la política, con una excesiva ideologización que se traducía en una retórica “ampulosa y hueca” que se preocupaba más de descalificar al adversario que de los problemas del país. En este contexto la UDI, influida enormemente por el pensamiento de Jorge Alessandri Rodríguez, busca desmarcarse de la conquista del poder por el poder y convertirse en un partido político cuyo horizonte sea servir desinteresadamente al país, buscando soluciones realistas y concretas a las necesidades más urgentes. Para ellos el carácter apolítico de su labor radica en llevar a cabo un servicio desinteresado para resolver necesidades económicas inmediatas. A su vez, buscan dejar atrás la vieja retórica para imponer un estilo discursivo simple y directo, donde primen elementos técnicos más que ideológicos.

⁶⁵ “Cuando él terminó sus funciones gubernativas, no tenía exactamente claro como continuaría su proyección de servicio público. Quería reflexionar tranquilamente algún tiempo. ¿Podía ser que estuviese desconcertado aquel que era decidido y conductor por excelencia? Si alguien pudo presumir siquiera un atisbo en tal sentido, hoy ya tiene la respuesta. Y es que la infinita sabiduría de Dios lo convocaba a una misión todavía mucho más alta. Miguel estaba llamado a ser portador de un mensaje del cielo. Pero no se puede ser mensajero vivo de Dios, sin ser también víctima”. Discurso de Jaime Guzmán pronunciado en el funeral de Miguel Kast (Longueira, 2003: 104 -105).

Sin lugar a dudas el uso del término “apoliticismo del servicio público” no es más que un recurso discursivo que apela directamente a los sectores populares, quienes son los que manifiestan menos interés por la política y que además tienen una visión negativa de la democracia y los partidos, pues perciben que estos no logran dar solución a sus problemas. Señalo esto por varias razones. La primera de ellas es que el término en sí es contradictorio, pues el servicio público no puede ser apolítico, en tanto la política es, entre otras cosas, la preocupación por lo público. La segunda es que la UDI ha demostrado innumerables veces que su labor política defiende claramente los intereses valóricos y económicos de ciertos sectores sociales y no del país en general. En tercer lugar, los problemas económicos tienen sus raíces más profundas en asuntos vinculados al poder y, por tanto su separación de lo político es irreal. Por último un discurso que privilegie el lenguaje directo que enfatice en elementos técnicos solo oculta sus rasgos ideológicos, pero no hace que desaparezcan.

Bajo esta perspectiva es posible cuestionarse hasta qué punto el discurso del partido se replica a nivel local y cuáles son las prácticas políticas que le acompañan en la búsqueda de adhesión de los sectores populares. Para responder a estas preguntas, a continuación se describirá y analizará la inserción de la UDI en la comuna de Conchalí.

VI. LA IMPLANTACIÓN LOCAL DE LA UDI. EL CASO DE CONCHALÍ

VI.1. Estrategias de inserción de la UDI en Conchalí.

Como hemos señalado anteriormente, la pretensión de la UDI de convertirse en un partido mayoritario implica dar continuidad a los liderazgos presentes en los espacios locales, manteniendo, recuperando o conquistando las alcaldías. En el caso de Conchalí, las elecciones municipales del 2004 planteaban un enorme desafío al partido: reconquistar el poder despojado tras el fallecimiento de la alcaldesa Pilar Urrutia. Este lugar se consideraba emblemático por la encarnizada lucha que se había desatado en las elecciones anteriores, donde les había costado tanto alcanzar la alcaldía. Por otra parte, se trataba del corazón del distrito donde Pablo Longueira se había convertido en el primer diputado de derecha, desde el retorno de la democracia.

La UDI definió que el mejor candidato para recuperar esta alcaldía sería el ícono poblacional del partido: Alfredo Galdames. Un hombre que creció y vivió siempre en la comuna, que hizo su carrera política en el ámbito poblacional, pero que, sin embargo, siempre tuvo un bajo perfil. Como él mismo señala, su trayectoria política se hizo más bien “en las sombras”. Para reforzar esta candidatura, la UDI además lanzó como candidato a concejal a otro de sus íconos poblacionales: Rubén Carvacho. El entusiasmo inicial por estas candidaturas fue bastante alto, especialmente entre los militantes más antiguos de la comuna. Estos veían la posibilidad de hacer realidad el objetivo político-estratégico más importante para Jaime Guzmán: que los dirigentes poblacionales se conviertan en autoridades de sus comunas⁶⁶.

Con la vasta trayectoria como dirigentes poblacionales de sus principales candidatos, la estructura comunal del partido intenta replicar una fórmula conocida: construir la imagen de

⁶⁶ Entrevista con Neftalí Pastén, Secretario General del distrito 17 y presidente comunal (Conchalí) de la UDI. Lunes 4 de Octubre.

liderazgos cercanos, despolitizados y con un fuerte énfasis en los problemas concretos de la gente.

Es posible plantear que el contenido de la campaña de Galdames, visible en su discurso público y en su propaganda, se cimentó sobre tres ejes. En primer lugar, subrayó sus cualidades personales, rescatando principalmente su pertenencia a la comuna y, de manera muy tangencial, su participación en el departamento poblacional de la UDI. En segundo lugar, se esforzó por vincular su imagen a la de la fallecida alcaldesa Pilar Urrutia, lo cual se evidenció desde la creación de la Corporación Social Pilar Urrutia hasta la estética y las frases empleadas en su propaganda. Finalmente, Galdames, de manera poco novedosa, buscó una asociación con la figura de Joaquín Lavín, apelando a la idea de eficiencia en la “solución de problemas concretos” y al énfasis en el trabajo social más que político.

VI.1.1. Los intentos por construir un liderazgo populista en Conchalí.

Cuando decidí hacer esta investigación sobre el trabajo poblacional de la UDI, la prioridad era entrevistar a algún dirigente que conociera ampliamente el trabajo político realizado por el partido en tales sectores. No conocía nombre alguno, pues los trabajos sobre el tema eran escasos, sin embargo poseía un buen informante: un militante de la UDI que podría averiguar quién era la persona más idónea al respecto. Al cabo de unos pocos días mi informante me llamó para darme un nombre y un teléfono. Se trataba de Alfredo Galdames. Según me señaló, una amiga suya – que resultó ser editora política del diario La Segunda – le dijo que este hombre era quien más conocía el trabajo popular en la UDI, pues había sido fundador del departamento poblacional y, actualmente, se desempeñaba como vicepresidente poblacional del partido. Cuando acudí a entrevistarle, comprobé que efectivamente era un experto en el tema, no sólo porque había participado en el trabajo con sectores populares de la UDI, sino porque, a diferencia de la mayoría de sus correligionarios, él provenía del mundo poblacional. En esa entrevista además me enteré de sus intenciones de ser alcalde de Conchalí y de que ya se encontraba realizando su campaña. El hecho de que un auténtico dirigente poblacional de la UDI, de esos que comenzaron a trabajar en las poblaciones en plena dictadura, se convirtiera en candidato a alcalde de su comuna, fue el elemento que determinó que mi investigación se

centrara en su campaña. Me llamaba enormemente la atención el hecho de que Alfredo Galdames, un auténtico poblador, se haya convertido en uno de los hombres fuertes de la UDI. ¿Estaría esto indicando que el carácter popular de la UDI era más que una simple estrategia para ampliar la base de votantes?

Alfredo Galdames Rojo nació en 1953. Proviene de una familia de escasos recursos, compuesta por sus padres, sus cinco hermanos y él. Sus padres no alcanzan a terminar los estudios básicos. El padre llegó a sexto año de preparatoria y su madre, al quinto de preparatoria. Su padre fue carabinero, ocupación que ejerció solamente por once años, pues decidió retirarse prontamente de la institución. Luego se hizo comerciante, instalando un pequeño kiosco de verduras entre las avenidas Colón y Sánchez Fontecilla, en la comuna de Las Condes⁶⁷.

Galdames desde muy pequeño se inició en el mundo laboral, ayudando a su padre en el kiosco familiar, mientras cursaba la enseñanza básica en una escuela pública, primero, y en un liceo católico después. En ese entonces la familia Galdames Rojo vivía en una mediagua con piso de tierra. Más tarde obtuvieron una casa en la población Eneas Gonel, en la comuna de Conchalí. Cuando el negocio de su padre comenzó funcionar mal, Alfredo decidió que debía estudiar de noche y trabajar de día. Realiza entonces su enseñanza media completa en el vespertino N° 2 que funcionaba en el local del Instituto Nacional, con la participación de muchos de los profesores de ese prestigioso establecimiento. En dicha época comienza a jugar fútbol en las divisiones inferiores de la Universidad Católica⁶⁸. Su talento para este deporte lo hacen famoso en la comuna, donde le conocen como “el bototo”. Según comentan los dirigentes poblacionales, el sobrenombre se lo habrían puesto porque “*era tan pobre que no tenía otros zapatos para jugar fútbol que sus bototos*” (Don Osvaldo, dirigente comunal de la UDI, 23 de septiembre de 2004).

En este momento la vivencia de la familia Galdames va a marcar profundamente su modo de pensar acerca de la pobreza, el cual más tarde será uno de los puntos claves de su vinculación a la UDI. Para Galdames la única manera de salir de la pobreza es con trabajo y esfuerzo.

⁶⁷ Entrevista a Alfredo Galdames, 11 de Noviembre de 2004.

⁶⁸ *Ibid.*

“(…) yo desde muy niño me di cuenta de que la manera de salir adelante era esforzándose, trabajando (...), por eso yo siempre me dedique a trabajar y a estudiar”
(Alfredo Galdames, 11 de Noviembre de 2004).

Para ganar dinero, y aportar al sustento familiar, comienza a trabajar a los 15 años como junior en la oficina de Sergio Onofre Jarpa, que en esa época era presidente del Partido Nacional. Este trabajo lo consiguió a través de su madre, que conocía muy bien a la esposa de Jarpa, pues era cliente frecuente de la verdulería que tenía la familia. Este hecho marcaría el comienzo de su formación política. Debido a que concentró su trabajo en el área de prensa y propaganda, tuvo acceso a mucha información sobre el panorama político de la época. Las periodistas del área⁶⁹ le designaron como labor adicional organizar el archivo de prensa⁷⁰.

A comienzos de la década del '70 (no recuerda con exactitud si fue en 1972 o 1973) ingresa al Instituto Pedagógico de la Universidad de Chile, a estudiar Historia. Cabe destacar que el centro de alumnos de su carrera estaba en manos del Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR), además de ello el Partido Comunista tenía una presencia muy activa en la Universidad. A pesar de que Galdames no tenía una posición política definida, señala que desde ese entonces poseía claridad frente a ciertas cosas, las cuales eran diametralmente opuestas a las que la izquierda planteaba. La ubicación del kiosco de su padre, donde más tarde instalarían la mediagua donde vivió, había permitido que él tuviera un contacto frecuente con gente del barrio alto. Por tal razón no compartía la visión polarizada que tenía la izquierda sobre los ricos y los pobres. Además, se oponía a la fuerte propagación del pensamiento de izquierda incluso en las clases. Poco a poco comenzó a fraguarse en su interior un profundo rechazo a todo lo que se vinculara a la izquierda. Este rechazo fue creciendo con el aislamiento que sufrió cuando manifestó sus discrepancias. Entonces comenzó a relacionarse con los grupos de derecha que existían dentro de la Universidad, entre ellos con los gremialistas y la juventud del Partido Nacional. La derecha estaba mayoritariamente compuesta por mujeres de carreras como Pedagogía en Inglés y Francés.

⁶⁹ Patricia Guzmán y Silvia Pinto. Entrevista realizada por Emmanuelle Barozet, 24 de septiembre de 2004.

⁷⁰ Entrevista a Alfredo Galdames, 11 de Noviembre de 2004.

Luego del “tanquetazo” del 29 de junio de 1973, no fue más a la Universidad, pues sus compañeros le señalaron que nunca más dejarían entrar a los fascistas⁷¹.

Señala que al año siguiente entró a estudiar Derecho a la Universidad de Chile. Ya para entonces Chile estaba bajo el dominio de la Junta Militar. Ingresa entonces a la Secretaría de la Juventud de Conchalí y decide quedarse trabajando siempre por su comuna. Más tarde sería designado como presidente de la Unión Comunal de la Junta de Vecinos de Conchalí⁷². Es en este momento donde se sella su vínculo con la derecha, estableciendo relaciones con personas que más tarde formarían parte en la conformación de la UDI.

A los pocos años contrae matrimonio y se desvincula de sus labores políticas y sociales. Eso hasta que comienza a formarse la UDI, a comienzos de los 80. Luis Cordero y Cristián Leay lo buscan para que se integre al nuevo movimiento⁷³. Según sus palabras, se une a esta nueva organización porque pensó que era el cauce natural de la gente que trabajó en la Secretaría de la Juventud y porque además sentía que esta derecha era distinta a la de antaño, distinta porque no era clasista, muy por el contrario, se interesaba principalmente en la gente pobre.

“...indudablemente para mí era muy atractivo en términos que fundamentalmente la idea era trabajar justamente en las poblaciones con la gente más pobre y romper este, este, especie de, cómo pudiésemos llamar, de mito o de rayado de cancha de que los pobres son para la izquierda y los ricos son para la derecha” (Alfredo Galdames, 24 de Septiembre de 2004)⁷⁴.

Comienza entonces a trabajar, junto a otros, para crear el Departamento Poblacional de la UDI. Al dividirse el trabajo en la Región Metropolitana, a Galdames se le asignó la tarea de organizar el trabajo poblacional al norte del Mapocho y en la zona poniente⁷⁵. Desde este

⁷¹ Ibid.

⁷² Este dato fue proporcionado por el concejal demócrata cristiano Héctor Aravena., entrevistado el 01 de Octubre del año 2004.

⁷³ Entrevista a Alfredo Galdames, 11 de Noviembre de 2004.

⁷⁴ Entrevista realizada por Emmanuelle Barozet.

momento la historia política de Galdames y la del departamento poblacional de la UDI se funden en una sola.

Con el retorno a la democracia se evidencia el enorme poder que Alfredo Galdames ha alcanzado dentro de la estructura organizacional de la UDI. Su destacado trabajo en el departamento poblacional del partido, uno de los pilares fundamentales de la estrategia diseñada por Guzmán, lo lleva a ganar el respeto y la confianza de los principales dirigentes gremialistas. Es por esto que, en 1994, pasa a formar parte del selecto comité político de la UDI, en el que se mantiene hasta el año 2004⁷⁶. En esa época se afianza su cercanía con Pablo Longueira el cual, al convertirse en presidente del partido en 1998, se fija como una de sus principales tareas profundizar el “carácter popular” de la UDI, es decir, la inserción de dicho partido en el mundo poblacional. Naturalmente uno de sus hombres más cercanos no podía ser otro que aquel gran conocedor de la realidad poblacional, aquel hombre que siendo un poblador -que vivió su infancia en una mediagua- había logrado acceder a las más altas esferas del partido. Galdames, además, fue jefe de campaña de Longueira en las parlamentarias del 2001, cuando este decide ceder su cupo en el distrito 30 (San Bernardo, Calera de Tango, Buin y Paine)⁷⁷ y trasladarse al distrito 17 (Renca, Huechuraba y Conchalí), donde la derecha nunca había logrado ganar una elección parlamentaria. Este triunfo reforzó el dominio de la UDI en la zona norte, especialmente en el distrito 17 donde, en el año 2000, tres mujeres del partido ya se habían apoderado de los sillones municipales de las comunas que lo componen⁷⁸. En ese momento también Alfredo Galdames jugó un rol fundamental, llevando a Pilar Urrutia Aldunate al triunfo en su comuna, tras años de dominio concertacionista. Una vez que Urrutia estaba instalada en el municipio, Galdames se transformó en su Jefe de Gabinete.

A pesar de su poder al interior del partido, y su larga trayectoria política, Galdames ha cultivado un bajo perfil, pues, según señala, nunca le ha gustado sobresalir demasiado. Además

⁷⁵ Entrevista a Alfredo Galdames, 11 de Noviembre de 2004.

⁷⁶ Desde el año 2004 hasta el año 2006 Galdames forma parte de la directiva nacional como vicepresidente. Ver <http://www.udi.cl>

⁷⁷ Pablo Longueira se desempeñó como diputado por el distrito 30 durante 3 periodos, desde el año 1989 hasta el año 2001. Fuente: <http://www.elecciones.gov.cl>

⁷⁸ Se trata de Pilar Urrutia (Conchalí), Vicky Barahona (Renca) y Carolina Plaza (Huechuraba). La primera falleció durante su mandato. Las otras dos en tanto, fueron reelectas en las elecciones municipales del año 2004.

de ser el jefe de gabinete de Urrutia había sido jefe de campaña de Pablo Longueira en las elecciones parlamentarias del 2001. Pero no había sido candidato a cargo alguno, hasta ahora. Desde el fallecimiento de la alcaldesa Urrutia (agosto del 2002), Galdames se viene perfilando como el candidato indiscutido de la UDI para ocupar la alcaldía de Conchalí en el 2005, más por una imposición de partido que por voluntad propia, pues sus aspiraciones en política nunca habían tenido relación con convertirse en autoridad, menos aún en alcalde.

“A mí nunca me gustó la cosa municipal como, como eh, no sé. Yo pensaba que si algún día era candidato a algo iba a ser diputado, ese era mi opción, y de hecho en la próxima elección si yo fuera candidato estaría prácticamente elegido y es mucho más fácil ser elegido hoy día diputado que alcalde ya, porque con el 33% yo salgo elegido diputado y yo diría con el cercano al 50 para ser alcalde” (Alfredo Galdames, 14 de mayo de 2004)

¿Pero cuál es la opinión que los militantes y las bases de la UDI tienen sobre este candidato? ¿Le consideran un auténtico líder, capaz de recuperar la alcaldía para la UDI?

En las conversaciones llevadas a cabo con los dirigentes comunales de la UDI pude apreciar que existían puntos de vista en conflicto frente a las características personales de Galdames. Sin embargo, no son muchos quienes distinguen en él a un auténtico líder. El presidente comunal del partido, Neftalí Pastén, desde un primer momento destacó algunas de las dificultades que tendrían en la campaña por la personalidad de Galdames. Según su descripción, el candidato se caracterizaría por una personalidad introvertida y por una manera muy directa de decir las cosas, lo cual no serían “virtudes” en política. Una de las mediadoras más importantes de la comuna también nos señala que Galdames “*no tiene buena llegada con la gente porque es muy arrebatado*”⁷⁹. Pudimos corroborar esto en uno de los “casa a casa”, donde una pobladora se acerca a Galdames para pedirle dinero. Frente a esto él le responde en términos muy duros, diciéndole: “*señora, esto no es un banco*”⁸⁰.

⁷⁹ Entrevista a Olivia Cortés, 29 de julio de 2004.

⁸⁰ Observación participante. Casa a casa, 14 de agosto de 2004.

No obstante, para Neftalí Pastén, Galdames también tendría cualidades potenciables para alcanzar la alcaldía, tales como ser “nacido y criado” en Conchalí, provenir de una familia de escasos recursos, que con esfuerzo ha salido adelante, y su trayectoria de trabajo político en las poblaciones de Conchalí y de otras comunas. Esto último es lo que le habría dado un enorme poder dentro del partido⁸¹. Estos son los mismos rasgos que destaca su secretario de campaña, que lo considera el líder más destacado de Conchalí “*porque nunca ha dejado su raíz y ha llegado a ser vicepresidente poblacional de la UDI*” (Sergio Heredia, 27 de septiembre de 2004). De este modo una de las frases más repetidas por los promotores de la campaña era la siguiente: “*No nació en cuna de oro, pero con esfuerzo llegó lejos*”. Con esta presentación Galdames iniciaba su conversación con los pobladores señalando que ha vivido siempre en Conchalí y que por eso conoce los problemas de cerca. Destaca además que hace cuarenta años no existe un alcalde que sea de la propia comuna.

Para otros militantes el hecho de haber sido un poblador no le favorecía sino, muy por el contrario, le juega en contra. En este sentido le atribuyen haberse “*olvidado de sus orígenes*”⁸². Además se acusa de no ser empático, de ser desleal con las personas que le rodean y estar interesado en la política sólo para “*escalar*”⁸³. Al respecto, en una conversación con algunos de los dirigentes poblacionales más antiguos de la comuna, estos señalaron que a Alfredo Galdames “*se le sube mucho el pelo y a veces hay que aterrizarlo*”. Señalaron también que no le gusta que le digan “bototo”, apodo con el cual es conocido desde la infancia y que alude directamente a su origen popular⁸⁴.

A nivel de las bases, la imagen de Galdames muestra distintos matices, aunque la gran mayoría de las personas no tienen muchas referencias de él, puesto que, como él mismo nos señaló, su trabajo político fue siempre “*desde las sombras*”⁸⁵. En algunos de los recorridos “*casa a casa*”, que se realizaban para promover su candidatura, surgían personas que lo conocían y

⁸¹ Conversación con Neftalí Pastén, 24 de Julio de 2004.

⁸² Conversación en la casa de Julieta Aguilar con su hija Jessica. Miércoles 08 de Septiembre.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Conversación con Julieta Aguilar, Cecilia Inarejo y don Osvaldo. Jueves 23 de Septiembre.

⁸⁵ Entrevista a Alfredo Galdames, 14 de mayo de 2004.

tenían una buena impresión de él, algunos que, por el contrario, hablaban muy mal sobre él y, finalmente, los que jamás habían oído ni su nombre. Por ejemplo, en la población Eneas Gonel, donde Galdames vivió su infancia, algunos pobladores señalaban recordarlo desde la época en que le llamaban “el bototo” y decían tener una buena imagen del candidato. No obstante, en la misma población, algunas personas lo rechazaban abiertamente. Un par de señoras, de casas diferentes, se refirieron a él como un “sinvergüenza” y como un “estafador”. Otras personas, del mismo sector, rompieron con furia los folletos que se les entregaron⁸⁶.

Según se nos indicó, la razón de este rechazo tendría relación con su trabajo como corredor de propiedades. En una de las entrevistas realizadas a las autoridades de oposición, el concejal Héctor Aravena aseguró haber recibido varias acusaciones de vecinos que habrían sido estafados por Galdames⁸⁷.

