



Chile: Elementos para entender las elecciones presidenciales de 2017

MANUEL ACUÑA :: 05/01/2018

Las clases medias son los sectores más sensibles al 'miedo'. Y tienen temor a perderlo todo. Es el sector que se encandila con la magia del 'éxito'

ADVERTENCIA

Diez días exactos han transcurrido desde que se realizara la segunda vuelta electoral en Chile y parece ser el tiempo propicio para comenzar a entregar algunos antecedentes que permitan la elaboración de un análisis más o menos serio sobre el particular.

No nos parecen acertadas las afirmaciones --ligeras, por cierto-- según las cuales los chilenos se han vuelto 'derechistas', existe un fuerte contingente de 'fachos pobres' o se le ha dado una 'paliza' a aquello que se ha denominado 'centroizquierda'. Afirmaciones apresuradas e irresponsables como aquellas, adjetivaciones despectivas que encubren un odio oculto hacia ciertos sectores más desposeídos o liviandades que buscan homologar el comportamiento de una sociedad a grupos humanos que actúan socialmente en virtud de recíprocos castigos no hacen más que tender mantos de oscuridad sobre un tema tan trascendental como el señalado.

Para acometer esta tarea, hemos dividido nuestro trabajo en dos partes. En la primera, describimos el comportamiento de los sectores políticos que representan naturalmente a las clases dominantes ('Chile Vamos') y, en cierta manera, el de quienes debieron ser aliados inmejorables del candidato independiente ('Fuerza de Mayoría' o ex 'Nueva Mayoría'); en la segunda, lo haremos con el comportamiento de su aliado natural (el 'Frente Amplio') y el del propio candidato ante su campaña.

El método empleado puede parecer un tanto liberal; nos permite, sin embargo, descubrir aspectos imposibles de desvelar si hubiéramos adoptado otro.

-PRIMERA PARTE-

ESCENARIO POLÍTICO NACIONAL

Las elecciones de noviembre/diciembre de 2017 se realizaron, como era natural que sucediese, dentro de una escena política nacional armónica a la forma de acumular instaurada a partir de 1978 y perfeccionada por los sucesivos gobiernos que, desde 1990, sucedieron a la dictadura pinochetista. Se realizaron, además, dentro de una sociedad planetaria que acepta dicha forma de acumular con las características que les son propias para cada formación social.

Como lo hacen todas las otras formas de acumular que han precedido a la actual, permite ésta elecciones libres, periódicas, secretas e informadas, que obedecen a patrones de comportamiento heredados del modelo vigente y que gobiernan la conducta de los

ciudadanos. Y es que la ideología de las clases dominadas no es sino la ideología de las clases dominantes como consecuencia de ese axioma según el cual quien detenta el poder material de una sociedad detenta también su poder espiritual. La conducta de quienes dirigen la sociedad determina la conducta de los dirigidos. Y si esta conducta se ajusta a los requerimientos del mercado, tendremos una cultura esencialmente mercantilista que va a gobernar a la sociedad en su conjunto.

EL COMPORTAMIENTO DE LA COALICIÓN 'CHILE VAMOS'

No pudo ser más brillante el comportamiento de esta coalición para enfrentar los comicios electorales. Cada una de los aspectos, aristas o circunstancias que ofrecía el sistema mismo y la propia forma de acumulación fueron brillantemente utilizados por su dirigencia. Intentemos introducirnos en sus aspectos más destacados.

1.1. El efecto 'bandwagon'

La existencia de elecciones periódicas, libres, secretas e informadas es, como ya lo hemos señalado, elemento consustancial a la vigencia del sistema capitalista, forma de funcionar que se suspende durante las dictaduras o gobiernos de excepción.