Tal vez por ese desconocimiento que la gente de la comuna tenía de él, y su escasa experiencia como líder, buscó dar sustento a su campaña poniéndose a la cabeza de la Corporación Social Pilar Urrutia, una entidad de ayuda social que se creó tras el fallecimiento de la ex alcaldesa. Esta sería el eje del trabajo social realizado por la UDI en Conchalí y el sustento principal de la campaña de Galdames, como veremos más adelante. Encabezando esta institución, Galdames buscó construir su liderazgo utilizando, no sólo la imagen de la propia Pilar Urrutia como modelo a seguir, sino también otros elementos simbólicos propios de las estrategias de la UDI, como la desvinculación de lo político y la caracterización de su trabajo como “social”.

Este despliegue se complementó con cierta presencia en los medios de comunicación masiva, entre las cuales se cuentan algunas apariciones en diarios, la donación de treinta sillas de ruedas en la Teletón –las que fueron entregadas en el show televisivo que se realiza a fin de año –, y la presencia regular de Alfredo Galdames en el programa de Megavisión “Hola Andrea” los días viernes, entregando ayuda de la corporación a quienes lo solicitaban. Estas apariciones de Galdames continuaron incluso cuando se abrió oficialmente la campaña. Para conseguir este

⁸⁶ Observación participante. Casa a casa, 24 de agosto de 2004.

⁸⁷ Entrevista con Héctor Aravena

cupo en el Programa, aprovechó el vínculo de amistad existente entre la animadora Andrea Molina y la fallecida alcaldesa Pilar Urrutia.

Otro elemento ligado al uso de los medios de comunicación, para respaldar la campaña, fue llevar a la comuna a una popular figura televisiva. La primera salida a la calle en la que participé fue para repartir volantes para promover a la *show woman* Marlén Olivari quien realizaría un espectáculo en la comuna en supuesto beneficio de las obras sociales de la corporación Pilar Urrutia⁸⁸. Desde luego esta era una estrategia encubierta de propaganda en la que se buscaba aprovechar el gusto “popular” por Olivari, para obtener beneficios políticos a favor de Galdames, presidente de la Corporación y candidato a alcalde. Ese show se realizó con éxito el miércoles 18 de agosto en el conocido pub “Torogaicho”, y contó además con la presencia artística del doble de José Luis Rodríguez (“El Puma”), quien más tarde escribiría e interpretaría el *jingle* de campaña de Galdames. Cabe destacar que Marlén Olivari, en ese tiempo, participó en varias campañas de la UDI, después de acompañar a Joaquín Lavín a Haití, motivo por el cual se vio envuelta en una polémica que apareció en varios medios⁸⁹.

VI.1.2. El discurso hacia los pobres.

En el capítulo anterior se destacaron los principales elementos del discurso y las prácticas de la UDI orientadas a acercarse al mundo popular. Uno de esos elementos es la constante referencia a la lucha de clases y a la necesidad de superar ese punto de vista. Desde esta perspectiva se apela principalmente a los pobres y a la necesidad de superar la pobreza.

En Conchalí estos aspectos del discurso son muy marcados, dado el carácter popular de la comuna. Así, los elementos discursivos que se aprecian en sus militantes son muy cercanos a la visión de lo popular que expresa Pablo Longueira, más afín a lo que tradicionalmente caracterizaba al discurso de integración nacional-popular de la izquierda pre dictatorial.

⁸⁸ Observación Participante martes 17 de agosto.

⁸⁹ En el diario las últimas noticias del 24 de agosto de 2004 se señalaba: “*Marlen no quiere controversias políticas. Furiosa está la bella Marlen Olivari por los coletazos de su última actuación en Conchalí, en que dejó todo en el escenario para ayudar a la corporación Pilar Urrutia, una organización sin fines de lucro, pero estrechamente ligada a la UDI*”. <http://www.lun.cl>.

La idea de la UDI como un partido que corta transversalmente a la sociedad está presente en todo momento. Al respecto, el jefe de campaña de Galdames señala que la derecha no sólo representa a la clase alta. Para él, relacionar a los sectores económicos con partidos sería una estrategia que impulsó en su tiempo la DC y que profundizaría la izquierda⁹⁰.

Si bien la UDI representaría a todos los sectores, se enfatiza su interés por acercarse a los sectores más pobres. Para Alfredo Galdames⁹¹ la primera inspiración de la UDI para acercarse a los sectores populares estuvo motivada por la vocación de superar la pobreza. Pero en este acercamiento se hace una distinción entre los pobres, buscando acercarse a los emprendedores y “decentes”, al decir de Martínez y Palacios (1996), o sea, “*gente trabajadora que tiene valores y principios comunes, con un ideario religioso*”. Al respecto uno de los principales operadores durante la campaña, Sergio Heredia, señala que la UDI ha crecido en las zonas populares por el incumplimiento de la Concertación en relación a las necesidades de la gente. Señala que además a ellos les conviene tener el país tal cual está porque así justifican su existencia. “*Para que exista una clase rica tiene que haber un pobre para que le trabaje. Para que exista un gobierno que se mantenga de dolores sociales tiene que haber un pobre dolido*”⁹². En este discurso se critica la gestión de la Concertación, en tanto ha servido para aumentar la diferencia entre ricos y pobres. Así, la finalidad de la UDI sería derrotar la pobreza⁹³.

Alfredo Galdames atribuye el éxito de la UDI en las zonas populares al carácter del vínculo que se produce entre los dirigentes y los pobladores, marcado por la protección/lealtad propia del clientelismo. Para Galdames “*las personas de comunas populares necesitan que las escuchen y que las orienten, con eso se quedan felices*”. Cree que se trata de gente muy necesitada de cariño, de afecto y de preocupación, “*porque en todas partes las tratan con la punta del pie*”. Por otra parte ve una contradicción, pues hay gente que aunque la traten mal votan por quienes lo hacen. A su juicio es una situación que se da bastante en las comunas populares. Cree que existe un marcado paternalismo, que los sectores populares necesitan una

⁹⁰ Entrevista a Alejandro Fernández, Jefe de Campaña de Alfredo Galdames, 28 de septiembre de 2004.

⁹¹ Entrevista a Alfredo Galdames, 14 de mayo de 2004.

⁹² Entrevista a Sergio Heredia, Secretario de Campaña de Alfredo Galdames, 27 de septiembre de 2004.

⁹³ *Ibid.*

persona fuerte que los dirija, que los oriente porque ellos no son capaces de decidir por sí mismos. Para ejemplificar esto señala el caso de su compañera de partido Vicky Barahona. Al respecto indica que le llama la atención su alta votación, pues ella trataría muy mal a la gente, especialmente a los funcionarios. Cree que en Renca se da la mezcla entre lo rural y lo muy pobre y por eso la gente está acostumbrada al trato autoritario y jerarquizado. A su juicio ese tipo de líderes tienen éxito⁹⁴. Más tarde señala:

“La característica de la gente más pobre es ser súper concreto, entre el afecto y el alimento pesa, más el alimento. Lo que nosotros tenemos que hacer para enfrentar eso es instruir y capacitar a la gente para sacarla de eso, de su nivel de incultura. Es gente con necesidades y con poca preparación” (Galdames, 11 Noviembre de 2004).

Otra variante de la visión de la UDI sobre y hacia los pobres tiene matices caritativos y mesiánicos. En esta visión se expresa, por una parte un pensamiento cuasi aristocrático, sobre quienes deben ejercer el poder y conducir a los pueblos y, por otra parte, un sentido de la política orientado al asistencialismo cristiano, cercano al “apostolado” definido por Jaime Guzmán. En Conchalí esta visión es claramente representada por la candidata a concejal María José Hoffmann, quien proviene de estratos más altos. Sobre el primer elemento Hoffmann cree que parte de la crisis latinoamericana es que no hay gente preparada para gobernar. Esa gente no se dedica al sector público. Para ella *“el éxito de la UDI ha sido gracias a la vocación y el talento que tuvo Jaime Guzmán para saber convocar a los mejores a dedicarse en la política”*. Por otra parte señala que la Derecha antes de la UDI jamás se había preocupado por la gente que más lo necesita. Para ella que la derecha haya ido a las poblaciones *“era algo que había que hacer, era moralmente reprochable que la derecha estuviera en política por otras razones, no por la gente que más lo necesita”*⁹⁵.

Para los concejales de la Concertación el discurso sobre lo popular de la UDI es demagogia y se basa en la *“compra de conciencias”*⁹⁶. El concejal PPD José Porto señala que la

⁹⁴ Entrevista a Alfredo Galdames, 11 de Noviembre de 2004.

⁹⁵ Entrevista a María José Hoffmann, Concejal de Conchalí (2004-2008), 05 de Enero de 2005.

⁹⁶ Entrevista a Julio Arancibia, Concejal de Conchalí (2000-2004), 01 de Octubre de 2004.

UDI viene trabajando desde hace mucho en la comuna, *“especialmente en las poblaciones más ignorantes (...) porque a los pobres, es más fácil comprarlos”*⁹⁷.

Ahora bien, la forma concreta que adopta el discurso de la UDI sobre los pobres tiene matices diferentes en la interacción con la gente. En el caso de Conchalí estas visiones se sintetizan en la imagen de la ex alcaldesa Pilar Urrutia y en el énfasis en el trabajo social, más que en la labor política.

VI.1.3. Apelando a lo emocional: La imagen de Pilar Urrutia.

La vinculación de Galdames a la figura de Pilar Urrutia fue, sin lugar a dudas, el principal elemento sobre el que se cimentó su campaña. Pilar Urrutia apareció, no sólo en las imágenes de volantes y folletos sino también, como un concepto eje del discurso, una idea de lo que se quería volver a conseguir. En algunas imágenes se le ve abrazada al candidato, en otras como una especie de espíritu celestial que guía sus pasos. Siguiendo esta lógica el discurso de Galdames se centró casi completamente en la persona de Pilar Urrutia y su labor en la alcaldía.

Como ejemplo de esto, nos gustaría reproducir el texto que se encuentra en la cara inversa del folleto de campaña donde Galdames aparece con Pilar Urrutia en el cielo como gran telón de fondo (ver anexos):

“Estimadas amigas y amigos:

Hoy les escribo para hablarles de la importancia de su participación en las próximas Elecciones Municipales del 31 de octubre próximo. Ese día usted tendrá la posibilidad de elegir como Alcalde a quien de verdad estará al servicio de los vecinos de Conchalí con las ideas y el compromiso para solucionar los problemas de la comuna.

⁹⁷ Entrevista a José Porto, Concejal PPD (2000- 2004), 05 de Enero de 2005.

*Usted y yo sabemos de la necesidad de continuar el gran trabajo comenzado por nuestra querida **Pilar Urrutia**, y estoy comprometido a trabajar para que las obras y el estilo que inició **Pilar** vuelvan a **Conchalí**.*

***Pilar** tenía una gran vocación por los más pobres y necesitados, fui su amigo durante 18 años, es por eso, que desde su lamentable partida decidí escabazar personalmente la tarea de cumplir con la misión que ella dejó inconclusa.*

*Recorría junto a **Pilar Urrutia** cada calle y pasaje de Conchalí, sé de los problemas que la aquejan.*

*Por eso le pido su apoyo, para recuperar el legado de nuestra **Pilar Urrutia** y trabajar incansablemente por todos los vecinos por igual. Para eso trabajaré con un gran equipo, un equipo que hará historia, tal como lo hubiera querido **Pilar Urrutia**.*

Afectuosamente,

Alfredo Galdames Rojo”.

En dicha carta a los votantes se aprecia que la mayor parte del mensaje gira en torno a Pilar Urrutia, de hecho a excepción de la palabra “Conchalí”, del encabezamiento y del nombre del candidato, la única palabra destacada en negrita es el nombre de la fallecida alcaldesa. Además de esto cabe mencionar que la leyenda que aparece en la foto de este folleto dice: “Alcalde Galdames: El Pilar de Conchalí”.

Tempranamente el presidente comunal de la UDI, Neftalí Pastén, había advertido que la campaña estaba mal enfocada, pues al centrarse demasiado en la figura de la fallecida alcaldesa solo se oscurecía a Galdames y sus potenciales nuevas ideas⁹⁸. Sin embargo su punto de vista no fue escuchado y poco a poco el discurso fue uniformando en torno a la figura de Urrutia. De este modo, Alfredo Galdames se presentaba como “El Pilar de Conchalí”.

⁹⁸ Conversación con Neftalí Pastén. Sábado 24 de Julio de 2004.

Probablemente existen varias razones por las cuales se utilizó la imagen de Pilar Urrutia como foco de la campaña de Galdames, por ejemplo, las escasas dotes de liderazgo que se le atribuyen a Galdames o el desconocimiento que la mayoría de los conchalinos tenía de este operador político. Pero, aparentemente, la principal razón de este uso tenía relación con el recuerdo que la gente de la comuna tendría de la fallecida alcaldesa. Según nos comentan en la UDI la principal preocupación de Urrutia, desde que se instaló en la comuna como concejal, fue la labor social y lo que más le gustaba era el trabajo en terreno⁹⁹. Entre las cualidades que se le atribuían, las que se nombraban de manera más frecuente hacían referencia a su personalidad sencilla y empática, principalmente con los sectores más pobres. Lo que más se destacaba como cualidad política era el hecho de que fuera una persona de muchos recursos y que se relacionara de manera tan cercana con la gente pobre. Así, la primera vez que pregunté cómo era Pilar Urrutia, una de las integrantes de la Corporación que llevaba su nombre me señaló que “*era una señora de plata que no le hacía asco a la pobreza. Tenía un trato de igual a igual con los pobres*” (Paula Mellado, 06 de junio de 2004). Más adelante, el mismo día que se realizó una misa de conmemoración de su fallecimiento, la señora Luisa Durán, relacionadora pública de la sede comunal de la UDI, me contó que cierta vez una pobladora le había dicho que le daba vergüenza que la señora Pilar la saludara con un beso en la cara y la abrazara, pues era “*tan linda y perfumadita*” y ella, tan andrajosa. Luisa Durán añadió que Pilar Urrutia tenía la costumbre de saludar a la gente, de tocarla “sin asco”: “*Muchas veces – agrega – yo la vi limpiarle las narices a los niños*”¹⁰⁰.

Este tipo de referencia a la relación de ciertos liderazgos femeninos con los más pobres se asemeja a las *performances* de las punteras peronistas que describe Javier Auyero (2001). Para Auyero, al significar su labor política como un trabajo de entrega y sacrificio por los desposeídos, estas mediadoras se erigen como “*las madres de los pobres*”, con lo que no sólo personalizan los favores o bienes, sino también se construye y reproduce una visión de género en el campo político, donde la alusión a la “limpieza” está siempre presente (“*yo la vi limpiarle las narices a los niños*”).

⁹⁹ Entrevista a Sergio Heredia, 27 de septiembre de 2005.

¹⁰⁰ Conversación con Luisa Durán. 04 de agosto de 2004.

Ciertamente el breve análisis de la figura de Urrutia no nos puede llevar a afirmar que el modelo peronista se repita en toda su dimensión. No obstante, es el rol maternal de su liderazgo el que parece conferir un fundamento a su autoridad que, sin lugar a dudas, se concibe como un tipo de autoridad carismática¹⁰¹.

De este modo, sus características personales, sumados a su triste fallecimiento, generaron una mitificación de su imagen, la que fue constantemente usada como punto de referencia en la campaña de la UDI. Se señalaba, por ejemplo, que Pilar Urrutia “había marcado un mito en la comuna” (Neftalí Pastén) o incluso que “la señora Pilar no era de este mundo” (Luisa Durán). Al respecto nos gustaría reproducir un fragmento de la entrevista a Rubén Carvacho, candidato a concejal de la UDI.

“- E. A: ¿Cómo caracterizaría usted el liderazgo de la señora. Pilar Urrutia?, ¿Qué es lo que hacía que ella llegara tanto a la gente, sobre todo a la gente más pobre?

- R. C: Yo podría describirtelo como un fenómeno, ella era un fenómeno, porque para mí ella era una persona que lo tenía todo, era una persona que uno diría: pero esta señora para qué está en política ¿ya? pa’ qué está en Conchalí, cuando ella con lo que tiene podría haber sido la alcaldesa de Las Condes, pero no po’, fue aquí, en Conchalí. Entonces todo un personaje, un personaje completamente atípico. No era de grandes discursos, no era de leer discursos, era siempre hablar el día a día, era siempre de estar preocupado de la persona, era siempre de tener ese o esa palabra, o esa frase justa en el momento preciso. Era una persona completamente distinta a todos nosotros, por algo fue tan querida”. (Rubén Carvacho, 11 de Enero de 2005)-

Pero además de la mitificación de sus cualidades, las palabras de Carvacho dejan entrever un elemento fundamental para nuestro análisis. Cuando este señala: “*porque para mí ella era una persona que lo tenía todo, era una persona que uno diría: pero esta señora para qué está en política ¿ya? pa’ qué está en Conchalí, cuando ella con lo que tiene podría haber sido la alcaldesa de Las Condes, pero no po’, fue aquí, en Conchalí*”, lo que se lee entre líneas es que, con la cuantía de sus recursos la ex alcaldesa no tenía la “necesidad” de trabajar en una comuna

¹⁰¹ La definición del liderazgo carismático, desde la perspectiva weberiana, es abordada en el capítulo IV.

popular. En otras palabras y para seguir la distinción weberiana, si ella no tenía la necesidad de vivir “de” la política, su labor en Conchalí sólo podría ser un indicador de su auténtica vocación por trabajar “para” la política, o como ellos han entendido, por ayudar a los más pobres.

La buena imagen de Urrutia en la comuna parece atravesar el espectro político. El concejal demócratacristiano Héctor Aravena dice que Pilar Urrutia destaca como persona y como política, señalando que tenía una muy buena imagen en la comuna, que era una persona honorable, pero que la percepción que tiene la gente de ella se debe a “*que siempre los muertos son buenos*”. (Héctor Aravena, 01 de Octubre de 2004). Su colega y compañero de filas, Julio Arancibia, en tanto, dice que la UDI ha hecho de Pilar Urrutia un mártir, instrumentalizando su figura (Julio Arancibia, 01 de Octubre de 2004). Ambos concejales no pueden evitar hacer la comparación entre Galdames y Urrutia, señalando que existe una enorme distancia entre ambos, en términos de la calidad personal.

Llama la atención el contraste entre la figura de Urrutia y la de Galdames, los que parecen encarnar cualidades absolutamente opuestas. Como señalamos antes, el origen popular de Galdames tiene una connotación negativa para los conchalinos, inclusive para los militantes más antiguos, en tanto se le acusa de esconder, negar o avergonzarse de sus orígenes, de tener una conducta “arribista” (“*se le subieron los humos a la cabeza*”, “*se le sube mucho el pelo*”) y de ser muy tajante y frío con la gente¹⁰². En contraposición Urrutia, “una señora de plata” es admirada por su bondad, su humildad y su cercanía. En esta comparación entre ambas figuras, hay una mixtura de elementos políticos que se contrastan y se relevan a la hora de otorgar reconocimiento a un determinado tipo de liderazgo. Más allá de las cualidades de género que resalta Auyero como propias del campo político, parece haber aquí otros factores en juego. Uno de ellos puede tener relación con una forma de dominación simbólica considerada como legítima para estos sectores, que reconocería una autoridad sólo en quienes pueden estar mejor posicionados en el espacio social. De este modo, no se admitiría como posibilidad el someterse al dominio de alguien del mismo origen social (“*un pela’o igual que nosotros*”) aunque tenga un mayor volumen de capital social y un mayor capital simbólico, como es el caso de Galdames. Esta conducta social es conocida típicamente en Chile como “chaqueteo”. Como ha señalado Larissa Adler Lomnitz (1998), este rasgo dejaría entrever un elemento fundamental de la cultura

¹⁰² Entrevista con Julieta Aguilar, enero de 2005.

política chilena como es la primacía de las estructuras horizontales por sobre las estructuras verticales. Pero, por otra parte, lo que puede estar detrás de este discurso es una cierta visión de cómo se deber hacer política -que desde luego puede no ser coherente con la manera en que ésta se lleva a cabo-. De este modo, al contrastar las características de ambas figuras, se aprecia la distinción entre un uso instrumental de la política (“*a don Alfredo solo le interesa escalar*”) y una auténtica vocación política (“*pero esta señora para qué está en política*”). Así, parece atribuirse una mayor legitimidad al liderazgo de personas cuyas cualidades hacen pensar que viven “para” la política que a personas cuyas prácticas hacen suponer que buscan vivir “de” la política.

VI.1.4. Despolitización y trabajo social.

Con el fallecimiento de la alcaldesa Pilar Urrutia, la UDI perdió la dirección de la comuna, que pasó a manos del PPD y ex alcalde Carlos Sottolichio¹⁰³. Inmediatamente decidieron recuperar el puesto perdido en las elecciones siguientes. Para ello contaban con todo el equipo de trabajo que participó en la gestión de Urrutia, personas que se sintieron muy dolidas con su muerte y con la manera abrupta en que fueron despojados de su trabajo. Estos decidieron formar una corporación social con el nombre de la alcaldesa, que se preocuparía del trabajo social, especialmente enfocado a los más pobres de la comuna, una de las principales inquietudes de la alcaldesa. Desde luego, el presidente de la Corporación no podía ser otro que Alfredo Galdames.

El fundamento de este trabajo será la idea de que los sectores populares actúan de manera desideologizada políticamente, atendiendo más bien a elementos oportunistas, donde el apoyo político está condicionado por la solución de los propios problemas. Esta idea, bastante arraigada en el discurso de la UDI, ya ha sido destacada con antelación. No obstante, nos parece pertinente citar a Alfredo Galdames al respecto:

¹⁰³ Carlos Sottolichio fue alcalde de Conchalí durante los periodos 1992-1996 y 1997-2001. En las elecciones municipales del año 2000 perdió frente a la concejal de la UDI Pilar Urrutia, sin embargo al obtener la segunda mayoría le correspondió sucederla en el cargo cuando esta falleció.

“La gente en las poblaciones, en los sectores más populares, no tiene ideología sino que tiene problemas, por eso se identifican en definitiva con la gente que está con ellos”.
(Alfredo Galdames, 14 de mayo del 2004)

Así, a la cabeza de la Corporación Pilar Urrutia, Galdames aprovecha los diferentes eventos y actos para promover su figura y presentarse como un candidato enfocado hacia la labor social. Este cargo fue el lugar escogido para llevar a cabo la primera etapa de su campaña electoral. A través de la Corporación, Galdames y sus colaboradores marcaron presencia en Conchalí, realizando diversas actividades especialmente enfocadas a los sectores populares.

“Yo ya la empecé (la campaña), desde que salimos de la Municipalidad, pero muy así como en cosas sociales, o sea en la corporación, estoy trabajando en la corporación, entonces ponte tú entregamos sillas de ruedas, hicimos la campaña del cuaderno y de los útiles escolares en marzo, estamos haciendo visitas solidarias, que en el fondo son operativos sociales en distintas poblaciones con profesionales que atienden en terreno, eh, talleres para las mujeres, ah, eh, cursos de reforzamiento escolar para los niños de enseñanza básica, ah, porque arrendamos un lugar, una sede y ahí armamos los cursos...trabajamos mucho en terreno” (Alfredo Galdames, 14 de mayo de 2004).

A pesar de que la finalidad política del trabajo social de la Corporación es evidente, muchos de los que participan en ella –y que son conocidos dirigentes y militantes comunales de la UDI– niegan ese vínculo. La distinción entre la ayuda social de la Corporación y la labor política de la UDI, es propia de su discurso, sin embargo cuando deben argumentar las diferencias les es muy difícil no caer en contradicciones. Es claro que utilizan retóricamente la diferenciación porque les es conveniente, pues en la práctica ambas actividades –y quienes las ejecutan– se mezclan y se complementan. Para ejemplificar esta contradicción nos interesa reproducir un fragmento de la entrevista realizada al presidente comunal del partido, Neftalí Pastén.

“N. P: nosotros tendemos a separar las dos cosas, como partido actuamos como partido. Por ejemplo este fin de semana el operativo era del partido, no de la Corporación, era de Alfredo Galdames...tratamos de mantener un poquito separadas las cosas, para no

conflictuar a las personas (...) es más complicado la relación de los pares en las dos organizaciones (...) en el sentido de que son roles diferentes y tienden a confundirse. El rol de la corporación es social, el rol del partido es político.

E. A.: ¿Pero cuál es la diferencia si uno ve que el trabajo de la UDI está mucho más orientado hacia un trabajo social que el de la derecha tradicional, en términos políticos?

N.P.: no la diferencia está dada por, de que, eh, eh , por ejemplo yo no pertenezco a la corporación en términos prácticos, yo no voy a la corporación, yo me dedico...son dos áreas diferentes, es decir, eh, a ver...nosotros como partido somos más directos, la corporación busca perpetuar la imagen de Pilar, pero es más indirecto, es decir no hay...como te dijera un objetivo político inmerso abiertamente, o sea, de que nos ayuda nos ayuda pero no es ese el objetivo. El objetivo es la labor social, el objetivo del partido es la labor política...nosotros lo tenemos muy claro, por eso muchos de nosotros no pertenecemos a la corporación” (Neftalí Pastén, 4 de Octubre de 2004).

Entre las actividades realizadas por la Corporación Pilar Urrutia, juegan un rol importante las “visitas solidarias”, llamadas también “operativos sociales”. Estas son intervenciones que se realizan en las poblaciones de menores recursos de la Conchalí. La Corporación ha clasificado las distintas poblaciones de la comuna en términos de su grado de pobreza. Luego de seleccionar, una población acuden a ella, se ubican en alguna plaza, pasaje, etc. instalando diversos puestos, donde algunos profesionales brindan asistencia gratuita para solucionar los problemas más urgentes de los pobladores. Cuentan con la colaboración de médicos, psicólogos, veterinarios, peluqueros, etc. Además de esto poseen un bazar donde se vende ropa de segunda mano, donada por amigas de la fallecida Pilar Urrutia y por la Municipalidad de Santiago, donde la alcaldía está en manos de Joaquín Lavín. En este caso se trata de productos requisados por carabineros en dicha comuna¹⁰⁴. También cuentan con un espacio donde se pintan las caras de los niños, un escenario con música (show con animador para grandes y chicos, concursos con premios), una mesa de ping-pong y un tren que pasea a los niños por el sector. El financiamiento es, según señalan nuestro informantes, autogestionado. Por ejemplo, las ventas del bazar sirven para comprar los materiales que utilizan veterinarios y

¹⁰⁴ Conversación con Paula Mellado en un operativo social en el sector de “El Cortijo”. Sábado 06 de Junio de 2004.

médicos. El resto se consigue a través de donaciones que provienen de la Fundación “La Vaca”¹⁰⁵, además de las fuentes mencionadas. Estos operativos inicialmente se realizaban una vez al mes, pero comenzaron a hacerse de manera más frecuente con la cercanía de las elecciones municipales.

Durante los operativos sociales¹⁰⁶ Galdames aprovecha de recorrer el sector y realizar los llamados “puerta a puerta”, es decir, la presentación del candidato casa por casa. El procedimiento es simple: se toca el timbre de la casa o se le habla a quien esté afuera de ella. Galdames se presenta, señalando sus intenciones de ser alcalde. Inmediatamente se nombra a la ex alcaldesa Urrutia, preguntándole al potencial elector si la recuerda. Luego se les habla de la Corporación Pilar Urrutia en la que ellos trabajan para continuar la obra de Pilar Urrutia. Se les muestra un folleto en el que se destacan las obras de la Corporación y la figura de Alfredo Galdames. Además Galdames destaca en su discurso el hecho de que "*es un conchalino de toda la vida*", enumera uno a uno los barrios de la comuna donde ha residido. Más tarde señala que él es un padre de familia que ha trabajado duro, que actualmente es corredor de propiedades y que su oficina está en Dorsal con Independencia. Él dice que por ser de la comuna conoce bien sus problemas y necesidades y que espera darles solución cuando sea alcalde. A veces destaca su rol durante el gobierno de Pilar Urrutia, como jefe de gabinete, desde luego esto depende de lo que el potencial votante diga sobre la alcaldesa¹⁰⁷.

Además de la explícita ayuda social realizada por la Corporación, en estas actividades Galdames aprovecha de mostrar una imagen de cercanía con la gente, para lo cual realiza ciertas intervenciones personales, dando discursos o bien entregando premios y regalos. Además lleva a cabo ciertas *performances* propias de un candidato, tales como bailar, cantar y saludar a todo el que se le atraviese. Así ocurrió, por ejemplo, en una actividad realizada con motivo del Día del

¹⁰⁵ Dato proporcionado por Olivia Cortés en la entrevista realizada el 29 de Julio de 2004. La Fundación “La Vaca” es una organización de ayuda social creada por Joaquín Lavín. Para más detalles sobre esta institución ver <http://www.fundacionlavaca.cl>

¹⁰⁶ Los operativos sociales son intervenciones que se realizan en las poblaciones de menores recursos de la comuna. Sectorizan las poblaciones de la comuna identificando cuáles son las más pobres y es a ellas a las que acuden. En un determinado lugar (plaza, pasaje, etc.) se instalan diversos stands, donde algunos profesionales brindan asistencia gratuita a los problemas más urgentes de los pobladores (Conversación con Alfredo Galdames y Paula Mellado, 06 de junio de 2004).

¹⁰⁷ Observación participante en el operativo social en la población “Arquitecto O’hren” (Unidad Poblacional N° 23). Sábado 18 de Julio de 2004.

Niño, el sábado 07 de Agosto. Ese día la gente de la corporación Pilar Urrutia y de la UDI salieron disfrazados a repartir regalos y dulces a los niños de la comuna, en un tren de niños que sería uno de los principales medios de transporte para la campaña. Como participante de dichas actividades, me correspondió hablar por alto parlante haciendo la propaganda respectiva a la actividad. Cuando el entonces Jefe de Campaña, Sergio Heredia, me dio las instrucciones pertinentes, dijo:

“Tienes que resaltar la figura de Alfredo Galdames...di algo así como: ‘Alfredo Galdames, presidente de la Corporación Pilar Urrutia les desea un muy feliz día del niño a todos los niños de Conchalí’” (Sergio Heredia, 14 de agosto de 2004).

Más tarde me pide que hable de la Corporación y que resalte la atención gratuita de profesionales especializados en solucionar problemas concretos. Yo hice lo propio y repetí lo que se me indicó por toda la comuna. Al cabo de un rato, Galdames y su familia se suman a la actividad. El flamante candidato va en la parte delantera del tren, lanzando dulces y bailando al compás de la música. De vez en cuando el tren se detiene en alguna plaza y Galdames se baja, conversa con la gente, se saca fotos, poniendo especial atención en la cercanía física con mujeres y niños¹⁰⁸.

Lo que podemos apreciar en la presentación del candidato como un servidor social, es que se evoca un elemento propio del discurso y práctica populista de la UDI, cuyo exponente más famoso es Joaquín Lavín, pero que se ha replicado en otros liderazgos. Este vínculo con la labor social presenta en el discurso la doble cara de las prácticas clientelares. Por una parte se busca encubrir el carácter político-instrumental propio de una campaña, donde se entregan bienes y servicios esperando una retribución en las urnas (“favores por votos”), mostrando la ayuda social como entrega “desinteresada” motivada por la vocación por el “servicio público” del candidato. Esta vocación, en el discurso del partido, tiene un carácter apolítico y busca como finalidad la “superación de la pobreza”. Pero, por otra parte, al hablar de la solución de problemas concretos, el discurso se desgarrá de todo referente valórico y se transforma en mero pragmatismo. Así, la relación entre el político y el votante es reducida al cálculo racional entre dos agentes que realizan una simple transacción de favores por votos. El votante se puede

¹⁰⁸ Celebración del Día del Niño. 07 de agosto de 2004.

transformar en cliente en la medida que el candidato le otorgue soluciones inmediatas a sus necesidades.

Pude apreciar un claro ejemplo de la búsqueda de este tipo de relación clientelar creada por las obras sociales de la Corporación durante el operativo social en la población “Arquitecto O’hren”. Una pobladora me contó de su decepción frente a la administración comunal puesto que jamás le prestaron ayuda para encontrar trabajo. Su situación era muy difícil, puesto que en su casa vivían varios allegados entre los que se encontraba su hermano discapacitado. Pidió audiencia con el alcalde Carlos Sottolichio en dos ocasiones. En la primera, el alcalde no se encontraba y en la segunda, la hizo esperar por más de una hora. Señala que ella había votado siempre por Sottolichio, pero que ya no lo hará más. De este modo, en las próximas elecciones dice que se inclinará por Galdames, puesto que la Corporación le regalará una silla de ruedas para su hermano. Ella señala:

"(...) este caballero nos ha ayudado harto y al final uno tiene que votar por quien le ayude a uno" (Luisa Delgado, pobladora cesante, 06 de junio de 2004).

Más tarde Galdames haría una *performance* en el cierre del evento donde, en un solo acto, pondría en juego todos los elementos emotivos, valóricos e instrumentales que buscaban conquistar a la potencial clientela. Repentinamente traen cerca del escenario al hermano discapacitado de la pobladora con la que horas antes había conversado. El animador (don Sergio Heredia) llama a Galdames al lugar. Se anuncia la entrega de una silla de ruedas para el discapacitado. Alguien pone la silla de ruedas junto al escenario. La gente se va aproximando para ver el espectáculo. Galdames se acerca al discapacitado, lo toma en brazos y lo pone en su nueva silla de ruedas. La gente aplaude enérgicamente y ovaciona al candidato. En medio de aplausos y murmullos Galdames se acerca al micrófono y da un emotivo discurso de cierre¹⁰⁹.

Lamentablemente para Galdames este tipo de *performances* no ocurrieron de forma tan recurrente ni masiva, y poco a poco su campaña se transformó en una mera entrega de recursos. Con la llegada del mes de agosto las actividades de la Corporación comienzan a diferenciarse de la organización de la campaña. En este tiempo existe una relativa división de la gente que trabaja

¹⁰⁹ *Ibíd.*

en ambas actividades. No obstante, muchas veces las personas encargadas de la campaña fue a apoyar actividades de la Corporación. Tal es el caso del almuerzo solidario organizado el 24 de septiembre en la población Santa Mónica, al cual asistió Jovino Novoa, donde los grupos encargados de hacer la campaña debieron no sólo distribuir las invitaciones sino también participar directamente de la actividad. Durante este periodo, la campaña se transparenta y se inicia la promoción abierta del candidato como un representante de la UDI y el trabajo de Galdames se centra en la sede comunal del partido. En la sede también se comienzan a distribuir recursos. No obstante, esta distribución evidencia el carácter político instrumental del reparto, al separarse del sello social y del contenido valórico que podía otorgarle la Corporación.

VI.1.5. El factor “Pepa Hoffman”

El primer conflicto que se evidenció en el partido estuvo relacionado con la elección de los candidatos a concejales. A mediados de mayo estaba claramente definido quien sería el candidato a alcalde, pero no se sabía quienes serían los candidatos a concejales. Se escuchaban algunos nombres que parecían seguros, inclusive un folleto de la Corporación Social Pilar Urrutia los hacía aparecer en una foto como sus “socios destacados”. Sin embargo, el proceso decisional traería algunas sorpresas. Los cuatro nombres que se señalaban como candidatos seguros eran Sergio Heredia, Olivia Cortés, Miguel Stubing y Rubén Carvacho. Finalmente sólo estos dos últimos se presentaron como candidatos a concejales en las elecciones de octubre.

Según lo que nos relató Rubén Carvacho en una de las entrevistas realizadas, el proceso de elección de los candidatos fue extraño desde que comenzó la preinscripción de ciertas personas. Estos debían declarar públicamente que aceptarían ser candidatos y que acatarían el veredicto de una comisión evaluadora de esas precandidaturas. La comisión aparentemente fue sobrepasada y entonces tuvieron que mediar Pablo Longueira y Jovino Novoa, quienes llamaron personalmente a quienes no habían quedado en la selección. Les agradecieron por su intención, señalándoles que el partido había decidido otra cosa¹¹⁰.

¹¹⁰ Entrevista a Rubén Carvacho, 11 de Enero de 2005.

Sergio Heredia, quien fue elegido por el propio Galdames para acompañarlo en la lista, desde que la fallecida alcaldesa Urrutia estaba en ejercicio, era el más seguro de los candidatos. Contaba incluso con una oficina en la sede comunal de la UDI y un organizado equipo de campaña. No obstante, cuando estaba por inscribir su candidatura, se vio imposibilitado, pues aparecía como militante del Partido Por la Democracia (PPD), desde que se abrieron los registros después de la dictadura. Al hacer memoria, recordó haber firmado una vez en el Paseo Ahumada contra la muerte de las ballenas, firma que creía posible haya sido utilizada para armar una plataforma de militantes para que el PPD se transformara en un partido legítimo¹¹¹. Fue una triste anécdota para sus aspiraciones. De todas formas Heredia participó activamente en la campaña de Galdames siendo inicialmente el Jefe de Campaña y más tarde el Secretario de Campaña.

En lugar de Sergio Heredia se presentó como candidato el empresario Luis Smok, quien no tenía vínculos sociales en la comuna. Smok habría renunciado a una candidatura a alcalde por Renovación Nacional en la comuna de Lampa por ser candidato a concejal por la UDI en Conchalí¹¹².

El incidente ocurrido con Sergio Heredia puso en alerta a la señora Olivia Cortés, la cual no quiso hacer campaña hasta que su candidatura estuviera formalmente inscrita. La señora Olivia, secretaria de los concejales de la Alianza desde las primeras elecciones municipales (1992), era una de las intermediarias más importantes de la UDI. Tenía a su favor una larga trayectoria de trabajo social con los sectores populares de la comuna, que se inició en el Régimen Militar (fue voluntaria de la Secretaría de la Mujer por 13 años) y que continuó en la oficina de concejales. Aquí atendía diariamente a muchas personas que llegaban a pedir solución a sus problemas o que simplemente buscaban a alguien que los escuchara con atención por un minuto. Fui testigo del rol que jugaba la señora Olivia, quien era una auténtica *broker* o mediadora política, un personaje que conectaba a los altos dirigentes con las bases y viceversa. Cabe mencionar que Olivia Cortés fue la única precandidata proclamada por bases poblacionales de la UDI y aún así no pudo presentarse a las elecciones, puesto que el partido había decidido poner a otra persona en su lugar.

¹¹¹ Entrevista a Olivia Cortés, 29 de julio de 2004.

¹¹² Entrevista a Rubén Carvacho, 11 de Enero de 2005.

La candidata escogida fue María José Hoffmann, “la Pepa” como todos la llamaban, una joven cientista política de la Universidad Central. Comenzó su militancia en la UDI a los 18 años, cuando entró a la universidad, a través de los trabajos de invierno organizados por este partido. Se convirtió en Presidenta de la Juventud UDI, en el periodo que coincide con la gestión de Pablo Longueira y la candidatura de Joaquín Lavín. Fue concejal en Recoleta (2000-2004), por petición del propio Gonzalo Cornejo, con quien tiene una gran cercanía. No pensaba ir a la reelección, pues quería retirarse un momento de la política para reflexionar sobre su vida. Sin embargo el último día antes de la inscripción, Pablo Longueira –con quien además trabaja en la Corporación Jaime Guzmán, encargada del memorial de Jaime Guzmán – le pide que se presente como candidata en Conchalí¹¹³. Desde luego la jugada era mucho más compleja que reemplazar a una candidata por otra, pues la Pepa Hoffmann tenía una proyección política mayor en la Municipalidad de Conchalí. Circulaba como un secreto a voces el hecho de que Galdames, ganara o perdiera, se postularía como candidato a diputado por el distrito, ocupando el lugar que dejaría Longueira, quien a su vez sería candidato a senador por la zona poniente. De este modo, era de vital importancia buscar a alguien que pudiese proyectarse en su labor política para que más tarde ocupara el máximo sillón comunal. Desde luego tampoco es coincidencia que se tratara de buscar un perfil ya probado y aprobado en la zona norte. Una mujer de clase alta, “cuica”, pero cercana y empática –como Pilar Urrutia –, joven y dispuesta a buscar soluciones eficientes a los problemas de la gente. Alguien parecida a Carolina Plaza, la joven y exitosa alcaldesa de Huechuraba, a quien Galdames llevó a esta comuna¹¹⁴ para iniciar el mismo camino que probablemente se pretende que recorra “la Pepa”.

Miguel Stubing es el tercer candidato a concejal. Su militancia en la UDI es más bien reciente y no tiene mayores méritos políticos a parte de haber sido el Presidente de la Asociación de Fútbol de Conchalí. A pesar de esto su reputación no es muy buena y su visibilidad dentro de la campaña no fue mucha.

El cuarto candidato a concejal es tal vez uno de los dirigentes poblacionales más emblemáticos de la UDI, junto con Alfredo Galdames. Su importancia radica en haber sido el encargado de hacer que la dirigencia del campamento más grande de Chile en los '80: el

¹¹³ Entrevista a María José Hoffmann,

¹¹⁴ Conversación con Cecilia Inarejo, antigua dirigente poblacional de la UDI.

campamento Raúl Silva Henríquez –que era un “bastión” del Partido Comunista– pasara a manos de la UDI, con lo cual accedieron a una solución habitacional. El gestor de esa hazaña no fue Pablo Longueira, como se ha dicho varias veces, sino Rubén Carvacho, quien además trabajó en la erradicación de varios campamentos, lo cual lo hizo merecedor de una medalla de reconocimiento que le entregó el propio Augusto Pinochet, durante su mandato¹¹⁵.

Carvacho fue un activo militante en el trabajo poblacional de la UDI en los ‘80, sin embargo no se vinculó al departamento poblacional, sino que trabajó de manera independiente. Con el término del régimen militar se desligó brevemente de la política. Sin embargo, a poco andar se presentó como candidato a concejal dos veces en La Pintana. A pesar de sacar la tercera mayoría individual en ambas ocasiones no pudo ser elegido, debido a las reglas del sistema binominal. El año 2000 Pablo Longueira le pide que se vaya a Conchalí porque él sería el candidato a diputado por este distrito. Debido al gran respeto y admiración que siente por Longueira, dice que siempre va a estar donde lo manden. Trabajó en la Municipalidad de Conchalí, durante la gestión de Pilar Urrutia, como coordinador territorial de organizaciones comunitarias. Estuvo allí por 8 meses y luego pidió permiso sin goce de sueldo para trabajar en la campaña de Longueira. Cuando Longueira fue electo, fue tentado por segunda vez por el alcalde de Maipú para irse a trabajar con él, pero Pilar Urrutia logró convencerlo de que se quede en Conchalí, dándole la jefatura del departamento de organizaciones comunitarias, el que según menciona es el rostro político público de la Municipalidad. A partir de ello nació un vínculo muy estrecho con la alcaldesa, quien además le pidió que fuera su candidato estrella en la comuna¹¹⁶.

A pesar de la trayectoria de Rubén Carvacho, su trabajo en la DIDECO de la municipalidad de Conchalí y su amistad con Pablo Longueira – a quien lo une un vínculo de compadrazgo -, la candidatura de “la Pepa” concentró gran parte de los recursos y el apoyo del partido. Su figura y la gran cantidad de propaganda que se desplegó en la comuna, opacó a los otros concejales, e incluso al propio candidato a alcalde. Si bien el cálculo hecho al ponerla de candidata dio resultado (salió electa con la primera mayoría en concejales), el excesivo apoyo otorgado por los altos personeros de la UDI sería uno de los principales elementos de conflicto durante la campaña.

¹¹⁵ Entrevista a Rubén Carvacho, 06 de enero de 2005.

¹¹⁶ Entrevista a Rubén Carvacho, 11 de enero de 2005.

VI.2. Estructura y funcionamiento de las redes clientelares.

VI.2.1. La estructura formal versus las redes clientelares: ¿Quién manda en la comuna?

La organización actual de la UDI en Conchalí muestra la yuxtaposición de varias estructuras. Por una parte, se encuentra la estructura formal, con una directiva comunal; por otra parte, las redes clientelares que operan de forma independiente y, cuando se hace necesario – como en los periodos de campaña- complementan el trabajo del partido. Además de estas estructuras desde hace un tiempo se ha sumado la presencia de la Corporación Pilar Urrutia, a través de la cual se organiza gran parte del trabajo social del partido en la comuna.