Las elecciones, sin embargo, no son fenómenos independientes dentro del sistema. Por el contrario: se encuentran directamente vinculadas al control de los medios de comunicación y de las empresas elaboradoras de estadísticas. Puede decirse de ellas que son circunstancias extremadamente sensibles a lo que se ha denominado 'propaganda política'; especialmente en un modelo de acumulación que valora como forma de vida los instrumentos de los que se vale el mercado para funcionar. Los medios de comunicación social y las empresas encuestadoras son pues, instrumentos de convicción y creadores de ideología; por lo mismo, construyen la cultura de la sociedad respectiva. A través de esos instrumentos de convicción social, se insiste en determinadas sentencias cuya finalidad no es más que lograr la realización de una profecía autocumplida: el candidato que aparece como el más comentado en esos medios y con mayores probabilidades de ganar en la contienda electoral, debe ganar. El voto, en una sociedad mercantil, es un título de propiedad, un 'valor', una 'inversión' que debe ir a engrosar el capital político del candidato; pero no de cualquier candidato sino del que tiene más posibilidades de ganar según los medios, pues nadie realiza una 'inversión' en espacios donde puede perder.

Esta convicción, en virtud de la cual la generalidad de la población reacciona visceralmente a fin de apoyar a quien más posibilidades tiene de ganar, se conoce como 'efecto bandwagon' o efecto del vagón cuya característica es ordenar a los votantes indecisos en torno a seguir la ruta indicada por los medios de comunicación y las encuestas sobre quien ha de ser el ganador en las elecciones que se van a realizar. Y si, en dichos medios, el ganador es quien logra mayor cobertura o encabeza las encuestas, todos los indecisos votarán por aquel. Porque esos indecisos dejan de ser tales para ordenarse rigurosamente dentro de la vía por donde corre el vagón ferroviario que va a dar el triunfo al candidato que aparece con mayores posibilidades de ganar. Así, la profecía autocumplida se realiza en toda su dimensión una vez más, y el candidato que se anunciaba como ganador asume ese rol en toda su extensión.

De ahí la necesidad de contar con medios de comunicación que condenen al candidato que debe perder y que ensalcen a quien debe ganar; ese efecto lo logran, también, las empresas encuestadoras y estadísticas. El efecto 'bandwagon' ha sido empleado con éxito en Estados Unidos y sus principales promotores han sido los creadores de la teoría del juego (Von Neumann, Shubick, Morris, etc.) para quienes los que deben ganar tienen que ganar. Richard Dawkins lo señala de manera más brutal:

"No es necesario suponer que los individuos se reconozcan unos a otros. Lo que sucede es que los individuos que están acostumbrados a ganar tienden a tener aún más posibilidades de ganar, mientras que aquellos individuos que están acostumbrados a perder se tornan cada vez más propicios a perder" [1] .

En el caso de las elecciones de este año, ambos instrumentos (medios de comunicación y empresas encuestadoras) fueron magistralmente empleados por los sectores vinculados a la coalición 'Chile Vamos' a fin de producir el 'efecto bandwagon' y explican, en gran medida, el holgado triunfo de su candidato. Demás está decir que la generalidad de los medios de comunicación y empresas encuestadoras apoyó incondicionalmente al candidato de 'Chile Vamos'.

1.2. El factor 'éxito'

Un hecho que llama poderosamente la atención es la escasa o nula importancia que la comunidad nacional concedió al factor ético en las elecciones recién pasadas. El carácter amoral del candidato de 'Chile Vamos' es de sobra conocido; también la circunstancia que, en algunos pasajes de su existencia empresarial, presente, incluso, rasgos de algo que podría considerarse abierta inmoralidad. Sin el menor ánimo de entregar una enumeración exhaustiva, podemos recordar aquí sus turbios negocios con 'El Mercurio'; el bullado 'affaire' del Banco de Talca; la defraudación perpetrada en contra de su socio Ricardo Claro, las escuchas telefónicas a la actual alcaldesa de Providencia Evelyn Matthei, y su reciente calidad de 'imputado' en el caso 'EXALMAR' por empleo de información privilegiada para la realización del negocio de adquisición de las acciones de aquella, en fin.