En términos formales, el trabajo del partido se organiza sobre la base de directivas territoriales. Existen directivas regionales dentro de las cuales hay un estamento poblacional, uno de la juventud y uno profesionales. De este modo la directiva regional actúa como un ente coordinador de las directivas comunales. Si bien existen directivas comunales en casi todo el país, en la práctica, el trabajo está basado en la labor de los alcaldes. Estos tienen equipos de gente que ha sido o es militante de la UDI¹¹⁷.

En Conchalí la directiva está compuesta por 9 personas., siendo Neftalí Pastén el presidente comunal. El número de militantes activos del partido en la comuna fluctúa según el periodo del año. Según Pastén unas 100 o 150 personas giran en torno al partido en algún momento. El Conchalí está la plantilla más grande de militantes en el área norte¹¹⁸.

En los territorios en los que la UDI no tiene alcaldes, el trabajo se basa en reuniones esporádicas y en organizar la ayuda social en situaciones específicas, como en Navidad¹¹⁹. De este modo la militancia real se activa a medida que se acerca una campaña política.

¹¹⁷ Entrevista a Galdames, 14 de mayo de 2005.

¹¹⁸ Entrevista a Neftalí Pastén, 04 de octubre de 2004.

¹¹⁹ Entrevista a Sergio Heredia, 27 de septiembre de 2004

Paralelamente los dirigentes de base efectúan un trabajo cotidiano con sus bases durante todo el año¹²⁰. Estas redes clientelares, como veremos, se sustentan principalmente en el quehacer de los mediadores políticos, los que si bien trabajan de forma relativamente independiente, responden a un dirigente superior. Este encargado comunal no es el presidente del partido, sino otro tipo de liderazgo que opera de facto. En el caso de Conchalí este líder comunal es Alfredo Galdames, quien no forma parte de la estructura formal del partido en la comuna, sin embargo es la autoridad ante quien responden los mediadores locales y quien, toma las verdaderas decisiones relativas al partido en la comuna.

Las redes clientelares son estructuras informales que se construyen desde los primeros años tras el retorno de la democracia, cuando la UDI decide reactivar el trabajo voluntario que se realizó en la comuna durante el régimen militar. Desde esa época, el principal articulador del trabajo comunal era Alfredo Galdames, ante quienes respondían los dirigentes de base que desempeñaban el trabajo cotidiano. Estas redes se mantienen gracias a los intercambios simbólicos y materiales permanentes entre mediadores y clientes. Los mediadores no suelen conectarse con la estructura partidaria formal, ya que, a través de Galdames o de forma directa, pueden contactarse con altos personeros del partido, cuando lo requieren. Además, pueden recurrir a otros contactos para obtener los recursos que necesita su labor. Durante los periodos de campaña, cuando la estructura formal se activa, las redes clientelares se ponen a disposición de los candidatos del partido, pues todas las fuerzas disponibles deben confluir por el fin común. Sin embargo, los mediadores siguen respondiendo ante del “jefe” local, Alfredo Galdames, y no ante las autoridades formales del partido a nivel comunal.

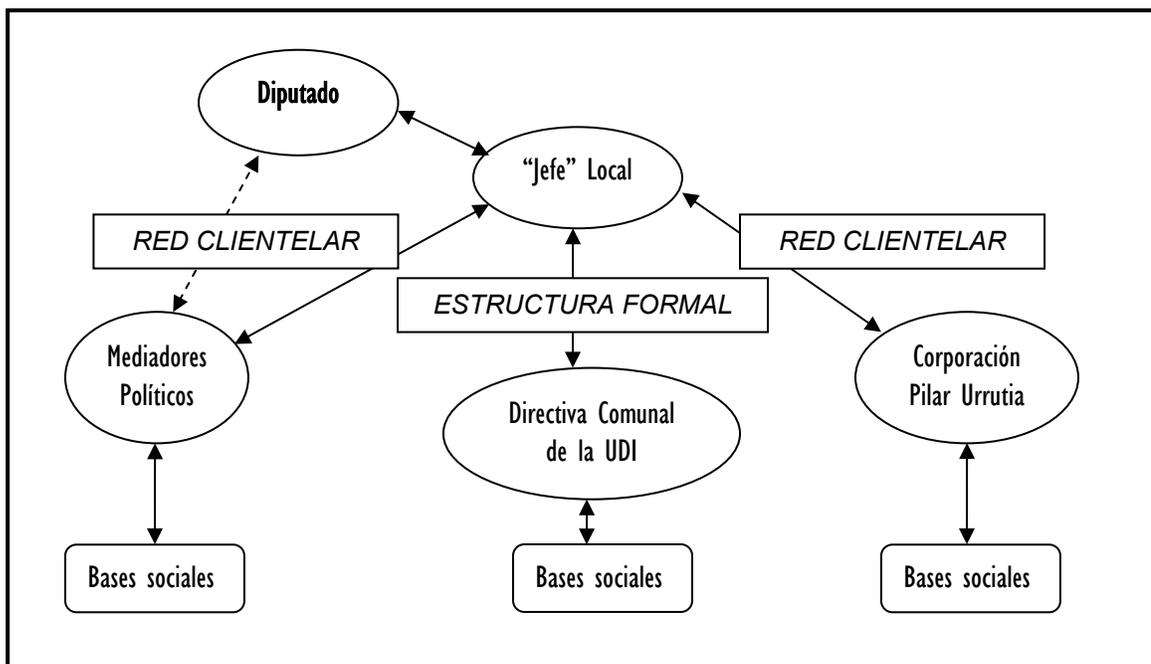
Al respecto Julieta Aguilar, una de las dirigentes poblacionales más antiguas de la comuna nos señala: *“Aquí en Conchalí nosotros siempre hemos sido dirigidos por un Alfredo Galdames (...) Ahora aquí el presidente del partido que es Neftalí Pastén, pero de pantalla no más, porque el que aquí sigue dirigiendo todo el cuento es Alfredo”* y más tarde, para corroborar su autoridad sobre el trabajo que ella como mediadora realiza, señala: *“Yo siempre aquí cuando se muere gente que es de la UDI, yo eso si llamo al Alfredo y él siempre está ahí, aunque a veces no esté presente de cuerpo y alma, pero siempre está ahí su corona, que es de la UDI y todo el cuento”*(Julieta Aguilar, Enero de 2005).

¹²⁰ Entrevista a Galdames, 11 de noviembre de 2004.

A su vez, Galdames no responde a la directiva distrital o regional sino al verdadero patrón político del territorio: Pablo Longueira. Este es quien financia los gastos de la sede comunal y otros recursos que utiliza el partido en la comuna. Además es quien tiene la última palabra en cuestiones fundamentales como la decisión de quienes serán los candidatos a concejales.

Una tercera estructura a través de la cual trabaja la UDI es la Corporación Pilar Urrutia, entidad que preside Alfredo Galdames y que cuenta con la participación activa de varios dirigentes y militantes de este partido. Como ya hemos descrito, al principio de la campaña esta Corporación funciona junto al partido de manera indiferenciada. Sin embargo, a medida que se acercan las elecciones, se dividen los equipos y sus actividades se diferencian. Así, por ejemplo, una buena parte del equipo de la Corporación, principalmente ex colaboradoras/es de la alcaldesa Urrutia, formará la base del equipo de campaña de María José Hoffmann. Esta estructura también comienza a funcionar como una red clientelar, donde existen mediadores que entregan recursos en busca de apoyo político.

Esquema N° 1. Estructuras de la UDI en Conchalí.



Fuente: Elaboración propia.

La presencia de estas tres estructuras muchas veces hizo confusa la división de roles dentro de los militantes y creó conflictos cuando tuvieron que activarse de forma simultánea para la campaña municipal.

VI.2.2. La campaña “política”.

Durante la primera quincena de agosto la campaña de Alfredo Galdames comenzó a efectuarse de manera independiente a los operativos sociales organizados por la Corporación Pilar Urrutia. En este periodo Galdames designó como Jefe de Campaña a Sergio Heredia. Se reclutó a la gente –una extraña mezcla entre militantes antiguos, militantes nuevos y gente que necesitaba el dinero-, la que se dividió en 6 grupos. Cada grupo tenía un encargado y alrededor de tres unidades vecinales para recorrer. Estos grupos estarían encargados de realizar las siguientes actividades:

- 1) “Volanteo”, es decir, repartir volantes alusivos al candidato en el territorio designado. Los volantes podían ser entregados personalmente o depositados en las puertas o patios de las casas.
- 2) Los “casa a casa”, consistían en promover al candidato en una conversación cara a cara con el potencial elector, al cual se busca golpeando la puerta de su casa, en el territorio asignado.
- 3) Promoción y propaganda en las ferias. En esta actividad se hacía el volanteo y se promocionaba al candidato, el cual podía presentarse personalmente al elector, pues estas actividades a menudo contaban con la presencia de Galdames, a diferencia de las dos anteriores.

La primera vez que asistí a un “casa a casa”, en esta etapa de la campaña, fue el día sábado 14 de agosto. Ese día trabajaron en conjunto todos los grupos, incluyendo a Galdames y a dos candidatos a concejales (Pepa Hoffmann y Rubén Carvacho), con sus respectivos equipos. El trabajo estuvo tan mal organizado que todos evaluaron la actividad como desastrosa. El lunes

siguiente, a primera hora, en una reunión a puertas cerradas, los participantes de la campaña hicieron sus reclamos por la mala organización y la distribución de los grupos. A poco andar la campaña se veía afectada por rencillas internas en el grupo de trabajo. Poco a poco estas asperezas irían en aumento.

Luego de este incidente, ocurre una reestructuración en la campaña. Sergio Heredia es removido de su puesto como Jefe de Campaña y pasa a ser el secretario personal de Galdames. Sus funciones serán llevar la agenda del candidato, acompañarlo a todas partes, anotar las peticiones que se le hacen y tratar de derivarlas a los lugares donde se les pueda brindar solución¹²¹. El puesto que ha dejado será ocupado por Alejandro Fernández, un ingeniero comercial con una extensa experiencia tanto en gobierno local (fue alcalde designado de la comuna de Arauco, durante el régimen militar, y trabajó en las municipalidades de Concepción y Conchalí) como en la empresa privada. Además de esto, se inyectan recursos en la campaña, los cuales se hacen muy notorios al cambiar la calidad y colorido de los volantes y al dotar al equipo encargado de hacer la campaña de unos vistosos cortavientos de color amarillo, con una enorme foto de Galdames en la espalda. Dicha foto muestra a Galdames levantando el dedo pulgar de su mano derecha y sujetando en su otra mano el folleto de la corporación Pilar Urrutia. De fondo, un radiante cielo azul donde aparece en gris el rostro nebuloso de la fallecida alcaldesa, como si se tratara de un espíritu.

Otra actividad que se realiza en forma paralela al trabajo en terreno es la colocación de “palomas” (carteles que se ponen en los techos de las casas) y el pintado de muros. Estas labores son llevadas a cabo por jóvenes que pertenecen a las poblaciones más pobres de la comuna.

En esta etapa de la campaña se inicia la distribución de mercaderías de manera directa en la sede de la UDI. Por este motivo la sede comunal comienza a repletarse cada día más con gente que busca hablar con Galdames, Carvacho o Heredia. Muchas de estas personas entran con las manos vacías y salen con una caja con abarrotes que lleva pegada la foto de Galdames. Para

¹²¹ Entrevista Sergio Heredia. Lunes 27 de septiembre de 2004

controlar el acceso de las personas a la sede, se ha contratado a un guardia que vigila la puerta y resguarda el recinto¹²².

Con el correr de los días, y a medida que se acerca el lanzamiento oficial de la campaña, se une más gente a trabajar por la UDI. Sin embargo no se trata de voluntarios, sino de personas a las que se les paga por realizar dicho trabajo. Según la información que me da un antiguo dirigente comunal, deben estar trabajando cerca de 80 personas en la campaña. Cabe mencionar que la gente que trabaja de manera directa en los grupos de trabajo gana \$120.000 mensuales, desde que comenzó la campaña. Desconozco la suma que obtienen los jóvenes encargados de las palomas y los muros. Además toda la gente que trabaja en la campaña recibe un contundente almuerzo diario en la sede.

Desde el viernes 01 de Octubre se suman nuevos trabajadores a la campaña. Se trata de personas encargadas de instalar y cuidar las “posterías” (propaganda que va en los postes de luz). Estas personas obtienen por su trabajo \$4.000 diarios. Si a esto sumamos el ofrecimiento de dinero que se hace a las personas que prestan los muros de sus casas para ser pintados con propaganda o los techos para colocar palomas, que es de \$10.000, vemos que la cantidad de recursos invertidos en la campaña de Galdames es, por decirlo menos, escandalosa y no se corresponde con lo estipulado en la ley.

VI.2.3. En busca de la clientela.

La enorme inversión de recursos en la campaña, el reparto de mercaderías y la mediación para buscar soluciones a los problemas de la gente son tal vez los elementos más visibles del clientelismo político en la disputa por el sillón municipal. La gente de la UDI justifica este despliegue de recursos como la única forma de competir con los del municipio por captar el apoyo de los votantes.

Así por ejemplo, Alejandro Fernández, jefe de campaña de Galdames, señala que es muy difícil competir con una municipalidad que está llena de recursos. Para contrarrestar esto la UDI

¹²² Observación participante. Jueves 23 de Septiembre de 2004.

utilizaría otras estrategias, un trabajo de gente más que de recursos. La gente que llega a pedir ayuda inmediata es contactada con profesionales (adeptos o simpatizantes del partido) que le pueden otorgar ayuda directa¹²³. Una opinión similar tiene Neftalí Pastén, quien plantea que poco se puede contrarrestar el trabajo del municipio, pues ellos poseen menos recursos que los que están en el poder. Ante esta situación, lo único que ellos pueden hacer es obras sociales, no entregando cosas al azar¹²⁴.

En contraste con esta opinión, el concejal demócratacristiano Héctor Aravena señala que son ellos los que están más cerca de la gente, que ellos están en las poblaciones. Dice que el 95% de los dirigentes sociales de la comuna son de la Concertación, y que por tanto no necesitan pagar para hacer campaña. Para él la UDI podrá tener recursos económicos pero no tienen recursos humanos. Aravena resume la estrategia de la UDI como algo comunicacional que recoge lo malo de la Concertación sumado a la compra de votos¹²⁵.

Galdames tiene una visión similar a la de sus compañeros de partido. Cree que fue clave para su derrota el uso de los recursos municipales a favor del alcalde Sottolichio. De otra forma no se explica que un alcalde con tan bajo apoyo haya arrasado en las elecciones. Para Galdames hubo intervención del gobierno en la comuna para apoyar al alcalde, al cual le habrían prestado más fondos para aumentar las obras y repartir mercaderías. Además habrían aumentado la cobertura del programa PUENTE. Por esto cree que la UDI debe ser persistente en denunciar y decirle a la gente que ellos van a ayudar más de lo que el gobierno actual les ayuda¹²⁶.

Finalmente Rubén Carvacho admite la presencia de estas prácticas tanto en su partido como en otros, mostrando que son parte del juego normal de la política. Carvacho cree que una autoridad que quiere ser reelegido va a usar toda la maquinaria a su disposición, para ello y plantea que *“de hecho no hacerlo sería un error político”*. De forma abierta señala que ellos habrían hecho lo mismo. Pone como ejemplo a Gonzalo Cornejo en Recoleta, de quien señala

¹²³ Entrevista a Alejandro Fernández, 28 de noviembre de 2004.

¹²⁴ Entrevista a Neftalí Pastén, 04 de octubre de 2004.

¹²⁵ Entrevista a Héctor Aravena, 01 de octubre de 2004.

¹²⁶ Entrevista a Alfredo Galdames, 11 de noviembre de 2004.

habría repartido 5.000 paquetes de mercadería. A su juicio no debería ser la manera de llegar al poder, sino que debería usarse el convencimiento. Pero en una comuna con tanta pobreza estos elementos pasarían a ser elementos importantes en la campaña¹²⁷.

En la UDI también hay quienes admiten la legitimidad de esta práctica, pero reconocen que el solo reparto de recursos no garantiza la fidelización de los votantes. Así, por ejemplo, el presidente comunal de la UDI admite que tanto su partido como el gobierno reparten cosas buscando apoyo, sin embargo cree que la gente recibe los recursos de todos pero, finalmente, vota por quien quiere. A su juicio, la gente es bastante más inteligente de lo que a menudo se cree¹²⁸. Una opinión similar tiene Julieta Aguilar, quien señala:

“De todos lados les llega ayuda. Los clubes de adulto mayor viven en pascua, porque todo el mundo les lleva cosas, y todo el mundo se aboca a eso, porque en las campañas políticas de ambos lados corre mucha plata y hay gente que se aprovecha también”
(Julieta Aguilar, enero de 2005).

En estas opiniones se puede apreciar que, por una parte se sanciona el reparto de recursos como práctica política, pero por otra parte se legitima como la única alternativa viable para competir en igualdad de condiciones ante una elección. No obstante, se deja entrever que esta redistribución no sería suficiente para captar la adhesión de un electorado que recibe cosas de todos los sectores. Si esto es así, ¿cómo hace el partido para fidelizar a la clientela?

VI.2.4. El vínculo cotidiano y el intercambio simbólico: los ejes de la intermediación clientelar.

Un mediador o *broker* es el intermediario en la relación de intercambio que se establece entre un patrón político y sus clientes. Generalmente pertenece al mismo estrato social que los clientes, pero se diferencian de estos por el capital social acumulado (una red duradera de contactos) y el capital simbólico (reconocimiento y prestigio) logrado a través de su labor. Lo

¹²⁷ Entrevista a Rubén Carvacho, 11 de enero de 2005.

¹²⁸ Entrevista a Neftalí Pastén, 04 de octubre de 2004.

anterior implica que no cualquier dirigente intermedio se convierte en mediador político, sólo lo hacen quienes son capaces de establecer relaciones de intercambio material y simbólico permanentes con su clientela y que, gracias a este tipo de vínculo, logran canalizar las lealtades políticas hacia sus patrones.

En la comuna de Conchalí, Olivia Cortés y Julieta Aguilar son las mediadoras más importantes de la UDI. Su trabajo no tiene relación alguna con un cargo formal, o con el mandato de algún dirigente de la cúpula partidaria, sino que está enteramente motivado por una vocación de ayudar a los más pobres y por el compromiso valórico que tienen con la UDI. Ellas se relacionan de forma cotidiana con los clientes actuales o potenciales, para hacerles algún favor, conseguirle recursos específicos, o simplemente entregarles una palabra de aliento en un momento difícil. El vínculo establecido no es un simple intercambio de favores por votos, sino que está mediado por una serie de elementos simbólicos a través de los cuales ellas consiguen establecer lealtades y ganar el reconocimiento y el agradecimiento de su clientela.

Olivia Cortés comienza a trabajar con los más pobres durante el régimen militar, en la Secretaría Nacional de la Mujer (SNM), donde estuvo por cerca de trece años. Su adhesión al régimen se produjo por su oposición activa al gobierno de la Unidad Popular. En la SNM se capacitó en Educación Cívica -para enseñar la Constitución del '80- y Orientación Familiar. Trabajó en un colegio de La Florida y en muchos campamentos dando charlas cívicas. Además de las charlas, ella y las otras voluntarias ayudaban a los niños de los campamentos, haciendo campañas de entrega de zapatos, útiles escolares, etc. Hacían seguimientos a la gente de la comuna de Conchalí que estaba en otras comunas, tales como Colina, Quilicura, Curacaví y Cerro Navia. Luego, en estas comunas, hacían talleres para mujeres dentro de los programas del PEM y el POHJ y centros abiertos para niños. En los centros abiertos se impartía educación, se daba alimentación, inclusive se lavaba la ropa de los niños. En sus trece años de voluntaria conoció casi todos los campamentos de la Región Metropolitana.

Con el retorno de la democracia, se incorpora a las filas de la UDI, cuando estos deciden reagrupar a todo el voluntariado de la comuna que había trabajado en el régimen militar. La organización comunal del partido los llama a reunión, buscando la manera de darle continuidad a sus labores. Les facilitó una sede para reuniones y se intentó reactivar el trabajo social que ellos

realizaban. En esa época Cortés conoce a Neftalí Pastén, Pilar Urrutia y Alfredo Galdames. Poco a poco éstos comenzaron a invitarla a las reuniones del partido. Ella estaba un poco reticente al principio, pero Pilar Urrutia la iba a buscar siempre a su casa para llevarla a las distintas actividades. Fueron haciéndose muy amigas. Poco a poco comenzó a darse cuenta que la UDI se acercaba mucho al gobierno militar y terminó por convencerse. Entonces formó un buen equipo de trabajo. Más tarde, Galdames le pide que forme centros de madres UDI en la comuna. Cortés formó cinco de estas organizaciones, cada una con una madrina del barrio alto, esposas de hombres importantes de la derecha. En esas instancias pudo seguir realizando la labor que más le gusta: la ayuda social. Para ella lo más importante es “*atender a la persona*”¹²⁹. En una entrevista nos señaló que muchas veces sus hijos y su marido le han pedido que se quede en la casa y que no trabaje más, pero ella se comprometió con Pilar Urrutia a trabajar en el municipio hasta fines del 2004.

Su conocimiento de los sectores populares le sirve como base para apoyar las candidaturas de Pilar Urrutia, con quien la unía un lazo muy estrecho. Comienza a trabajar nuevamente por los más pobres aprovechando su lugar en el municipio como secretaria de los concejales de la Alianza por Chile, puesto que ejerce desde 1991, época en que Urrutia era concejal. Actualmente forma parte activa de la Corporación Social Pilar Urrutia, donde es socia y parte del directorio. Ella es la encargada de los bazares y de organizar bingos, únicas actividades que dejan dinero. Tiene una amplia red de contactos con los cuales consigue gratuitamente los premios, la impresión de las entradas, la comida, la tómbola y los equipos de música. Sólo paga por los cartones de los bingos y por la bebida que se consume. La sede de la Corporación está en la casa de su hermano, que ella misma facilitó. Con respecto a los bazares está pensando en hacer un recorrido con sus productos ofreciéndolos en los centros de madres, en los clubes de ancianos, etc. Las cosas que se ofrecen en los bazares se las consigue Luisa Toledo, relacionadora pública de la Corporación, principalmente con la fundación La Vaca y donaciones de las amistades.

Durante la campaña a diputado de Pablo Longueira, estuvo a cargo de la sede de la UDI, en la cual se recibía gran cantidad de donaciones para redistribuir a la comuna. La esposa de Longueira era la encargada de esta labor. Sin embargo después que este salió elegido, la sede se

¹²⁹ Entrevista a Olivia Cortés, 29 de Julio de 2004.

cerró. Cuando Galdames decidió reabrir la sede le encomendó la tarea de ordenar y limpiar. Allí trabajó junto a un grupo de gente con el cual logró entregar la sede en perfectas condiciones para empezar a funcionar.

Hoy en día desempeña la labor social, que es su vocación, desde la oficina de los concejales de la Alianza. Recibe gente durante todo el día, especialmente en las mañanas, sin saber cómo llegan allí para buscar ayuda. Tal como si fuera una asistente social, atiende muchos casos que ella considera “gravísimos”, orientando, escuchando y entregando recursos, lo que obtiene a partir de donaciones de amigos. Otras veces simplemente aporta su propio dinero para resolver problemas. En una ocasión me señala “*Estoy tan acostumbrada a sacar plata de mi cartera*”¹³⁰. Cuando no puede solucionar los problemas, se dedica a escuchar a la gente con respeto y esta le agradece porque “*nadie la escucha nunca*”. De este modo, la satisfacción más grande para ella es ver a la gente agradecida.

Pero la señora Olivia –como la conocen en la comuna- no trabaja sola, sino con un grupo grande de amigas, mujeres de la comuna que ha ido conociendo durante toda su vida, en su mayoría pobladoras que trabajan de voluntarias en las distintas tareas que la señora Olivia les encomienda. Ellas son su “círculo íntimo” (Auyero, 2001), quienes la admiran profundamente y le deben una gran lealtad. La señora Olivia las llama “*las mías*”, “*mi grupo*”, “*la gente que a mí me sigue*”, “*las que me apoyan*”¹³¹. Una de estas seguidoras está presente durante la primera entrevista que le hice, afamándola y aprobando todo lo que ella señala. Ella señala que la señora Olivia es la “*mamá buena de todos*” y que “*hace hasta de enfermera*”. En los operativos sociales de la Corporación ya había observado este liderazgo sobre su grupo de colaboradoras. Estas siempre estaban con ella en el bazar de ropa y parecían buscar de forma permanente su aprobación. En una ocasión su actitud de protección maternal también se hizo extensiva hacia mí, cuando al finalizar un operativo me toma la mano y me da una marraqueta con jamón y queso y un puñado de almendras, diciéndome: “*Tome mijita, usted no ha almorzado*”¹³².

¹³⁰ *Ibid.*

¹³¹ Conversación con Olivia Cortés, 24 de Julio de 2004.

¹³² Observación Participante: Operativo Social en la Población “La Arboleda”, 24 de julio de 2004.

A comienzos de la campaña, la señora Olivia era precandidata a concejal. Su proclamación surgió de la propia gente, especialmente de la gente antigua de Conchalí. Partieron las mujeres del Centro de Madres Pilar Urrutia reclamando porque los candidatos que se mencionaban eran caras nuevas. Antes, José Piñera le había pedido que fuera candidata a concejal, pero no aceptó. La proclamaron durante una cena en la que estaba presente Alfredo Galdames, Rubén Carvacho y Cecilia Inarejo. Luego se fue corriendo la voz y todas comenzaron a pedirle que acepte. Finalmente accedió tras una pelea con un concejal de la Alianza que nunca atendía gente en el municipio. Más adelante, se reunieron unas mujeres dirigentes de centros de madres y juntas de vecinos, y por iniciativa propia, fueron a la UDI a hablar con Neftalí Pastén, presidente comunal del partido, para pedir que la señora Olivia sea candidata. “*¿Hasta cuándo van a traer candidatos de afuera?, ¿cuándo nos van a preguntar a nosotras quien nos representa?*”, habrían señalado las mujeres¹³³.

La pobladora que se encuentra en la oficina apoya las palabras de la señora Olivia, señalando que ellas le advirtieron a don Alfredo que no saquen a la señora Olivia, pues si eso ocurre ellas son capaces de ir a reclamar hasta la sede central en la calle Suecia, a hablar personalmente con Pablo Longueira, “*porque uno tiene que defender a su candidato*”. Agrega luego que si la sacan van a perder muchos votos. Habla además de la importancia de las autoridades comunales, señalando que son como “*los padres de una gran familia*” y luego dice que “*son como los dueños de todos*”, y que como son los representantes tienen que ser de confianza de la gente¹³⁴.

De este modo, la señora Olivia sólo esperaba ser confirmada como candidata para comenzar a hacer campaña. Señala que si sale concejal su objetivo no será pelear en el concejo, pues solo le interesa hacer ayuda social. No obstante, esta idea no podría llevarse a cabo, puesto que su candidatura sería reemplazada más tarde por la de María José Hoffmann, una mujer joven, ahijada política de Pablo Longueira, que jamás había trabajado en la comuna. Evidentemente esta “traición” enojó a muchas de las seguidoras de Cortés, quienes quedaron muy dolidas con la UDI y, a pesar de que no movilizaron gente a la sede de Suecia (por expresa petición de la señora Olivia), amenazaron con no dar su voto al partido.

¹³³ *Ibíd.*

¹³⁴ 29 de Julio de 2004.

Julieta Aguilar es otra mediadora importante en Conchalí. La “tía Julieta” –como muchos de los jóvenes del sector la llaman– es una dirigente poblacional histórica de la comuna, que posee menores recursos económicos que la señora Olivia, pero que tiene un enorme stock de capital social. A ella la conocí en uno de los operativos sociales, mientras trabajaba en el bazar a cargo de Olivia Cortés. Más tarde la acompañé durante su trabajo en la promoción de la candidatura de Galdames por las más diversas poblaciones de la comuna.

Julieta Aguilar es una pinochetista acérrima de cuarenta y cuatro años y vive en Conchalí hace veinticuatro. A los quince años comenzó a trabajar en política, al servicio del gobierno militar. En esa época, junto a Herminda Riquelme, se fue a vivir durante ocho meses a la población La Bandera “*como infiltrada*”, para desactivar un grupo de “*gente terrorista*”¹³⁵. Luego, frente al plebiscito de 1988, comienza a trabajar en la campaña del Sí. Ella era la jefa de cuarenta jóvenes que salían a pintar en las noches. En esa época conoció a Alfredo Galdames. Luego de la derrota del Sí se une a Renovación Nacional, partido recientemente formado, junto con Galdames, Carvacho, Cecilia Inarejo, Nancy Hacke y otras personas que fueron líderes en ese tiempo. Se reunían en una sede en la calle Raimundo Charlín, en lo que actualmente es Recoleta (antes Conchalí). En aquella época asistía a reuniones, trabajaba en un centro abierto y hacía visitas sociales.

Más tarde, se integra a un comité para obtener casas en la población Chacabuco, donde conoció a la señora Rosa Hernández (que actualmente debe tener cerca de 80 años) y con ella se metió a un comando de Renovación Nacional donde comienza a hacer lo que ella llama un “*verdadero trabajo poblacional*”, llevando comida para las ollas comunes, vestuario y medicamentos a las poblaciones marginales de la comuna, como El Salto, La Chimba, Santa Mónica, El Canal, etc. Allí ella dice haber conocido “*la pobreza pobreza*”¹³⁶.

Cuando se dividió RN, y Jaime Guzmán forma la UDI, ella y su familia se unen al grupo de Guzmán. Sus razones para irse de RN las explica así: “*porque había muchas cosas que yo no congeniaba con ellos, por ejemplo el hecho de ir a, de querer hacer trabajos sociales por la gente y ellos como que no. Se abocaban más a lo más grande, o sea a obtener puestos*

¹³⁵ Entrevista a Julieta Aguilar, enero de 2005.

¹³⁶ *Ibíd.*

estratégicos dentro de la política y eso a mí no me parecía. Y por eso decidí...a mí me gustaba más lo que proyectaba Jaime Guzmán, porque él proyectaba más hacia la persona desamparada, hacia la persona de escasos recursos, siempre” (Julieta Aguilar, enero de 2005).

Ya en la UDI conoció más a fondo a Alfredo Galdames, que era el dirigente poblacional de más renombre. Comienza entonces a meterse de lleno en el trabajo poblacional y a participar activamente en las campañas políticas. Desde esa época dice haber *“dejado las patas en la calle”*, trabajando gratuitamente por los candidatos de su partido.

Pero la “tía Julieta” además desempeña un trabajo cotidiano en las poblaciones de su sector, ayudando a la gente con mayores necesidades, motivada por su vocación de servicio y por su clara convicción política. En una de las salidas a terreno, durante la campaña, fuimos a la población Eneas Gonel, la población donde vive y desempeña la mayor parte de su trabajo político. Ella conoce a casi todos los vecinos, los saluda, sabe en qué casa son partidarios de el actual alcalde Sottolichio y en cuál no. Además, pregunta por personas con nombre y apellido. En esa ocasión, nos encontramos con un joven a quien le entrega unos medicamentos señalándole que se los lleve a su abuela¹³⁷.

En otra oportunidad nos metemos en la población Santa Mónica, una de las más pobres de la comuna. Vamos al velorio de una ex militante o simpatizante de la UDI. Entramos a una casa muy modesta. En una pieza yace el cuerpo en un ataúd. Se trata de una señora de unos setenta años. Damos el pésame a los familiares presentes y nos sentamos. La “tía Julieta” dice: *“se fue bonita mi viejita”*, ante lo cual todos asienten. Hay unas tres personas aparte de nosotros. Luego de un rato nos preparamos para irnos. Julieta Aguilar se acerca a la tumba y dice: *“Ya mi viejita, luego te vengo a ver”*. En la entrada esperamos un rato. Una de las dueñas de casa habla por celular y dice: *“¿Va a venir el alcalde?...pero es que aquí no hay nadie que lo atienda. Que venga mañana”*. Corta el teléfono y la señora Julieta se le acerca y le dice que más tarde vendrá don Sergio Heredia a dejar la corona de la UDI en representación de don Alfredo Galdames¹³⁸.

¹³⁷ Observación participante trabajo en terreno Población Eneas Gonel, 24 de agosto de 2004.

¹³⁸ Observación participante trabajo en terreno Población Santa Mónica, 08 de septiembre de 2004.

Esta preocupación por la gente de su sector, que va más allá de la mera entrega de recursos, es algo que ella realiza de manera reiterada y cotidiana. Visitando a enfermos, preguntando por las personas y tratando de ayudarles a resolver problemas, Julieta Aguilar dice realizar su labor política “*con la misma constancia y pasión que los evangélicos*”¹³⁹. Así construye las relaciones que le sirven de base para generar las lealtades políticas que busca un mediador. En este sentido, su labor se diferencia de la que realizan los políticos de la cúpula partidaria, a quienes ella califica como “de escritorio”, en tanto sólo se aparecen en las poblaciones durante las campañas políticas.

“(…) yo siempre aquí en mi población, en otras poblaciones, siempre tratando de buscar cosas para la gente, de buscarles recursos y estar siempre en contacto con la gente porque eso es lo que la gente no olvida, ¿viste? No importa que a lo mejor eh, la cúpula no pueda venir: un Jovino Novoa, un Pablo Longueira no puedan venir a tomarse un té en la casa de la persona que viva en la Chimba, no sé pos, por decirte, pero para ellos si es importante que de repente una señora que una vez vino a hacer una reunión a mi casa, me viene a preguntar pucha como está como le ha ido, como está su familia o de repente si se muere un familiar, y allá va uno a hacer acto de presencia. Lamentablemente eso no lo hacen ellos. ¿Por qué?, porque ellos son gente, yo siempre he dicho que ellos son gente de escritorio y detrás de un escritorio difícilmente podemos ver lo que realmente... donde las papas queman. Porque ellos lo ven desde otra perspectiva. En cambio uno que es líder dentro de una población, por un partido político, uno sabe que la persona que tiene los mismos principios políticos que uno pucha está se le murió un familiar o quedó un hijo sin trabajo y está pasando por un... Pero ellos no y es bien difícil para nosotros como líderes también llegar a ellos, pero pa’ ellos si es fácil llegar a nosotros”. (Julieta Aguilar, enero de 2005).

Esta misma percepción de los políticos es la que nos habría manifestado la señora Olivia, quien nos señaló que en los “casa a casa” la gente reaccionaba mal frente a los políticos, molestia que ella entendía porque estos sólo aparecen durante las campañas¹⁴⁰.

¹³⁹ Entrevista a Julieta Aguilar de 2005.

¹⁴⁰ Entrevista a Olivia Cortés, 29 de julio de 2004.

Para realizar esta labor cotidiana Julieta Aguilar trabaja sola, aunque ocasionalmente cuenta con la ayuda de sus familiares cercanos, especialmente su marido y su hija. Estos le ayudan a transportar y repartir cosas. También, muchos de los vecinos que son los propios destinatarios de sus servicios son los que a veces le prestan sillas, mesas para organizar las reuniones, o simplemente para facilitar la distribución de las cosas que ella consigue. Cabe señalar que los recursos y servicios que ella entrega a sus bases no las recibe exclusivamente de la cúpula partidaria o del “jefe” comunal. Más bien, ella utiliza los contactos que tiene en diversas áreas, del mundo político, del mundo militar y del mundo empresarial, para ayudar a la gente que se lo solicita. En sus propias palabras:

“Pero igual a mí me vienen a pedir ayuda y ahí están mis contactos y sale la cosa (...) Por ejemplo hay empresarios que han ido quedando, que yo los he ido conociendo a través del tiempo y ellos, yo creo ah, que ellos deben creer mucho, deben tener mucha convicción de los que yo hago como pa’ seguir, yo lo llamo y ahí está lo que yo les pido y tampoco sin preguntarme donde queda, donde hay que llevarlo no, o sea. Por ejemplo, hay un empresario que a mí me ayuda mucho que es el caballero de los casinos Líder, él me dice ‘yo no necesito boletas no necesito nada porque yo sé que con solo mirarte yo sé que es para lo que tú me pides’. Por ejemplo él me ayuda mucho para las navidades, para el día del niño, con juguetes, con once, con plata, con comida, con todo, y eso aquí se hace, ¿viste?”. (Julieta Aguilar, enero de 2005)

En tal sentido, el trabajo que realiza no responde a un patrón político determinado, sino que, al igual que Olivia Cortés, realiza su labor de intermediación basándose en las demandas particulares de sus bases, a partir de las cuales recurre a su red de contactos a todo nivel para darles solución. Sin embargo, su trabajo siempre es a nombre de la UDI, por tanto los dividendos políticos de ese trabajo cotidiano de distribución de recursos y favores los obtiene el candidato de turno del partido, para quien la “tía Julieta” canaliza las lealtades personales que ha ganado entre las bases. Ella señala que, *ad portas* de una elección, las personas a las que ayuda la andan buscando para preguntarle “*por quien hay que votar*”. Así, para la última campaña, cuando ella hablaba con sus bases sobre Galdames lo presentaba como amigo, buscando trasladar al candidato el vínculo personalizado que los pobladores tienen con ella:

“Cuando yo hablaba del Alfredo yo decía es mi amigo y por ende estando en la alcaldía como mi amigo yo voy a acompañarla a usted y él nos va a atender y todo”.
(Julieta Aguilar, enero de 2005)

Durante esta campaña, Julieta Aguilar siguió con su tarea cotidiana, sin embargo, logró conseguir más recursos para repartir a las familias con mayores problemas, principalmente de alimentación. Con el mismo *“caballero de los casinos Líder”* ha conseguido muchas cajas de mercadería para distribuir en la comuna. Gracias a esto ha logrado ampliar la cobertura de distribución fuera de su población, a través de casos que ella iba conociendo directamente en el recorrido que hacía durante los *“casa a casa”*¹⁴¹.

Al igual que en el caso de la señora Olivia, la *“tía Julieta”* dice realizar esta labor por mera vocación, la que está ampliamente vinculada con su formación católica y con la lealtad que ella tiene hacia el partido que formó Jaime Guzmán, que le permitió desarrollar su disposición de ayudar a los pobres. De este modo, los sacrificios personales que señala haber sufrido por estar tantos años en este trabajo, se recompensan con el agradecimiento y el reconocimiento de la gente y, en una visión a mediano y largo plazo, con el hecho de que ese reconocimiento se traduzca en votos para su partido. Es por eso que ella, no sólo se preocupa de la gente que comparte *“sus principios políticos”*- para quienes, por cierto tienen una atención especial-, sino de todos los que le solicitan ayuda, puesto que todos estos son potenciales votos para su sector.

“Para ayudar a alguien no es necesario preguntarle ni el color político. La persona sola a lo mejor va a votar por tu candidato, a lo mejor por agradecimiento o puede que no vote ahora, pero en unos años más a lo mejor se va a desilusionar de las ideas que ella tenía y va...como ha pasado con mucha gente”. (Julieta Aguilar, enero de 2005).

Así, las mediadoras saben que la fidelización de la clientela no se consigue de manera inmediata por el solo hecho de entregarles una ayuda concreta o recursos que se necesiten. Ellas tienen la certeza de que conquistar la lealtad política de las bases requiere un trabajo permanente de intercambios, donde no importa tanto el qué se da sino el cómo se da (Auyero, 2001), es

¹⁴¹ Conversación con Julieta Aguilar. Jueves 23 de Septiembre.

decir, todos los elementos simbólicos: los gestos, las palabras, etc. que acompañan al intercambio. Cómo señala la propia Julieta Aguilar:

“(...) Pero es el diario convivir con la gente, que si uno sabe que esa persona tiene las mismas ideas de uno siempre estarla visitando, como te decía, pucha que de repente se murió un familiar, que llamar. Yo aquí pasa tiempo y yo hago reuniones con mis vecinos y les explico el cuento, que va a pasar ahora ya en este tiempo me andan preguntando quien viene de candidato y esas cosas. Entonces yo ya estoy en la expectativa de en un tiempcito más de hacer una reunión, independientemente de que venga fulano...”

De este modo, la fidelización de una cierta clientela no se construye solamente con un acto de entrega de recursos o lo que Auyero (2002) llamó –parafraseando a Durkheim- el “favor fundacional”. Como hemos subrayado, el mantenimiento de relaciones de capital social requiere de un intercambio permanente, que recree constantemente el valor simbólico del intercambio de dones. En el caso de las relaciones clientelares, estos intercambios deben estar destinados a mantener la deuda entre los patrones y los clientes, la que debe ser saldada (hasta cierto punto) en el momento de las elecciones.

Para ilustrar el proceso de clientelización vamos a comentar el caso de José Fica, un joven poblador de Conchalí, que con mucho esfuerzo logró una beca parcial en una universidad para estudiar periodismo. Sin embargo, tenía una deuda con la institución que le impedía titularse. Fica fue a hablar con Longueira, entonces Diputado por el distrito, y le explicó su problema. Le preguntó si podía mover sus contactos en la universidad para que lo dejaran titularse a pesar de la deuda que tenía, prometiéndole que él pagaría de a poco. Longueira le preguntó cuánto debía. Fica le dijo que cerca de trescientos mil pesos. Longueira le hizo un cheque por la cifra y se lo entregó. Además le ofreció integrarse inmediatamente a su equipo de trabajo, le consiguió otro trabajo e incluso, le pasaba dinero cada vez que se encontraba en aprietos económicos. Esa disposición, que lo hizo sentir a Longueira tan cercano a la gente, lo motivó a integrarse a su partido. Para él estos sucesos no sólo tiene una importancia material, en términos de solución de sus problemas concretos, sino que destaca muy emocionado los gestos de confianza que la gente de la UDI ha tenido hacia él sin importar si era o no militante¹⁴².

¹⁴² Conversaciones con José Fica, periodista militante de la UDI, 06 de junio y 27 de septiembre de 2004.

En el caso de José Fica se da la relación clientelista tradicional, basada en el vínculo diádico entre el patrón y el cliente. La labor de Julieta Aguilar y Olivia Cortés, en tanto, obedece a un clientelismo basado en el *brokerage*, que algunos autores han descrito como formas más recientes de este fenómeno. Como han señalado Durston (2005) y Barozet (2005), entre otros, en este tipo de clientelismo el mediador puede no tener un patrón exclusivo. De este modo, Cortés y Aguilar, recurren a diferentes “patrones” para conseguir recursos para sus clientes, sin embargo todos estos contribuyen a vincular a los distintos nodos de la red comunal de la UDI.

Si bien estas mediadoras señalan hacer esto por una vocación de ayuda social, es fundamental el capital simbólico que ellas puedan acumular. Este capital no sólo se nutre del prestigio y agradecimiento de las bases, sino que también requiere del reconocimiento y la legitimación de los propios líderes, con quienes también deben mantener su propia relación de intercambio de dones.

VI.2.5. La ruptura de la cadena de dones y el debilitamiento de los vínculos.

Mientras Galdames se esforzaba por convencer a los votantes de Conchalí de sus cualidades como servidor público, la estructura partidaria corría el riesgo de desarmarse, debido a una serie de conflictos entre sus militantes. En estos conflictos se entremezclaban problemas de liderazgo, ambiciones personales de ciertos dirigentes y el choque de distintos valores y visiones sobre la política. No obstante, lo que subyacía a todo esto, lo que realmente hacía peligrar la mantención de la red partidaria, era una ruptura en la cadena de dones y contradones propia de los intercambios clientelares.

Una de las primeras fuentes de conflicto en el aparato comunal, fue la introducción de un grupo de militantes ajenos a la comuna, para trabajar en la campaña. Se trataba de personas provenientes de la comuna de Renca. Este grupo, compuesto mayoritariamente por mujeres, estaba liderado por “la Chela”, pinochetista y antigua dirigente poblacional de la UDI, que tenía fama de conflictiva y “cahuinera” entre los militantes de Conchalí. “La Chela” y “los de Renca” habían sido llevados por Pablo Longueira a trabajar en la comuna, pues – según lo que contaban

– la alcaldesa UDI de Renca “*no las quería ver ni en pintura*”¹⁴³. Ellas se jactaban todo el tiempo de la relación cercana que tenían con el diputado, lo que las volvía prácticamente intocables. Otra gente que participaba en la campaña, militantes antiguos de la UDI en Conchalí, se mostraban inquietos con la presencia de este grupo, reclamando que ellos ni siquiera votaban en la comuna.