Si en el sistema capitalista, como lo expresa un filósofo, la moral que impera es el lucro, no debe sorprender que ese rasgo se profundice en un modelo de economía social de mercado que privilegia la tasación monetaria de todas las acciones que se realizan dentro de esa sociedad; menos aún que la cualidad más aplaudida en una persona consista en ser 'exitoso' y tener dinero. Tener éxito en los negocios, en la vida, es la mayor recompensa que puede lograr una persona dentro de la sociedad en que vivimos. El éxito en la obtención de los bienes materiales (dinero) es la moral del sistema. No importa cómo se logra. No importan los medios para conseguirlo. Tener éxito expresado en dinero lo vale todo. El bribón, el villano, el truhán, el defraudador, el delincuente, el bellaco, el asesino, si tiene éxito pasa a ser héroe, el ineludible modelo a imitar. Su presencia deslumbra; es una mercancía más valiosa que el oro. No ha sido casualidad que Pablo Escobar se haya convertido en un personaje importante en la vida política y social de Colombia y tuviese como amante a Virginia Vallejos, la reina de la belleza de esa nación; que Joaquín Guzmán Loera, alias el 'Chapo' Guzmán, haya desposado a Emma Coronel Aispuro, reina de belleza en México, y tuviese como amante a la actriz mexicana Kate del Castillo o que Cecilia Bolocco, reina de la

belleza en Chile, haya casado con Carlos Saúl Menem, ex presidente argentino, sujeto oscuro a quien le mataron un hijo por sus conexiones con el tráfico internacional de armas. Esa vinculación con el éxito hace que hoy miles y miles de niños y jóvenes desprecien los estudios porque prefieren practicar el fútbol, campo en donde encontrarán mejores remuneraciones y reinas de la belleza o estrellas de la TV con quien compartir sus noches de jolgorio. El modelo a seguir es el éxito.

No es otro el motivo que guía a los votantes de preferir a un ex imputado por sobre una persona intachable para desempeñar el cargo de presidente de la República ni que un periódico como 'El Mercurio' se transforme en su vocero, a pesar de los antecedentes que de sobra le conoce: el éxito que representa un personaje como Sebastián Piñera influye sobre el carácter social del chileno que comienza a ver como modelo suyo a ese tipo de sujetos a quienes le otorga su confianza y su voto. No es por otra cosa que los personajes televisivos cuentan, también, con gran apoyo de la comunidad. Y que conocidos rostros de la farándula tengan mayor posibilidad de ser electos para los cargos de representación política. Por el contrario, el probo, el sujeto honesto, el que repudia la corrupción es un personaje de ficción; puede ser hasta peligroso. El triunfo electoral de un sujeto que robustece la idea del éxito produce sus efectos, como lo describe con acierto un analista:

"Durante la celebración del triunfo del ex mandatario, el ex alcalde de Cerro Navia, Luis Plaza, formalizado en el caso Basura por cohecho, lavado de activos y fraude al fisco, Luis Campos, presidente de Confenataxi y dirigente sindical de Transantiago, vinculado a una red corrupción al interior de Transantiago y Osvaldo González, dirigente gremial de taxistas, formalizado en septiembre por el bloqueo de los accesos al aeropuerto de Pudahuel, se tomaron una fotografía para retratar la felicidad de que vienen tiempos mejores" [2] .

No deja de ser interesante saber que, para muchos, el reciente triunfo electoral importa el triunfo de una forma de vida cuyos valores morales se construyen sobre el éxito material de las personas. Desde este punto de vista, esa forma de vida, esa cultura, constituye el basamento moral elaborado desde la instauración de la dictadura pinochetista que se ha mantenido inalterable bajo los gobiernos que sucedieron a aquella. Jamás ha existido un intento de alterar esa forma de vivir; jamás ha existido voluntad política para elaborar una cultura diferente que no sea la emanada del éxito.

1.3. El factor miedo: la inseguridad ciudadana

El factor 'miedo' es conocido, generalmente, como 'campana del terror'. Presenta aspectos contrapuestos según quien sea el sector social sobre el cual se ejerza, porque no reacciona de la misma manera la población media que la alta.