El lunes 16 de agosto se efectuó una reunión en la sede comunal de la UDI que duró toda la mañana. En dicha ocasión Julieta Aguilar, reclamó por ciertas irregularidades que estaban ocurriendo en la campaña. La dirigente señaló, como ella misma y otros me contarían más tarde, que había personas que parecían estar más preocupadas de hacerles campaña a ciertos concejales, que al propio Galdames. Según la información que ella manejaba, la “Pepa” Hoffmann le habría ofrecido dinero a gente del grupo de Galdames para que promocionen su candidatura. Esta gente habría recibido el dinero y, paralelamente, habría efectuado ambos trabajos. El problema era que todo eso se hacía de manera solapada. Para Julieta Aguilar esto era una muestra de enorme deslealtad hacia Galdames. Los acusados eran los del grupo de Renca. Según me contaron más tarde, en el altercado “la Chela” y “la Julieta” estuvieron a punto de irse a los golpes. Luego de este incidente, Julieta Aguilar y la gente que estaba con ella fueron notoriamente aisladas por la mayoría de las otras personas que formaban el equipo de campaña.

En los sucesivos días las relaciones se fueron tornando cada vez más tensas. Julieta Aguilar y un grupo de gente, formado mayoritariamente por antiguos dirigentes poblacionales del partido, estaban particularmente molestos por la manera en que se estaba llevando a cabo la campaña. Además de los privilegios con los que contaba el grupo de Renca, todo parecía indicar que se estaba privilegiando la candidatura de la Pepa Hoffmann por sobre la de Rubén Carvacho. Carvacho, un histórico y emblemático líder popular de la UDI, estaba siendo opacado por la ahijada política de Longueira, una “afuerina” del barrio alto, que nada tenía que ver con el carácter popular de la UDI, creían ellos. A pesar de esto, lo que más molestaba a Aguilar era el hecho de que el equipo que trabajaba en la campaña no estaba preocupado de la candidatura de Galdames, sino de los concejales. Repetía constantemente: “*nuestro eje es Alfredo Galdames, ningún otro*”¹⁴⁴.

¹⁴³ Conversación en la casa de Julieta Aguilar con su hija Jessica. Miércoles 08 de Septiembre.

Esta encarnizada lucha por los concejales no tenía, para mí, una clara explicación. Sin embargo, poco a poco fui entendiendo que las raíces del conflicto tenían relación con el hecho de que Galdames se postularía como candidato a diputado. En ese contexto, el concejal con la más alta votación se quedaría con el sillón municipal, en el caso de que la UDI triunfara en Conchalí, como todos esperaban¹⁴⁵. Pero más allá de esto, existía una molestia generalizada en los antiguos dirigentes poblacionales de la UDI en Conchalí – entre los que se encontraban Julieta Aguilar, Cecilia Inarejo, don Osvaldo y el mismo Rubén Carvacho – porque se sentían excluidos de la campaña. En otras ocasiones – como en la campaña de Longueira, el 2001– éstos sujetos habían tenido un rol protagónico y habían logrado excelentes resultados como equipo de trabajo. En la campaña de Galdames, en cambio, el timón estaba a cargo de gente que para ellos era inexperta y con ambiciones desmedidas de poder. Aquel grupo de dirigentes veía poco a poco como todo aquello por lo que habían luchado por tanto tiempo, los ideales y principios que defendían, se desvanecía.

Esta sensación se manifestó en todo momento en la tensión que existía entre la gente que estaba a cargo de las actividades de la Corporación Pilar Urrutia – un par de mujeres que habían trabajado en el gobierno de la ex alcaldesa, pero que no tenían una trayectoria amplia de trabajo social en la comuna – y ciertas dirigentes antiguas como Julieta Aguilar, Cecilia Inarejo y Olivia Cortés. En innumerables ocasiones escuché reclamos hacia el comportamiento de aquellas, a quienes éstas dirigentes catalogaban de “creídas” y ambiciosas”, pues se estarían repartiendo los puestos en el municipio antes de saber si ganarían o no. Además éstas dirigentes apoyaban a Rubén Carvacho, en tanto la gente de la corporación estaba notoriamente inclinada hacia la campaña de la Pepa Hoffmann.

Uno de los puntos más álgidos del conflicto se dio en los primeros días del mes de Octubre, cuando don Osvaldo – un antiguo dirigente poblacional de la UDI, que ya hemos mencionado – fue expulsado del equipo de campaña. Si bien nunca supe los motivos concretos, solo me enteré de que la razón tuvo que ver con que habría tenido un fuerte altercado con el jefe de campaña, Alejandro Fernández. Ante esto Fernández habría emplazado a Galdames a que decida quién de los dos se iría, pues no podían seguir trabajando en el mismo equipo. Galdames

¹⁴⁴ Observación Participante. Martes 24 de agosto de 2004.

¹⁴⁵ Conversación en la casa de Julieta Aguilar, con su hija Jessica. Miércoles 08 de Septiembre.

optó por su jefe de campaña. Este hecho caló muy hondo entre los dirigentes antiguos, pues don Osvaldo fue uno de los primeros que armó el trabajo poblacional de la UDI en Conchalí, junto a Galdames. Nuevamente se privilegiaba a un “afuerino”, teniendo en cuenta la conveniencia y rompiendo con las antiguas lealtades hacia quienes habían trabajado por muchos años por el partido. Cecilia Inarejo, en una conversación me señala que está muy decepcionada y que tan pronto como termine la campaña ella se irá a trabajar a Huechuraba, con la alcaldesa Carolina Plaza, que lleva bastante tiempo ofreciéndole trabajo. Inarejo sostiene que si se ha quedado en Conchalí es por una promesa sagrada que le hizo a la fallecida Pilar Urrutia: apoyar a su candidato estrella Rubén Carvacho¹⁴⁶.

Fue precisamente Rubén Carvacho quien se vio más afectado por este clima de tensiones. Según se comentaba, Pilar Urrutia quería que Carvacho fuera el candidato a alcalde, sin embargo los altos mandos de la UDI lo habrían desplazado, puesto que Galdames estaba “más preparado”¹⁴⁷. Pero Carvacho no sólo tuvo que conformarse con ser candidato a concejal, sino que fue nuevamente relegado a un segundo plano, en tanto la UDI le apostó con todo a la candidatura de la Pepa Hoffmann. Carvacho no sólo no contó con recursos del partido – excepto por un calendario de bolsillo y un díptico – sino que se vio anulado en cada una de las acciones que llevó a cabo. Los muros que había conseguido pintar fueron repintados con propaganda de la Pepa Hoffmann y, más aún, Joaquín Lavín, Pablo Longueira y Alfredo Galdames dieron apoyo explícito a candidatura de aquella¹⁴⁸. En una carta que Carvacho escribió a su partido en el mes de Septiembre, hace ver su descontento por esta situación. Aquí reproducimos un fragmento de ese documento:

“Mi campaña ha sido una campaña difícil, como la de muchos que creo se van a sentir rápidamente identificados también con mis problemas. Ha sido difícil por que la he desarrollado prácticamente a pulso, ya que la gran parte de los recursos del partido se han destinado apoyar al candidato a alcalde Alfredo Galdames, lo que hasta cierto punto me parece bien. (...).

¹⁴⁶ Conversación con Cecilia Inarejo. Jueves 07 de Octubre de 2004.

¹⁴⁷ Conversación con Javier Godoy, en casa de Julieta Aguilar. Martes 08 de Septiembre de 2004.

¹⁴⁸ Entrevista a Rubén Carvacho, 11 de Enero de 2005.

*Lo que no me parece bien o más bien me parece increíble, es que este esfuerzo y mi posición en la comuna no me sea reconocido, ya que mi partido, la UDI, en vez de apoyarme a mí como concejal por el trabajo realizado en la comuna y por sobre todo, por el gran trabajo realizado desde los inicios del partido, **esté apoyando abiertamente a nuevos rostros**, que no tienen la tradición, la carrera y menos la llegada con la gente como la que podemos tener nosotros los que hemos hechos de esta lucha nuestra forma de vida. Específicamente me refiero al apoyo de Pablo Longueira a la Pepa Hoffmann, que lejos de ser equitativo hacia los concejales ha sido evidentemente partidista y vergonzoso (...) yo no soy un aparecido, no llegué ayer, no soy amigo del amigo, no soy el pariente de alguno; soy un poblador que creció con las ideas de Jaime Guzmán, con el cual tuve el orgullo de trabajar metro a metro acercando las poblaciones a sus ideas y con el cual junto con muchos de ustedes, hicimos patria". (Rubén Carvacho, septiembre de 2004).*

Lo que se refleja en la carta de Carvacho, y en el descontento de los dirigentes poblacionales de la UDI, es la percepción de una ruptura en la cadena de intercambios simbólicos que caracterizan a las relaciones clientelares. Los dirigentes antiguos, en tanto mediadores, esperan una retribución simbólica por el trabajo realizado día a día con sus bases. Los caudillos locales del partido, al no estar cumpliendo con su parte en la retribución del intercambio, hacen peligrar la estabilidad de la red, rompiendo la cadena de dones y contradones que circula a través de ella.

Al término de la campaña, esta ausencia de reconocimiento por parte de los líderes creó una sensación de descontento profunda entre los dirigentes antiguos, muchos de los cuales dejaron de hacer trabajo político o bien se fueron de la comuna. Otros no tardaron en recibir la retribución esperada. Tal es el caso de Rubén Carvacho que, tras su decepción en la campaña del 2004, fue uno de los rostros más importantes de la campaña senatorial de Pablo Longueira el 2005. Carvacho era el poblador que aparecía junto a su hijo (ahijado de Longueira) en la franja televisiva junto al actual senador en el terreno donde se encontraba el campamento Silva Henríquez. En esa franja Longueira señaló su relación de parentesco ficticio con Carvacho (su "compadre"). Además destacó el hecho de que su ahijado haya logrado llegar a la universidad a

estudiar derecho, como la encarnación del proyecto de “superación de la pobreza” de la UDI. Al respecto en “Mi Testimonio de Fe” Longueira escribió:

“En esos años el que era presidente del Campamento Raúl Silva Henríquez, Rubén Carvacho, me pidió que apadrinara a su hijo. Con profunda emoción este año me enteré que mi ahijado ganó la dirigencia del Centro de Alumnos de la Escuela de Derecho de la Universidad Andrés Bello, donde estudia desde hace tres años. Su experiencia es un modelo de la sociedad que queremos construir, donde con esfuerzo las personas pueden desarrollar sus sueños” (Longueira, 2003: 30)

El hecho de que Carvacho apareciera en la campaña de Longueira da cuenta de que la relación de deuda, de lealtad de aquel hacia su patrón político es capaz de soportar algunos altibajos. Al respecto cabe destacar que, cuando la relación se da entre agentes desiguales es necesaria la transfiguración de las relaciones de dominación en relaciones afectivas, en la transformación del poder en carisma o en el encanto adecuado para suscitar una fascinación afectiva. Así el reconocimiento de deuda se convierte en agradecimiento, en un sentimiento duradero respecto al autor del acto generoso (Bourdieu, 1997).). Carvacho en una entrevista post elecciones, a pesar de su desilusión nos señala: *“Yo siento un gran respeto y admiración por Pablo, por eso siempre voy a estar donde me manden”* (Rubén Carvacho, 11 de enero de 2005).

VII. CONCLUSIONES

Desde las elecciones presidenciales del año 1999 se han acrecentado los estudios que han analizado el crecimiento electoral experimentado por la UDI, durante la postdictadura. Algunos de ellos han sido brevemente enunciados en las páginas anteriores, como marco de referencia para el análisis. No obstante, pocas investigaciones han indagado sobre las razones, motivaciones y expectativas que subyacen a la adhesión a este partido, mucho menos en los vínculos e interacciones a través de los cuales se produce la relación entre los líderes y sus bases sociales de apoyo. El estudio que hemos expuesto intenta ser un aporte para desentrañar algunos de los complejos mecanismos a través de los cuales se estructura y se reproduce la adhesión partidaria.

Antes de repasar los principales resultados del estudio, se hace necesario señalar algunas de las dificultades que se presentaron durante su desarrollo. La primera de ellas fue teórica, a propósito de la discusión sobre la definición del fenómeno populista y su manifestación actual. La revisión bibliográfica nos llevó a muchas preguntas sin respuesta en el análisis de esta manifestación política. Como se señaló en páginas anteriores, no se esperaba saldar la discusión sino exponer sus principales elementos, para tratar de utilizar un concepto operacional que nos permitiera analizar las prácticas de la UDI en relación con los sectores populares.

Una segunda dificultad surgió en la relación de la teoría con la realidad social. Muy avanzado el estudio se manifestó la complejidad de analizar prácticas populistas y clientelistas de líderes o partidos que no están en el poder. Gran parte de los estudios empíricos sobre populismo y clientelismo - sino todos - se basan en el análisis de líderes que poseen o acceden a cargos formales de poder. Esto hizo muy difícil la caracterización de las redes clientelares en la comuna de Conchalí, puesto que la UDI había perdido el poder comunal tras el fallecimiento de la alcaldesa Urrutia.

Por otra parte, es necesario destacar las ventajas de la perspectiva etnográfica basada en la observación participante. Si bien esta técnica requiere de un mayor tiempo de aplicación, fue

la que hizo posible desentrañar los principales elementos del vínculo clientelar. De no ser por mi participación en la campaña como una militante más, probablemente no habría tenido acceso a la información que obtuve como parte de conversaciones informales. Asimismo, esto me permitió entablar relaciones de confianza, que permitieron que las entrevistas se transformaran en conversaciones muy transparentes y provechosas.

A modo de recapitulación, en los sucesivos apartados se resumen los principales elementos planteados a lo largo del estudio.

La reflexión se inicia con algunos antecedentes para contextualizar la investigación. En primer lugar se discutieron algunos conceptos relativos a los sectores populares, buscando enmarcar el sujeto al que se dirigen las prácticas y el discurso de la UDI. Allí se definió a los sectores populares como el segmento dominado dentro de las relaciones de poder que estructuran a la sociedad. Se señaló que una de sus características es la heterogeneidad, por lo que se hizo necesario distinguirlos en dos grupos. Se trata, por una parte, de la base popular ortodoxa, vinculada al concepto de clase obrera. Este segmento ha tendido a movilizarse en torno a los conflictos propios de la producción capitalista y se ha vinculado a movimientos y partidos de izquierda. Por otra parte, está la base popular heterodoxa, cuya formación es más reciente. Esta base ha sido vinculada a los conceptos de pobreza, marginalidad y exclusión. Cuando se ha constituido como movimiento, lo ha hecho en torno a la satisfacción de necesidades básicas.

Posteriormente se hizo una breve revisión de las tendencias políticas de los sectores populares en Chile, con especial atención en el comportamiento del sector heterodoxo. Siguiendo a Baño (2003), se observó que este grupo ha manifestado una tendencia histórica relativamente estable en su comportamiento político, caracterizada por la apatía y un cierto oportunismo. De esta forma, suelen incorporarse a los procesos electorales de forma ocasional, participando especialmente en las elecciones presidenciales, donde tienden a inclinarse por liderazgos personalistas que hacen un énfasis en la solución de sus problemas. Este elemento se ha agudizado en el periodo post dictatorial, donde los partidos han perdido su capacidad de representación y la apatía política se ha acrecentado.

Tras esta revisión se plantearon algunas preguntas, de las que se derivaron los objetivos generales y específicos del estudio. Los objetivos generales son: 1) Caracterizar las prácticas y el discurso político utilizado por la UDI para captar la adhesión de los sectores populares en Conchalí y; 2) Analizar si estas prácticas se enmarcan dentro del fenómeno populista y cuáles son los rasgos específicos que este asume en un contexto local.

Luego de exponer la metodología empleada, se expuso el marco teórico y conceptual del estudio, orientado, por una parte, a resumir la discusión sobre populismo y neopopulismo y, por otra parte, a obtener una definición que permita analizar el trabajo de la UDI con los sectores populares. Aquí se señalaron algunos problemas para definir al populismo, el que ha sido caracterizado como un concepto “cenicienta”. No obstante aquello, se logran indicar algunas de sus principales características a partir de las cuales se obtiene un concepto sintético de populismo. A esta definición general se sumen los elementos específicos de su manifestación contemporánea o neopopulismo.

De esta forma definimos el populismo como un conjunto de prácticas específicas, orientadas a captar la adhesión de los sectores populares. Entre estas prácticas se encuentran: la creación de un liderazgo político personalista y paternalista, que puede tomar ribetes carismáticos; la formación de una coalición política policlasista, heterogénea, concentrada en los sectores subalternos o populares de la sociedad; una movilización política vertical, que ignora las formas institucionalizadas de mediación o las subordina a vínculos más directos entre el líder y las masas, a través de redes clientelares. A su vez, el discurso populista se caracteriza por: apelar a los sectores subalternos de la sociedad, radicalizando el elemento emocional del discurso político; es antielitista y/o *antiestablishment*; se sustenta en una ideología amorfa o ecléctica y; tiene una relación especial con el tiempo que se basa en la promesa de solución inmediata de las necesidades populares. Finalmente, el populismo construye un proyecto económico que utiliza métodos redistributivos como base material para el apoyo del sector popular.

Dado el nivel actual de fragmentación de los sectores populares la construcción discursiva de lo popular en el neopopulismo apela a estos sectores como individuos o personas, más que como un colectivo. Ya no se apela al Pueblo sino a una masa de consumidores o espectadores de la política. En el neopopulismo el rol de los medios de comunicación,

especialmente de la televisión es fundamental en la mediación entre el líder y las masas. Por último, en el populismo contemporáneo, los métodos redistributivos (emparentados con la economía neoliberal) se sustentan fundamentalmente en estrategias económicas focalizadas que generan relaciones de intercambio de tipo clientelístico, donde se transan de forma permanente bienes, favores y servicios, y cuyo valor no radica solamente en el costo económico sino también en el entramado de significaciones y valoraciones asociadas a ella.

Es necesario recordar que, con esta definición, se busca abarcar al populismo en sus tres modalidades, es decir: 1) como movimiento que intenta alcanzar el poder; 2) como régimen de gobierno y; 3) como estilos de hacer política que trascienden las prácticas de determinados líderes populistas.

Sobre la base de esta definición, en el capítulo siguiente se caracterizó el origen y funcionamiento de la UDI, desde sus comienzos hasta nuestros días. Describiendo el trabajo poblacional en los años '80, y el avance electoral de los últimos años, pusimos el énfasis en analizar el discurso y las prácticas políticas orientadas a captar la adhesión de los sectores populares. En esta revisión descubrimos que muchos de estos rasgos corresponden a elementos populistas, tanto en su expresión clásica como contemporánea. Por ejemplo, se aprecia un elemento del populismo clásico en el discurso fundacional del partido, que busca la unificación de un país dividido por la lucha de clases. Otros elementos paternalistas, caritativos e incluso mesiánicos con respecto a la pobreza, también tienen cierta semejanza a elementos propios de la versión tradicional del fenómeno. El énfasis en el apoliticismo y en la solución de los problemas concretos, el uso de los medios de comunicación y el tipo de sectores populares a los que se interpela, corresponden, en cambio, a componentes propios del neopopulismo.

La última parte del estudio se orientó a la descripción de la forma concreta que asumen estos rasgos en el contexto local. Para ello analizamos el funcionamiento de la estructura partidaria, durante la campaña municipal del año 2004, en la comuna de Conchalí. Identificamos algunos intentos por construir un liderazgo populista en esta comuna, los que se basaron en el paternalismo y en un discurso despolitizado, con énfasis en el trabajo social y en la solución de los problemas concretos. Este discurso se enlaza con la visión caritativa y mesiánica sobre los pobres, un rasgo que ya habíamos identificado en el discurso partidario. No obstante, estos

intentos no surtieron efecto dadas las características personales del candidato a alcalde y las visiones de la política que estaban en juego en su candidatura. Al respecto, analizamos el contraste entre las cualidades de Galdames y de la fallecida –y mitificada– alcaldesa Urrutia, a quienes se veía como las expresiones de dos maneras opuestas de ver y hacer política. A Galdames se le señalaba como un escalador de posiciones, que negaba su origen social y que, por tanto, buscaba vivir “de” la política. En oposición, a Urrutia se le atribuía mayor legitimidad, porque su excelente situación económica parecía indicar su auténtica vocación por la política (vivir “para” la política), en especial por el alivio de los más pobres. Finalmente, vimos el funcionamiento de las estructuras partidarias, tanto formales como informales, y la manera en que se producen los intercambios materiales y simbólicos propios de la relación clientelar. Aquí se destacó que la mera entrega de recursos no basta para fidelizar a la clientela, en tanto se requiere una serie de intercambios, de forma permanente, donde tal vez son más importantes los elementos simbólicos que los de carácter material. En efecto, la ruptura en la cadena de dones y contradones, el no reconocimiento o la ausencia de “gestos”, pudo desestabilizar la estructura de una red y poner en peligro la continuidad de los vínculos de protección/lealtad que caracterizan al clientelismo.

A partir de esta revisión, vamos a exponer los principales resultados del estudio.

Un primer elemento a destacar es que los intentos por acercarse al mundo popular se enmarcan dentro de una estrategia diseñada por Jaime Guzmán, desde los orígenes del partido. La UDI se plantea como meta ser un partido que corte transversalmente a la sociedad, con un discurso que trata de combatir la idea de la lucha de clases y de unir en un mismo proyecto a ricos, pobres y sectores medios. Esta idea remite a la definición del populismo clásico planteada por Touraine (1989): como un movimiento que elimina las diferencias sociales bajo la idea de una sola nación, un solo pueblo, un solo Estado. No obstante, la UDI no busca una mayor participación e inclusión de los sectores populares. Sus principios ideológicos, donde se entremezcla la ideología neoliberal y una visión católica del mundo, los llevan a sostener una mirada de los sectores populares basada en la focalización y el asistencialismo caritativista. Desde esta perspectiva, muchos de los liderazgos de la UDI se sustentan en rasgos paternalistas, que adquieren ciertos ribetes mesiánicos, en especial cuando señalan que la política debe concebirse como un apostolado.

Este partido también adopta otras estrategias discursivas y prácticas políticas propias del neopopulismo. Una de ellas es el lenguaje simple y directo, que busca contraponerse a la retórica de la política clásica. Lo segundo, muy vinculado a lo anterior, es el énfasis en el “hacer cosas”, más que en el “decir”, donde la política se concibe como “servicio público” despolitizado. Esta idea los lleva a instalar el concepto de la política como “solución de los problemas inmediatos de la gente”, planteando que las necesidades deben ser resueltas de forma rápida. Este elemento nos remite a la característica señalada tempranamente por Di Tella y más adelante por Guy Hermet como propia de los populismos: la promesa de cambios inmediatos y sin revolución. En tal sentido, señala Hermet, el populismo entra en conflicto con la temporalidad propia de la política, basada en procesos de largo aliento. Pero el énfasis en “las soluciones concretas a los problemas de la gente” también revela la construcción maniquea del discurso populista, donde la burocracia estatal del gobierno se contrapone a “la necesidades de la gente”. Con este discurso se elabora el sustento para liderazgos personalistas, que buscan una adhesión a la figura y cualidades del candidato, por encima de sus opiniones o percepciones políticas.

Estos elementos a su vez parecen entroncarse con algunos rasgos de la cultura política de los sectores populares, especialmente de los sectores heterodoxos, que tienen una visión más instrumental y oportunista de la política.

Otro elemento a destacar es la búsqueda de vínculos de confianza, cercanos y personalizados, para la formación de redes estables en el tiempo. Este elemento está presente desde los inicios, cuando Jaime Guzmán llamaba a “conquistar corazones”, captando cuadros políticos que se convertirían en elementos fundamentales para el trabajo poblacional. En algunos casos estos lazos se convirtieron incluso en parentesco ficticio, como sucedió entre Pablo Longueira y Rubén Carvacho, el dirigente emblemático del campamento Silva Henríquez. Los vínculos que se fueron generando en esa época son los que dan sustento al funcionamiento de las redes clientelares en la actualidad.

Sin embargo, cabe señalar que tal vez cometimos el error de analizar el discurso de la UDI como si se tratara de un discurso uniforme. Con la distancia que otorga el tiempo, he reflexionado sobre las diversas visiones que existen dentro del partido y que muchas veces expresan ideas o énfasis diferentes en la manera en que se concibe y se interpela a los sectores

populares. Esto se ha puesto de manifiesto con mayor énfasis en el último tiempo, a raíz de los conflictos internos que ha experimentado el partido.

Es posible sostener que, a grandes rasgos, el esquema señalado anteriormente es el que la UDI busca replicar a nivel local, salvaguardando las especificidades de cada contexto. Cuando analizamos los intentos por construir un liderazgo en Conchalí, vimos que el discurso se cimentaba en la figura de Pilar Urrutia, en el trabajo social despolitizado y en la solución de problemas inmediatos. Las discusiones sobre visiones de un proyecto de comuna, o sobre los propios planteamientos políticos del partido estuvieron siempre ausentes. Así, la campaña política de Alfredo Galdames se sustentó en la entrega de recursos y servicios a través de la Corporación Pilar Urrutia y, más tarde, en la sede del propio partido. Esta entrega de recursos presenta una paradoja. Por una parte, busca encubrir la intencionalidad política de las campañas, es decir, la búsqueda del voto, planteándose como una ayuda desinteresada, motivada por la vocación de servicio hacia los pobres. No obstante, cuando esta entrega de recursos se enlaza a la idea de la “solución de problemas concretos”, el resultado es un discurso completamente desgarrado de su referente valórico, donde la labor política se reduce al cálculo instrumental de dos partes, que se enlazan para intercambiar recursos/favores por votos.

Si bien la entrega de recursos se concibe como algo normal durante las campañas políticas, no trajo los resultados esperados, en términos de votación, para la UDI. Esto se debe a que el clientelismo funciona a través de entramados complejos de relaciones, donde no sólo circulan elementos materiales, sino también – y tal vez de forma más importante- bienes simbólicos. Es necesario remarcarlo nuevamente: la redistribución por sí misma no genera vínculos de lealtad y protección. Requiere de una serie de gestos, palabras y otros mecanismos que otorguen sentido al intercambio. Este tipo de vínculo es el que se aprecia, más bien, entre mediadores políticos y sus bases sociales. En Conchalí, analizamos el desempeño de dos mediadoras, cuya labor cotidiana consistía en proveer de recursos y servicios a la clientela. A partir de esto suscitaban mucha adhesión de las bases. En estas redes la lógica del intercambio simbólico se interrumpía en los canales superiores, cuando los más altos dirigentes del partido no les otorgan el reconocimiento, la protección y la legitimidad necesarios para desempeñar su labor.

A raíz de este debilitamiento de los vínculos, y la superposición de varias estructuras en competencia en la comuna, se generaron serios conflictos entre los participantes de la campaña. A través de estos conflictos se pudo apreciar, también, una divergencia en las visiones sobre cómo se debe hacer política. De esta manera, la campaña estuvo atravesada por la idea de que había quienes estaban en política por vocación y quienes estaban en política por ambición. Los dirigentes antiguos adherían a la primera noción, por lo que buscaban defender los valores del partido. Por tanto, se sintieron amenazados por los que tendrían una visión más instrumental de la política. Se creyeron, además, abandonados por sus referentes locales y nacionales. Así, poco a poco, entre los militantes locales se instalaba la idea de que el liderazgo de Galdames no era legítimo. Esta idea se intensificó al contrastar sus cualidades con la imagen mitificada de la fallecida alcaldesa Urrutia.

Todas estas divisiones se tradujeron en un descontento y un desencanto permanente entre los militantes y en la posterior derrota en las elecciones. De esta manera, se pudo apreciar la fuerza de los vínculos clientelares y de la lógica de dones y contradones subyacente, en tanto la no retribución en las relaciones fue el mayor factor de disenso entre los mediadores y los altos dirigentes del partido.

Otro aspecto a destacar es que, si bien las mediadoras que conocimos trabajaban en nombre de la UDI, operaban diariamente de forma independiente, motivadas por su vocación de ayuda social y, probablemente de prestigio y reconocimiento. Este elemento parece afirmar la idea de que las relaciones clientelistas actuales parecen diferenciarse de la díada patrón-cliente, en tanto los *brokers* no obedecen a un único patrón. De esta manera, lo que primaría para ellas es solucionar las necesidades de la clientela, buscando los recursos donde estos se encuentren.

Al conocer el trabajo de las mediadoras políticas de la UDI nos preguntamos si es casual que estas sean principalmente mujeres. El rol de las mediadoras, que emula al de la madre, estaría reproduciendo, en la vida política, los roles de género en el hogar. Como ha señalado Javier Auyero:

“La división del trabajo político se estructura de acuerdo con el género: gobernar y decidir se masculiniza, otorgar informalmente favores y resolver prontamente los problemas se feminiza” (Auyero, 2001: 139).

Al respecto cabe señalar que, el tema de los roles de género en política también es un campo a indagar por la investigación etnográfica en nuestro país.

De parte de los clientes, pudimos observar que existe un grupo que los/as mediadores/as han logrado fidelizar, a partir de su trabajo cotidiano por muchos años en la comuna. Estos son el núcleo duro de votación de la UDI. Pero también existe un grupo más amplio de “clientes ocasionales”, que buscan recursos y condicionan su adhesión a la solución de sus problemas. La fidelización de estos es más compleja, por cuanto la UDI no se encuentra en el poder comunal y difícilmente podrían igualar la cuantía de recursos del gobierno local.

En síntesis, concluimos que, si bien es posible detectar rasgos neopopulistas en la inserción local de la UDI en Conchalí, no existe un liderazgo populista a partir del cual se pueda articular una relación de este tipo con las bases sociales. Pablo Longueira pudo convertirse en esta figura, no obstante, sus aspiraciones presidenciales lo hicieron emigrar del sector poniente, dejando a la estructura comunal del partido sin recursos. Esto, sumado a la derrota de su principal caudillo local (Alfredo Galdames), deja a las redes clientelares como vínculos aislados de *brokerage*, donde las dirigentes poblacionales adquieren un lugar protagónico.

Con la formación de la Corporación Pilar Urrutia y el triunfo de María José Hoffmann entre los concejales, se abra la posibilidad para la existencia de una estructura clientelar de carácter más permanente.

Todo lo anterior nos lleva a corroborar la idea de que la UDI es un partido de cuadros, con una estructura rígida y jerarquizada. Si bien la estructura está atravesada por redes clientelares informales, las decisiones que se toman no contemplan una retroalimentación de lo que los altos dirigentes reciben de sus bases. La manera en que se decidieron quienes serían los candidatos a concejales en Conchalí, y el apoyo diferenciado que se brindó a estos, fue una clara muestra de ello. En tal sentido, se puede señalar como hipótesis que son más bien las relaciones

horizontales las que otorgan el fundamento a la estructura partidaria. Esto quiere decir que los caudillos del partido prefieren la mantención de las lealtades en los vínculos de compadrazgo que el cultivo de las relaciones clientelares. De alguna forma, esto reforzaría la tesis planteada por Larissa Adler Lomnitz sobre la cultura política chilena, que tendería hacia la horizontalidad más que a la verticalidad.

Finalmente, cabe señalar que la reflexión realizada en esta investigación aporta elementos para complejizar el análisis sobre el comportamiento político de los sectores populares. Concordamos con la existencia de un cierto oportunismo político en algunos de estos sectores, no obstante, la presencia de elementos “no económicos” en la adhesión a ciertos liderazgos y partidos destruye la idea, tan popularizada en nuestro país, de que el voto de los pobres se compra. Suponer esto implicaría reducir la adhesión política a una simple transacción de recursos o favores por votos. Como ya hemos recalado en este trabajo, el reparto de mercaderías, el pago de las cuentas y otros favores, no son suficientes para fidelizar a una clientela política. Se requiere, por tanto, de una serie de intercambios de carácter simbólico, tendientes a producir una relación de protección/obediencia, para lograr la auténtica adhesión de estos sectores a determinados liderazgos, movimientos o partidos políticos.

BIBLIOGRAFÍA

LOMNITZ ADLER, Larissa. Redes sociales, cultura y poder: Ensayos de Antropología Latinoamericana. FLACSO-México. 1994.

LOMNITZ ADLER, Larissa. La cultura política chilena y los partidos de centro. Una explicación antropológica. Fondo de Cultura Económica. Santiago, Chile. 1998.

ALVEAR, Fernando. Presentación del tema “Partidos y Actores políticos”. En: BAÑO, RODRIGO (Ed.). Unidad Popular Treinta Años después. Santiago, Chile. LOM ediciones. 2003, p. 91-103.

ATKINSON, Paul y HAMMERSLEY, Martyn. Ethnography and Participant Observation. En: DENZIN, Norman y LINCOLN, Yvonna (Eds.). Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks: Sage. 1994. pp. 249-261.

ARENDT, Hannah. Los orígenes del totalitarismo. 3. Totalitarismo. Alianza Editorial. Madrid. 1982.

ARRIAGADA, Evelyn. UDI: ¿Partido Popular o Partido Populista? [en línea] Colección Ideas, Fundación Chile 21 Vol. 51, Marzo 2005 <<http://www.chile21.cl/medios/Ideas/Col51.pdf>> [noviembre de 2005].

ARRIAGADA, Genaro. La Crisis de la UP y la República de 1925. En: BAÑO, RODRIGO (Ed.). Unidad Popular Treinta Años después. Santiago, Chile. LOM ediciones. 2003, p. 129-142.

AUYERO, Javier. Todo por amor, o lo que quedó de la herejía. “Clientelismo populista” en la Argentina de los noventa”. En: BURBANO DE LARA, Felipe (Ed.). El fantasma del populismo. Aproximación a un tema (siempre) actual. Editorial Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela. 1998. pp. 81 – 118.

AUYERO, Javier. La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo. Ediciones Manantial SRL. Buenos Aires, Argentina. 2001.

AUYERO, Javier. Clientelismo Político en Argentina: Doble vida y negación colectiva. Perfiles Latinoamericanos. FLACSO. México. número 020. 2002.

BAÑO, Rodrigo. Lo Social y lo Político, un dilema clave del movimiento popular. FLACSO. Chile. 1985 a.

BAÑO, Rodrigo. Los sectores populares frente a la política (algunos resultados de una encuesta). FLACSO. Santiago, Chile. 1985 b.

BAÑO, Rodrigo. Más allá de culpas y buenas intenciones: Consideraciones acerca de la Unidad Popular”. En su: Unidad Popular Treinta años después. Santiago de Chile. LOM ediciones. 2003, p. 292-318.

BAÑO, Rodrigo. Los sectores populares y la política: una reflexión socio-histórica. Revista Política. Los sectores populares y lo político: acción colectiva, políticas públicas y comportamiento electoral. INAP. Departamento de Ciencia Política. Universidad de Chile. Santiago, Chile. 2004. p.

BAÑO, Rodrigo. Es lo que hay. Análisis del año 2004. Departamento de Sociología. Universidad de Chile. Santiago, Chile. 2005. pp. 9 -34.

BAROZET, Emmanuelle. Movilización de recursos y redes sociales en los neopopulismos: hipótesis de trabajo para el caso chileno. Revista de Ciencia Política. Pontificia Universidad Católica de Chile. Vol. XXIII (1): 39-54, 2003.

BAROZET, Emmanuelle. Elementos Explicativos de la Votación de los Sectores Populares en Iquique: Lógica y Eficiencia de las Redes Clientelares. Revista Política. Los sectores populares y lo político: acción colectiva, políticas públicas y comportamiento electoral. INAP. Departamento de Ciencia Política. Universidad de Chile. Santiago, Chile. 2004. p. 205 – 250.

BAROZET, Emmanuelle. Los nuevos patrones del clientelismo en las urbes chilenas. Reflexión acerca del uso político de las organizaciones comunitarias en Santiago Centro e Iquique. En Porras, José y Espinoza, Vicente (Eds.). Redes. Enfoques analíticos y aplicaciones del Análisis de Redes Sociales (ARS). Ed. Universidad Bolivariana. Santiago, Chile. 2005. pp. 361- 400.

BAROZET, Emmanuelle. Relecturas de la noción de clientelismo: una forma diversificada de intermediación política y social. Debate, n° 69. Ecuador. 2006. p.77-101.

BOURDIEU, Pierre. Sociología y Cultura. Grijalbo. México. 1990.

BOURDIEU, Pierre. Razones Prácticas. Sobre la Teoría de la Acción. Anagrama. Barcelona. 1997.

BOURDIEU, Pierre. Poder, Derecho y Clases Sociales. Ed. Desclée de Brouwer. S.A. Bilbao, España. 2000.

BURBANO DE LARA, Felipe. (Ed.). El fantasma del populismo. Aproximación a un tema (siempre) actual. Editorial Nueva Sociedad. Caracas. Venezuela. 1998.

COLLIER, Simon y SATER, William. Historia de Chile. 1808 – 1994. Cambridge University Press. España. 1998.

CONIFF, Michael. Neo-Populismo en América Latina. La década de los 90 y después. Revista de Ciencia Política. Pontificia Universidad Católica de Chile Volumen XXIII. N°1. p.31-38. 2003.

CRISTI, Renato. El pensamiento político de Jaime Guzmán. LOM. Santiago, Chile. 2000.

CRISTI, Renato y RUIZ, Carlos. El pensamiento conservador en Chile. Editorial Universitaria. Santiago, Chile. 1992.

DÁVILA, Mireya y FUENTES, Claudio. Promesas de cambio. Izquierda y derecha en el Chile contemporáneo. Ed. Universitaria / FLACSO – Chile. Santiago, Chile. 2002.

DE LA TORRE, Carlos. Populismo, cultura política y vida cotidiana en Ecuador. En: BURBANO DE LARA, Felipe (Ed.). El fantasma del populismo. Aproximación a un tema (siempre) actual. Editorial Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela. 1998. pp. 131 – 148.

DE LA TORRE, Carlos. “Masas, Pueblo y Democracia: Un balance crítico de los debates sobre el nuevo populismo”. Revista de Ciencia Política. Volumen XXIII, N° 1. 2003. p. 55-66.

DI TELLA, Torcuato. Populismo y Reformismo. En: IANNI, Octavio (Comp.). Populismo y contradicciones de clase en Latinoamérica. Serie Popular ERA. México. 1973

DI TELLA, Torcuato. Historia de los partidos políticos en América Latina, siglo XX. Primera reimpression en Chile. Fondo de Cultura Económica. Santiago, Chile. 1997

DITTBORN, Julio. Unión Demócrata Independiente. En: CUEVAS, Gustavo (Ed.). Renovación Ideológica en Chile. Los partidos y su nueva visión estratégica. Instituto de Ciencia Política, Universidad de Chile. 1993. pp. 77 – 96.

DRAKE, Paul. Conclusion: Requiem for Populism? En: CONIFF, Michael (Ed.) Latin American Populism in Comparative Perspective. Albuquerque. New México, University Press. 1982.

DURRUTY, Ana. La Derecha Desatada. Ed. Planeta, Santiago, Chile. 1999.

DURSTON, John. El clientelismo político en el campo chileno. Mimeo. 2005.

DURSTON, John. et. al. Comunidades Campesinas. Agencias públicas y clientelismos políticos en Chile. LOM. Santiago, Chile. 2005.

DUVERGER, Maurice. Los Partidos Políticos. Fondo de Cultura Económica. México. 1996.

EL MERCURIO. Jaime Guzmán “Apóstol de la Política”. Entrevista de Raquel Correa a Jaime Guzmán. s/f, 1989.

EDWARDS, Alberto. La Fronda Aristocrática en Chile. 8ª edición. Editorial Universitaria. Santiago, Chile. 1982. 291 p.

ESPINOZA, Vicente. Continuidad histórica de la acción colectiva de los pobladores chilenos. Redes sociales e interacción estratégica. En: SALMAN, Ton y KINGMAN, Eduardo. Antigua Modernidad y Memoria del Presente. Culturas Urbanas e Identidad. FLACSO-Ecuador. 1999.

FALETTO, Enzo, et. al. Génesis Histórica del Proceso Político Chileno. Ed. Quimantú. Santiago, Chile. 1971

FARINETTI, Marina. Clientelismo y protesta: cuando los clientes se rebelan. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. s/f.

FOSTER, George. The dyadic contract: a model for the social structure of a Mexican Peasant village". *American Anthropologist*, vol.63, N° 6. 1961

GALDAMES, Alfredo. La UDI en las poblaciones: discurso conmemorativo [en línea] *Revista Realidad* <<http://www.revistarealidad.cl/2002/n65/documentos1.html>> [noviembre de 2005].

GAMONAL, Germán. Jorge Alessandri: el hombre, el político. Holanda Comunicaciones. Santiago, Chile. 1986.

GARCÉS, Mario. Los Movimientos Sociales Populares en el Siglo XX: Balance y Perspectivas". Revista Política: Los sectores populares y lo político: acción colectiva, políticas públicas y comportamiento electoral. INAP. Departamento de Ciencia Política, Universidad de Chile. Santiago, Chile. 2004. p. 13-33.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Ed. Grijalbo, México. 1995 a.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Ed. Sudamericana, Argentina. 1995 b.

GARCÍA DE LA HUERTA, Marcos. Pensar la política. Random House. Mondadori Sudamericana, Santiago-Buenos Aires. 2004.

GARRETON, Manuel Antonio. Del post-pinochetismo a la sociedad democrática. Globalización y política en el Bicentenario. Random. Santiago, Chile. 2007.

GONZÁLEZ, José. El clientelismo político. Perspectiva socioantropológica. Editorial Anthropos, Barcelona, España. 1997.

GRANOVETTER, Mark. The strenght of weak ties. American Journal of Sociology 78 (6). 1973.

HANNEMANN, Robert. Introducción a los métodos del Análisis de Redes Sociales. Documento está traducido para la lista REDES con permiso del autor a partir de la versión electrónica disponible en <<http://wizard.ucr.edu/~rhannema/networks/text/textindex.html>> [Fecha de consulta: Octubre de 2000].

HERMET, Guy. El populismo como concepto. Revista de Ciencia Política. Pontificia Universidad Católica de Chile, Vol. XXIII, N° 1. Santiago, Chile. p. 5-18.

HERNÁNDEZ, María Eugenia. Autoritarismo Político en los sectores populares. Programa Formación de Investigadores Jóvenes 1988 –1989. FLACSO. Santiago, Chile. 1989.

HUNEEUS, Carlos. La derecha en el Chile después de Pinochet: El caso de la Unión Demócrata Independiente. Working Paper # 285. 2001.

HUNEEUS, Carlos. El régimen de Pinochet. Editorial Sudamericana. Santiago, Chile. 2002.

JOBET, Juan Carlos. El partido socialista de Chile (2 tomos) Ediciones Prensa latinoamericana S.A., Santiago, Chile. 1971.

JOIGNANT, Alfredo y NAVIA, Patricio. De la Política de Individuos a los hombres del partido. Socialización, competencia y penetración electoral de la UDI (1989 – 2001). Revista Estudios Públicos, N° 89. 2003.

LACLAU, Ernesto. Política e Ideología en la Teoría Marxista. Capitalismo, Fascismo, Populismo (Tercera edición en castellano). Siglo XXI, Madrid. 1986. 233 p.

LACLAU, Ernesto y MOUFFE, Chantal. Hegemonía y Estrategia Socialista. Hacia una radicalización de la democracia. Siglo XXI Editores. Madrid, España. 1987. 221 p.

LAZARTE, Jorge. Partidos políticos e informalización de la política. En: MACKINNON, María y PETRONE, Mario (Eds.). Populismo y Neopopulismo en América Latina. El problema de la Cenicienta. EUDEBA, Buenos Aires, Argentina. 1999.