En los sectores medios de la población, la campana del terror hizo efecto sin lugar a dudas. Incluso personajes ligados a los movimientos populares no pudieron dejar de vacilar ante la acusación de los comentaristas de los medios de comunicación que lanzaban voces de alerta previniendo contra una eventual 'venezuelización' del país. Personas altamente comprometidas con la candidatura del senador vacilaron antes de votar cavilando acerca de 'si éste tocara la economía' no podría hacer 'mis' negocios. El síndrome de 'Chilezuela' estaba presente en todos los sectores medios que optaron por votar por Piñera [3] . Poco importaba, incluso, que la comparación la haya hecho una persona con 'éxito' como lo es

Erika Olivera, como lo señala Oscar Contardo:

"Rápidamente las redes sociales acuñaron la palabra 'Chilezuela', una contracción lingüística que evocaba de una vez el terror de ciertos sectores a la Unidad Popular -las colas, el chancho chino, los discursos de Allende- ajustado a los tiempos bajo la sombra de la revolución bolivariana. La figura del 'upeliento' fue reemplazada por la del 'zurdo'. Ambas compartían cierta debilidad por el caos" [4] .

En los sectores altos, este síndrome hizo que sectores que jamás hubieren votado se levantaran ese día y concurrieran a hacerlo temerosos de verse enfrentados a una situación que se les describía como igual o similar a la que Chile vivió en 1973. Jamás habían hecho aquello. La inseguridad había hecho presa de esos sectores. Una analista señalaba, al respecto:

"[...] concuerdo con lo expresado por la diputada comunista Karol Cariola, tras la derrota de Alejandro Guillier: 'Vi en Recoleta una cantidad de personas que no había visto nunca, de pelo muy rubio, sin querer discriminar con eso. Y eso no lo vi en primera vuelta'.

Ahora, lo que le faltó agregar a la diputada fue que no eran sólo rubios los que llegaban, sino también colorines, castaños, morenos, pelados, gordos, flacos y teñidos, porque desde la vuelta a la democracia en 1990, la centroderecha nunca se había movilizado así desde sus bases. Porque hay que decirlo. Es un sector, en lo que a elecciones se refiere, flojo, cómodo, que le cuesta salir de su zona de confort, poco comprometido y cero jugado, en general" [5]

Aquello era verídico: conmovidas por los resultados de la primera vuelta que daban por ganador a Alejandro Guillier si es que lograba reunir los votos de los sectores de avanzada, las clases altas reaccionaron con presteza ante ese eventual peligro, en una actitud que no debe sorprender.

Ya nos lo recordaba Antonio Gramsci, el malogrado teórico italiano, cuando decía que la cultura de las clases dominantes es una, típica, homogénea y consciente, a diferencia de aquella que caracteriza a las clases dominadas que es múltiple, atípica, heterogénea e inconsciente. A diferencia de las clases dominadas que se segmentan en diferentes proposiciones políticas organizándose en distintos partidos y movimientos, las clases dominantes tienen consciencia de su propio rol; reaccionan de ese modo, unidas, nucleadas en torno a sus caudillos como un solo individuo. Y es que el mentado problema de la unidad no es sino un problema cultural que no se manifiesta en los sectores dominados de la misma manera como lo hace en los sectores dominantes en donde la sola percepción del peligro los hace reaccionar.

En una entrevista que concediera al diario 'El Mercurio' de Antofagasta, Alejandro Guillier señaló, al respecto:

"Nosotros suponíamos que esa gente que no votaba era gente nuestra, pero en realidad la gente que salió a votar es gente de derecha, que yo creo que se asustó en parte por la campaña terrorista. Eso de que Chile se va a transformar en Venezuela, que yo era comunista, que estaba metido en el narcotráfico" [6] .

El temor, el miedo, la inseguridad ciudadana ante un candidato que parecía encarnar todos los males del universo, fue lo que hizo movilizarse a los sectores acomodados y darle el triunfo a Piñera. Tal es la drástica conclusión de un comentarista. Escuchémosle:

"La tentación del comando ganador seguramente será atribuirlo a las propuestas que se hilaron, a que 'se escuchó a la ciudadanía', pero la verdad es que es poco probable que el viraje de última hora con la promesa de más gratuidad haya sido lo que sedujo a concurrir a sufragar, cuando ese beneficio también fue ofrecido por el adversario y con más credibilidad. La realidad es que la movilización de los remolones se debió al temor a lo que podía venir de ganar Guillier: que la retroexcavadora continuara su labor y con renovados bríos, bajo la presión del Frente Amplio" [7].