LONGUEIRA, Pablo. No pasará nada. Intervención en el seminario ICARE (26 de marzo de 2002) [en línea] <<http://www.udi.cl>> [Fecha de consulta: marzo de 2004].

LONGUEIRA, Pablo. Mi Testimonio de fe. El servicio público. El sentido del dolor. Grijalbo, Santiago de Chile. 2003.

LONGUEIRA, Pablo. Discurso del Presidente de la UDI, Pablo Longueira, al dejar la directiva del partido el sábado 15 de mayo de 2004 <<http://www.udi.cl>> [Fecha de consulta: marzo de 2005].

MACKINNON, María y PETRONE, Mario (Eds.). Populismo y Neopopulismo en América Latina. El problema de la Cenicienta. EUDEBA, Buenos Aires, Argentina. 1999. 433 p.

MARTÍNEZ, Javier y PALACIOS, Margarita. Informe sobre la decencia. La diferenciación estamental. Colección Estudios Sociales. Ediciones SUR. Santiago, Chile. 1996.

MAUSS, Marcel. Ensayo sobre los dones, motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas. En: Sociología y Antropología. Tecnos. Madrid. 1979.

MAYORGA, Fernando. Compadres y padrinos: el rol del neopopulismo en la consolidación democrática y la reforma estatal en Bolivia. En: BURBANO DE LARA, Felipe (Ed.). El fantasma del populismo. Aproximación a un tema (siempre) actual. Editorial Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela. 1998. pp.119 -130.

MELERO, Patricio. La UDI en las poblaciones: discurso conmemorativo [en línea] Revista Realidad <<http://www.revistarealidad.cl/2002/n65/politica1.htm>> [Fecha de consulta: noviembre de 2005].

MÖNKEBERG, María Olivia. El imperio del Opus Dei en Chile. Ediciones B. Santiago, Chile 2003.

MORALES, Eduardo y BUGUEÑO, Rodrigo. La UDI como expresión de la Nueva Derecha en Chile. Estudios Sociales, 107. 2001.

MURMIS, Miguel y PORTANTIERO, Juan Carlos. Estudios sobre los orígenes del peronismo. Siglo XXI. Buenos Aires, Argentina. 1971.

NAVIA, Patricio. El efecto Lavín en las elecciones municipales en Chile. Meeting of the Latin American Studies Association, Septiembre 6 – 8. Washington DC. 2001.

PIÑA, Carlos. Lo popular. Notas sobre la identidad cultural de las clases subalternas. En: CHATEAU, Jorge, et. al. Espacio y Poder. Los Pobladores. FLACSO. Santiago, Chile. 1985.

POLLACK, Marcelo. The New Right in Chile 1973-97. Institute for European-Latin American Relations. Madrid. España. 1999.

QUÉ PASA. Mitos y verdades sobre el hombre más poderoso de la derecha. 23/12/2001. [en línea] <<http://www.quepasa.cl/revista/2001/12/23/t-23.12.QP.NAC.PODER.html>> [Fecha de consulta: marzo, 2005].

QUIJANO, Aníbal. Populismo y fujimorismo. En: BURBANO DE LARA, Felipe (Ed.). El fantasma del populismo. Aproximación a un tema (siempre) actual. Editorial Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela. 1998. pp. 171 – 206.

REDFIELD, Robert. Peasant Society and Culture. The University of Chicago. Press. Chicago. 1956.

ROBERTS, Kenneth. El neoliberalismo y la transformación del populismo en América latina. El caso peruano. 1995. En: MACKINNON, María y PETRONE, Mario (Eds.). Populismo y Neopopulismo en América Latina. El problema de la Cencienta. EUDEBA, Buenos Aires, Argentina. 1999. pp. 375 – 408.

RODRIGUEZ, Erika “Pinochetismo Popular. Aproximación al fenómeno pinochetista en poblaciones del Gran Santiago”. Tesis (Socióloga). Santiago, Chile. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales. 2002. 181 p.

SALAZAR, Gabriel. Sobre la Situación Estratégica del Sujeto Popular. En: BAÑO, RODRIGO (Ed.). Unidad Popular Treinta Años después. Santiago, Chile. LOM ediciones. 2003. pp. 209-226.

SALAZAR, Gabriel y PINTO, Julio. Historia Contemporánea de Chile I. Estado, legitimidad, ciudadanía. LOM. Santiago, Chile 1999 a. 315.

SALAZAR, Gabriel y PINTO, Julio. Historia Contemporánea de Chile II. Actores, identidad y movimiento. LOM. Santiago, Chile. 1999 b. 173 p.

SAN FRANCISCO, Alejandro. Political parties and democratic transition in Chile 1989 – 2001. The case of the Unión Demócrata Independiente (UDI). 2003.

- SÁNCHEZ - PARGA, José. Encubrimientos sociopolíticos del Populismo. En: BURBANO DE LARA, Felipe (Ed.). El fantasma del populismo. Aproximación a un tema (siempre) actual. Editorial Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela. 1998. pp.149-170.
- SCHMITT, Carl. El Leviatán en la doctrina del Estado de Thomas Hobbes. Universidad Autónoma de México. México, D.F. 1997. 157 p.
- SOTO, Ángel. La irrupción de la UDI en las poblaciones. 1983 – 1987. Trabajo preparado para ser presentado en la reunión anual de la LASA (Latin American Studies Association), Washington DC. 2001.
- TOURAINÉ, Alain. América Latina, Política y Sociedad. Espasa Calpe, Madrid. 1989.
- UNIÓN DEMÓCRATA INDEPENDIENTE. UDI, Más que un partido...Un camino para servir a Chile. Santiago, Chile. Editorial Trineo. 1999. 41 p.
- VALENZUELA, Arturo. Political Brokers in Chile, Local Government in a Centralized Polity. Durham, N. C.: Duke University Press. 1977.
- VALENZUELA, Arturo. El quiebre de la Democracia en Chile. (Segunda edición chilena). FLACSO, Santiago de Chile. 1989.
- VIEYTES, R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas. Editorial de las Ciencias. Buenos Aires, Argentina. 2004.
- WALKER, Ignacio. Del populismo al leninismo y la “inevitabilidad del conflicto”: el Partido Socialista de Chile (1933 – 1973). CIEPLAN. 1986
- WEFFORT, Francisco. El populismo en la política brasileña. En Les Temps Modernes, París, fascículo 257. Traducido por Andrea Poggi y Mario Alberto Petrone; supervisado por Maristella Svampa. 1967.
- WEBER, Max. Economía y Sociedad. Primera reimpresión de la segunda edición en español de la cuarta edición en alemán. Fondo de Cultura Económica. Colombia. 1997.
- WOLF, Eric. Peasants, Prentice – Hall, Inc. Englewood Cliffs, NJ. 1966.
- ZERMEÑO, Sergio. El regreso del líder. En: MACKINNON, María y PETRONE, Mario (Eds.). Populismo y Neopopulismo en América Latina. El problema de la Cenicenta. EUDEBA, Buenos Aires, Argentina. 1999.

CARTA ABIERTA A LA UDI

Conchalí, Septiembre de 2004

Estimados Amigos.

Desde hace días que me encuentro con ganas de escribir, soy candidato a concejal de la comuna de Conchalí como algunos deben saber, he participado en la UDI desde sus comienzos y creo que tengo el derecho ganado por mis actos para poder expresar lo que ahora pretendo expresar mediante esta carta.

Mi campaña ha sido una campaña difícil, como la de muchos que creo se van ha sentir rápidamente identificados también con mis problemas. Ha sido difícil por que la he desarrollado prácticamente a pulso, ya que la gran parte de los recursos del partido se han destinado a apoyar al candidato a alcalde Alfredo Galdames, lo que hasta cierto punto me parece bien.

Creo que mi candidatura a concejal la tengo ganada, y espero que sea en primera mayoría, gracias al gran trabajo que llevo realizando en esta comuna desde hace muchos años.

Lo que no me parece o más bien me parece increíble, es que este esfuerzo y mi posición en la comuna no me sea reconocido, ya que mi partido, la UDI, en vez de apoyarme a mí como concejal por el trabajo realizado en la comuna y por sobre todo, por el gran trabajo realizado desde los inicios del partido, **esté apoyando abiertamente a nuevos rostros**, que no tienen la tradición, la carrera y menos la llegada con la gente como la que podemos tener nosotros los que hemos hecho de esta lucha nuestra forma de vida. Específicamente me refiero al apoyo de Pablo Longueira a la Pepa Hoffman, que lejos de ser equitativo hacia todos los concejales ha sido evidentemente partidista y vergonzoso.

Esta situación no estoy dispuesto a aceptarla y es en lo principal, lo que me motiva a escribir estas letras. Ya es difícil hacerlo sin recursos, pero más difícil se torna, hacerlo en desigualdad de apoyo de mi partido, digo mi partido, por que yo no soy un aparecido, no llegué ayer, no soy amigo del amigo, no soy el pariente de alguno; soy un poblador que creció con las ideas de Jaime Guzmán, con el cual tuve el orgullo de trabajar metro a metro acercando las poblaciones a sus ideas y con el cual junto con muchos de ustedes, hicimos patria.

Es por lo anterior que me pregunto; ¿Esto es lo que quería Jaime?, ¿Que nuestros dirigentes fueran una aristocracia intocable? y que designaran cargos no por méritos sino por amistades.

Y si es así, ¿Qué queremos cambiar entonces?. Hoy estamos actuando tal cual lo hicieron anteriormente los otros partidos que tanto criticamos.

Estoy molesto, si, ¡Claro que estoy molesto!, Amigos, o yo estoy muy equivocado o algo anda mal.

Llamo a nuestros dirigentes a recordar viejos tiempos, cuando éramos todos jóvenes, cuando todavía estaba la mística, cuando no usábamos corbata; los llamo a no olvidar al corazón, a los verdaderos valores del partido, a los ideales que nos movieron a cambiar un país entero. A no olvidar a quienes hemos sido leales e incondicionales, porque la lealtad no puede ir sólo de abajo hacia arriba, porque el poder de la cúpula esta en las bases, y eso no lo podemos olvidar.

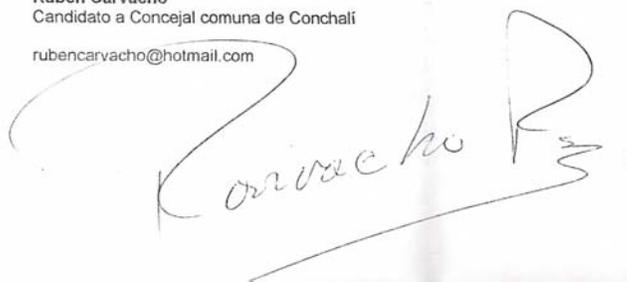
Recordemos que hasta hace muy poco estuvimos temblando por una mentira, y que gracias a tres hombres de las bases salimos adelante, o eso ya lo olvidamos también...

Es por esto entonces que solicito a todos un acto de reflexión, para que crezcamos a la medida que el país lo requiere, porque al país nos debemos y por el legado de Jaime debemos luchar.

Por una UDI de todos

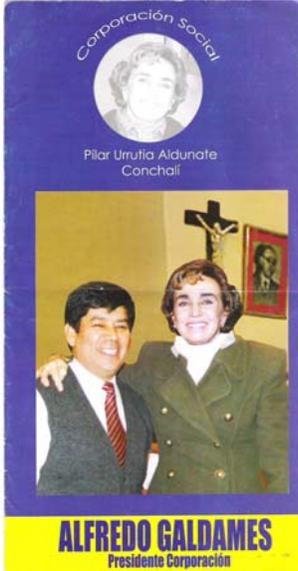
Rubén Carvacho
Candidato a Concejal comuna de Conchalí

rubencarvacho@hotmail.com



Folletos de campaña de Alfredo Galdames. Municipales 2004.

Folleto N ° 1: Corporación Pilar Urrutia.



Corporación Social
Pilar Urrutia Aldunate
Conchalí

ALFREDO GALDAMES
Presidente Corporación



Juamos por buen camino... algo nos paso, retomemos la buena senda, no desviemos a Conchalí hacia el pasado anterior a la Pilar :

Gracias Pilar Conchalí nunca te olvidará

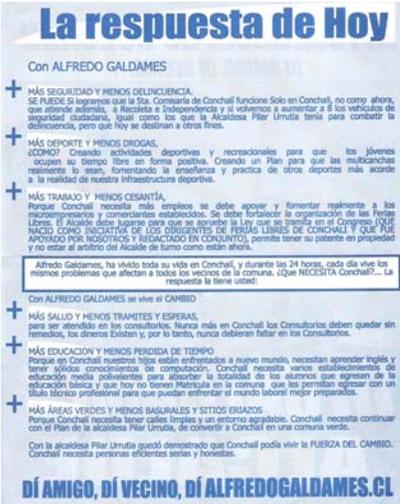
Contactanos: ccsc@uni.net
Negrete Nº 1371 - Fonos 734 92 70 - 734 74 07
E-mail : corpual@chile.com - Próximamente en nuestro sitio www.corpuad.com

Folleto N ° 2: Campaña.



La respuesta de Conchalí
DI AMIGO, DI VECINO...

DÍ GALDAMES
ALCALDE



La respuesta de Hoy

Con ALFREDO GALDAMES

- + **MÁS SEGURIDAD Y MENOS DELINCUENCIA.**
SE FUERON SI logramos que la Sta. Comisaría de Conchalí funcione Solo en Conchalí, no comp. ahora, que siendo además, a Recría e Independencia y si volviere a aumentar a 8 los vehículos de seguridad ciudadana, igual como los que la Alcaldesa Pilar Urrutia tenía para combatir la delincuencia, pero que hoy se destinan a otros fines.
- + **MÁS DEPORTE Y MENOS DROGAS.**
¿COMO? Creando actividades deportivas y recreativas para que los jóvenes ocupen su tiempo libre en forma positiva. Creando un Plan para que las multicanchas realmente lo sean, fomentando la empuñadura y practica de otros deportes más acorde a la realidad de nuestra infraestructura deportiva.
- + **MÁS TRABAJO Y MENOS CIESANTIA.**
Porque Conchalí necesita más empleos se debe apoyar y fomentar realmente a los microempresas y comerciales establecidos. Se debe fortalecer la organización de las Ferias Libres. El Alcalde debe jugarse para que se apruebe la Ley que se tramita en el Congreso (QUE NACIO COMO INICIATIVA DE LOS DISEÑANTES DE PERSOAS LIBRES DE CONCHALI Y QUE FUE APOYADO POR NOSOTROS Y REDACTADO EN CONJUNTO), permite tener su propiedad y no estar al arbitrio del Alcalde de turno como están ahora.

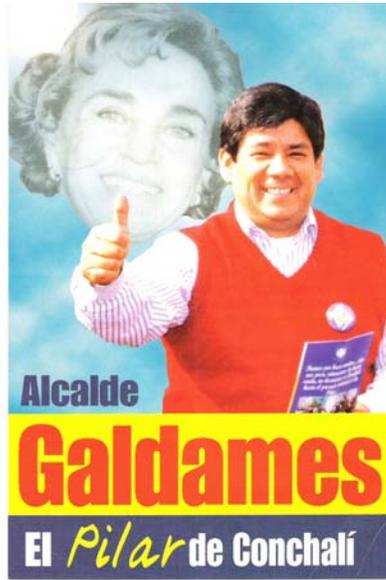
Alfredo Galdames, ha vivido toda su vida en Conchalí, y durante las 24 horas, cada día vive los mismos problemas que afectan a todos los vecinos de la comuna. ¿Que NECESITA Conchalí?... La respuesta la tiene usted:

- + Con ALFREDO GALDAMES se vive el CAMBIO
- + **MÁS SALUD Y MENOS TRAMITES Y ESPERAS.**
para ser atendido en los consultorios. Nunca más en Conchalí los Consultorios deben quedar sin remedios, los dineros Existen y, por lo tanto, nunca debieran faltar en los Consultorios.
- + **MÁS EDUCACION Y MENOS PERDIDA DE TIEMPO**
Porque en Conchalí nuestros hijos están enfrentados a nuevo mundo, necesitan aprender Inglés y tener sólidos conocimientos de computación. Conchalí necesita varios establecimientos de educación media polivalentes para absorber la totalidad de los alumnos que egresan de la educación básica y que hoy no tienen Matricula en la comuna, que les permitan egresar con un título técnico profesional para que puedan enfrentar el mundo laboral mejor preparados.
- + **MÁS ÁREAS VERDES Y MENOS BASURALES Y SITIOS EXHAUSTOS**
Porque Conchalí necesita tener calles limpias y un entorno agradable. Conchalí necesita continuar con el Plan de la alcaldesa Pilar Urrutia, de convertir a Conchalí en una comuna verde.

Con la alcaldesa Pilar Urrutia quedó demostrado que Conchalí podía vivir la FUERZA DEL CAMBIO. Conchalí necesita personas eficientes serias y honestas.

DÍ AMIGO, DÍ VECINO, DÍ ALFREDO GALDAMES.CL

Folleto N° 3: Campaña.



Estimadas amigas y amigos:

Hoy les escribo para hablarles de la importancia de su participación en las próximas Elecciones Municipales del 31 de octubre próximo. Ese día usted tendrá la posibilidad de elegir como Alcalde a quien de verdad estará al servicio de los vecinos de Conchalí con las ideas y el compromiso para solucionar los problemas de la comuna.

Usted y yo sabemos de la necesidad de continuar el gran trabajo comenzado por nuestra querida **Pilar Urrutia**, y estoy comprometido a trabajar para que las obras y el estilo que inició **Pilar** vuelvan a **Conchalí**.

Pilar tenía una gran vocación por los más pobres y necesitados, fui su amigo durante 18 años, es por eso, que desde su lamentable partida decidí encabezar personalmente la tarea de cumplir con la misión que ella dejó inconclusa.

Recorrí junto a **Pilar Urrutia** cada calle y pasaje de Conchalí, sé de los problemas que la aquejan.

Por esto le pido su apoyo, para recuperar el legado de nuestra **Pilar Urrutia** y trabajar incansablemente por todos los vecinos por igual. Para eso trabajaré con un gran equipo, un equipo que hará historia, tal como lo hubiera querido **Pilar Urrutia**.

Afectuosamente,

Alfredo Galdames R.

Alfredo Galdames Rojo

www.alfredogaldames.cl

Folleto N° 4: Campaña.



Pauta de entrevista dirigentes UDI.

I. Aspectos biográficos generales.

- 1) Nombre.
- 2) Edad.
- 3) Curriculum Profesional.
- 4) Curriculum Político.
- 5) Dónde vive (comuna).
- 6) Cargo dentro del partido.

II. Aspectos históricos de la militancia en la UDI.

- 1) ¿Cuándo comenzó a participar en la UDI?. ¿Qué lo motivó a ingresar al partido?.
- 2) ¿Hace cuánto trabaja en la comuna por el partido?.
- 3) ¿Cómo comenzó el trabajo en la comuna?. ¿Cómo han logrado avanzar electoralmente, qué estrategias han utilizado?.
- 4) ¿Cómo ha sido su relación con los sectores populares en la comuna?.
- 5) ¿A qué se debe, a su juicio, el éxito que ha experimentado la UDI en zonas populares en general y en Conchalí en particular?.

III. Estructura y funcionamiento actual del partido en la comuna.

- 1) ¿Con cuánta gente trabaja normalmente la UDI en Conchalí?.
- 2) ¿Quién es el (los) líder (es) del partido en la comuna?. ¿Por qué, cuáles son sus atributos?.
- 3) ¿Quiénes son los dirigentes poblacionales más destacados?.
- 4) ¿Cómo trabaja normalmente la UDI en Conchalí?. ¿Qué actividades realizan?. ¿Con qué fines?.
- 5) ¿Cómo financian sus actividades?.
- 6) ¿Cómo es su relación con las bases?.

IV. Sobre la campaña.

- 1) ¿Cómo se escogen los candidatos?.
- 2) ¿Cuáles son las funciones que a usted le corresponde desempeñar?.
- 3) ¿Por qué lo eligieron a usted para este cargo?.
- 4) ¿Cómo se organiza la campaña?. ¿Cómo se busca a la gente, etc.?.
- 5) ¿Cuál es la estrategia de la campaña?. ¿Cómo se decide el slogan y lo que se dice en la campaña?.
- 6) ¿Cuáles son las fortalezas de su candidato frente al adversario?. ¿Cuáles son las debilidades?.
- 7) ¿A qué parte del electorado destinan sus mayores esfuerzos?.

- 8) ¿Cómo financian la campaña?
- 9) ¿Qué cambiará estando la UDI en el municipio?

Pauta de entrevista concejales Concertación.

I. Aspectos biográficos generales.

II. Aspectos históricos de su trabajo político.

- 6) ¿Cuándo comenzó a participar en política?. ¿Qué lo motivó ingresar a su partido?.
- 7) ¿Hace cuánto trabaja en la comuna por el partido?.
- 8) ¿Cómo caracterizaría su trabajo en la comuna? ¿Se ha enfocado en el trabajo con sectores específicos?
- 9) ¿Cuáles son a su juicio los principales problemas de la comuna? Y ¿cómo los han combatido políticamente?
- 10) ¿Qué cargo tiene y hace cuanto lo ejerce? (Porcentaje últimas elecciones)

III. Relación con la oposición.

- 1) ¿Cómo es su relación con la oposición en la comuna?
- 2) ¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en su relación con ellos?
- 3) ¿Cuáles son las diferencias entre ustedes y ellos en el trabajo político concreto en la comuna?
- 4) ¿Cómo caracterizaría la gestión de la oposición en la comuna?.

IV. Sobre la campaña.

- 10) Cuénteme sobre las últimas elecciones: ¿Cuál fue su estrategia de campaña, en qué temas se enfocó?. ¿Cómo la organizaron?. ¿De dónde obtuvieron los fondos?
- 11) La gente de la UDI dice que el triunfo de ustedes se debe, entre otras cosas, a que la municipalidad repartió cajas con mercadería, vales para 6 meses y que utilizó una política del terror en su contra: ¿qué opina usted con respecto a esto?
- 12) ¿Cómo evalúa los resultados obtenidos en concejales?.
- 13) ¿Por qué cree usted que la Concertación triunfó de manera tan arrolladora en la comuna?
- 14) Proyecciones de trabajo.