1.4. Las clases 'medias'

Uno de los últimos factores que contribuyeron al triunfo del candidato de la coalición 'Chile Vamos' dice relación con el concepto de 'clases medias'.

En nuestros anteriores análisis hemos sostenido que tan sólo dos tipos de clases existen en cada sociedad y éstas son compradores y vendedores de fuerza o capacidad de trabajo. Pero las clases sociales no son estructuras organizadas mecánicamente como las piezas de un artefacto: presentan multitud de aspectos a considerar.

Los medios de comunicación en su carácter de constructores de ideología han acuñado el concepto de 'clase media' para referirse a un vasto sector de personas que no quieren ni desean clasificar de otra manera; la sociología ha incorporado ese segmento social en calidad de concepto y lo reconoce, también llamándolo 'capas medias' o, simplemente, 'sectores medios'. No vamos a rebatir tal denominación sino intentaremos referirnos al comportamiento de esos sectores que constituyen un movimiento social, tal vez el más populoso de la población nacional, pues gran parte de ésta se siente 'clase media'. La 'clase media' es un bolsón donde cabe toda la ideología del sistema; en consecuencia, es el sector más ideologizado de la sociedad. Paradojalmente, es, también, el sector que ha tratado de capitalizar para sí la Democracia Cristiana y el partido Radical y del cual proviene parte importante de la dirigencia de los partidos 'de izquierda'.

En una clasificación de dudosa procedencia, un analista se refiere a estas facciones sociales advirtiendo lo siguiente:

"El hecho decisivo de nuestro tiempo es que tenemos clases medias emergentes. Este fenómeno plantea un desafío colosal al sistema político. La pregunta política (no todavía jurídica y menos doméstica, a la Kuppenheim), es: ¿Cómo darles expresión a las pretensiones abrigadas por esas clases medias emergentes en la institucionalidad política y económica?" [8]

Las 'clases medias' son el sector más veleidoso y fácil de manipular de una sociedad. Puesto que los sectores bajos de este segmento se sienten más de lo que son, tienden a defender por convicción lo propio (empleo, bienes materiales, en fin) y a separarse de los sectores más débiles o políticamente definidos.

Según Herrera,

"Las clases medias son esquivas a las clasificaciones. Sus demandas son equivocadas, no emanan del hambre, como la del proletariado que describía Tancredo Pinochet. Hay ansiedad, deseos de reconocimiento, de integración (y no necesariamente en el 'Polo'), problemas de salud mental, de hacinamiento, dispersión tecnológica, de falta de naturalidad en el ocio y en el trabajo, deterioro de la vida vecinal, abundancia a la vista y deseo de participar en ella; posibilidades crecientes de educación acompañadas de heterogeneidad en la calidad" [9] .

Estos conjuntos humanos son los sectores más sensibles al 'miedo'. Y tienen temor a perderlo todo. Es el sector que se encandila con la magia del 'éxito' y estaría dispuesto a darlo todo con tal de ser un buen deportista o un personaje televisivo que anuncie los productos de las grandes tiendas o actúe en programas farandulescos de la TV; es el sector de los llamados 'trabajadores por cuenta propia' y 'emprendedores' que temen perder lo que les ha permitido no sólo vivir sino reunir un pequeño capital con el cual hacen frente a las dificultades.

Tremendamente desconfiadas, tremendamente inseguras, estas fracciones de clase fueron presa fácil de convencer en las elecciones de diciembre. Y, junto con los otros factores que señalamos anteriormente, construyeron el triunfo de Sebastián Piñera; y el de su coalición 'Chile Vamos' que los supo aprovechar magistralmente.

2. EL COMPORTAMIENTO DE LOS ALIADOS DEL CANDIDATO INDEPENDIENTE

A diferencia del apoyo casi incondicional que el candidato de 'Chile Vamos' recibió de sus aliados, Alejandro Guillier fue combatido ferozmente desde antes --incluso-- de ser nominado, oficialmente, candidato de algunas colectividades de la coalición 'Nueva Mayoría', por quienes debían prestarle su incondicional apoyo. En consecuencia, es ingenuo suponer que su derrota en las urnas no estuvo vinculada al nulo apoyo que recibió de parte de esos sectores. Anteponer los intereses personales al triunfo del candidato fue la tónica de quienes condicionaron brindarle ese apoyo. Esto no constituye una afirmación antojadiza o carente de veracidad. Los datos oficiales son claros:

"Piñera, con sus casi 3,8 millones del domingo pasado, consiguió 855 mil votos más que la suma de lo que obtuvo él mismo y José Antonio Kast (2,94 millones en la primera vuelta), superando por 640 mil votos a su contendor.

Guillier, en cambio, con sus 3,1 millones se quedó casi 500 mil votos abajo de la suma de todos los candidatos del centro a la izquierda en la primera vuelta (3,66 millones)" [10] .

Las cifras indicadas no son casualidad. La sumatoria de los votos de Piñera y Kast en primera vuelta no es la cantidad que obtuvo el abanderado de 'Chile Vamos' en segunda vuelta; y la cantidad de votos que recibió Guillier en segunda vuelta no es la sumatoria de todos los votos de la primera vuelta que debieron traspasarle sus aliados en la segunda. El problema es, por consiguiente,

" [...] explicar los 855 mil votos adicionales de Piñera y los casi 500 mil que Guillier no

consiguió capitalizar el 17D" [11] .

El análisis de las votaciones, región por región, comuna por comuna (en el caso de Santiago), de 19 de noviembre pasado con la del 17 del presente muestra que los votos que Sánchez, Goic, MEO, Navarro y Artés en la primera pudieron haber entregado al candidato independiente fueron, contrariamente a lo que se piensa, a aumentar la cantidad de sufragios del candidato de la coalición 'Chile Vamos'. Esta conclusión no es aquella que han entregado otros medios de comunicación que han hecho comparaciones de porcentajes basados en universos de votantes distintos.

En el caso del apoyo que la Democracia Cristiana pudo haber dado al senador independiente, los resultados son dramáticos pues en los municipios de las 43 comunas que poseen alcaldes demócrata cristianos, 29 de ellos dieron el triunfo al candidato de 'Chile Vamos':

"[...] una estadística abre el debate sobre el comportamiento territorial de la falange en los comicios entre Alejandro Guillier y Sebastián Piñera. En las 43 comunas que son gobernadas por alcaldes de la DC a lo largo de todo el país, el candidato de Chile Vamos se impuso en 29. Es decir, más de dos tercios de ese bloque" [12] .

Por lo mismo, cuando se hace un análisis más acucioso, la conclusión es obvia:

"El análisis permite concluir que el espectacular incremento de la votación de Piñera en segunda vuelta, 855 mil votos, se explica por la combinación de tres factores. Primero, Piñera aseguró la votación de primera vuelta de su propio sector (en particular de José Antonio Kast, el otro contendor de derecha). Segundo, Piñera incorporó nuevos votantes: se registraron 350 mil nuevos votos válidamente emitidos el 17D, los que en su gran mayoría fueron a parar al candidato de la derecha. Y tercero, la campaña de Piñera fue eficaz en sustraer votos de otros candidatos en el centro y la izquierda. En particular, una parte significativa de los votantes demócratacristianos, y una porción minoritaria pero significativa de los votantes de los candidatos de la izquierda" [13] .

Repetimos: no fue casualidad que todo esto sucediera. El comportamiento de los aliados naturales del candidato independiente se manifestó tremendamente agresivo desde un comienzo. Los sectores proclives a la candidatura del ex presidente Lagos no escatimaron esfuerzo alguno por destruir la candidatura de Alejandro Guillier. Pocos candidatos han sufrido los vejámenes que se le hicieron al senador y que nosotros hemos consignado en varios de nuestros documentos [14] . Pocos candidatos han experimentado el rigor de las descalificaciones que se le hicieron. Desde Gonzalo Navarrete, presidente del PPD a Osvaldo Andrade, ex presidente del PS, pasando por Carlos Montes, Guido Girardi, Rabindratah Quinteros, Camilo Escalona, Felipe Harboe, en fin, toda una generación que usufructuó del Estado y que no quería abandonarlo. Hasta el presente, sigue ese último arrojando basura sobre la figura del candidato independiente:

"Cuando el PS toma la decisión de apoyar a un candidato (Alejandro Guillier) y el argumento del presidente del PS es que es el único candidato cuya popularidad le da una posibilidad de triunfo, lo que está haciendo esa declaración es renunciar a lo que encarnaba Ricardo Lagos, que era una visión de sociedad. A lo mejor con Ricardo Lagos también hubiéramos

perdido, pero habríamos perdido con identidad" [15] .

Hoy, uno se pregunta si acaso todo ese odio declarado hacia el candidato independiente, evidenciado por un sector no despreciable de quienes debían ser sus aliados inmejorables, no se exteriorizaba sino con el único objetivo --al no poder bajarlo-- de contribuir de manera efectiva al triunfo de Sebastián Piñera. Total, en política todo es posible.

¿Y qué decir de los ataques de Marco Enríquez-Ominami? ¿De las imputaciones que gratuitamente le hizo Carolina Goic? Por más que, posteriormente, concurriesen tales personas a dar su apoyo al candidato independiente, el daño estaba ya consumado. Las palabras quedan; también las imputaciones. Aunque no sea ciertas. Y causan deterioros, a menudo, irreparables.

Notas

[1] Dawkins, Richard: "El gen egoísta", Salvat Editores S.A., Barcelona, 2002, pág. 108.

[2] Redacción: "Celebración de Piñera. ¿Tiempos mejores para la corrupción?", 'El Mostrador', 21 de diciembre de 2017.

[3] Véase, al respecto, de María Elena Andonje "Guillier es a Chile como Maduro es a Venezuela ", 'El Mostrador', 16 de diciembre de 2017; de Iván Weissman "Banco Central sale a asegurar liquidez en dólares ante estrechez del mercado previo a las elecciones del domingo", 'El Mostrador', 15 de diciembre de 2017; de Gonzalo Bustamante, "Piñera versus Guillier: conservador versus conservador", 'El Mostrador', 15 de diciembre de 2017; de Alejandra Carmona López "Chilezuela movió el padrón a la derecha", 'El Mostrador', 18 de diciembre de 2017; etc.

[4] Contardo, Oscar: "'Chilezuela'. El miedo actualizado a los tiempos", 'La Tercera', 'Tendencias, 23 de diciembre de 2017, pág. 10.

[5] Moreno, Rosario: "Los rubios salieron de sus cuevas", 'El Líbero', 20 de diciembre de 2017.

[6] Redacción: "Guillier: 'Por buscar el apoyo del Frente Amplio descuidamos un poquito el centro'", 'La Tercera', 24 de diciembre de 2017, pág. 16.

[7] Buchheister, Axel: "Fue el temor", 'La Tercera', 24 de diciembre de 2017, pág.8.

[8] Herrera, Hugo: "AlineKuppenheim y los fachos pobres", 'La Tercera', 24 de diciembre de 2017, pág.16.

[9] Herrera, Hugo: Id. (7).

[10] Guzmán Concha, César: " Piñera arrastró votos DC, izquierda anti-concertación y activó a la derecha con "Chilezuela", CIPER, 21 de diciembre de 2017. La negrita es original.

[11] Guzmán Concha, César: Id. (10).

[12] Rivas, Sebastián y Dodds, Tomás: "El éxito del presidente electo en las comunas con alcaldes de la DC", 'La Tercera', 24 de diciembre de 2017, pág. 4.

[13] Guzmán Concha, César: Id. (10).

[14] Sobre el particular, se pueden encontrar algunos de ellos en varios medios digitales y escritos.

[15] Ferrero, Lorena: "Con Lagos podríamos haber perdido, pero habríamos perdido con identidad", 'La Tercera', 23 de diciembre de 2017, pág.14.

CALPU

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/chile-elementos-para-entender-las