

# 1988: La campaña del NO contra Pinochet

Ezequiel Parolari

ErEran las semanas finales del mes de septiembre de 1988. La gente en las calles, en los servicios públicos, en los restaurantes, sólo tarareaban una canción, una melodía muy simple pero que llevaba en sí misma un ingenio y un poder difícil de imaginar: *“¡Chile! la alegría ya viene”*.

Para contextualizar, la Constitución chilena de 1980, producto de la Junta Militar que en el año 1973 había tomado el poder mediante un golpe de Estado y asesinado al presidente democráticamente electo Salvador Allende, establecía un mandato de ocho años para la Presidencia de la República. Trascurrido este período, el pueblo chileno debía ser convocado a las urnas para decidir si quería conceder a Pinochet un nuevo período de ocho años o, por lo contrario, prorrogar un año más su gobierno y convocar, pasado ese tiempo, elecciones a la Presidencia. El plebiscito para elegir entre la opción del SÍ o la opción del NO a la continuidad del General en el poder fue convocado para el 5 de octubre de 1988.

*“¡Chile! la alegría ya viene”* no sólo era un cántico hacia la libertad, hacia un nuevo Chile, era el cántico de la Concertación de Partidos por el NO liderados por el demócratacristiano Genaro Arriagada y formada por partidos de izquierda, centroizquierda y centro que se unieron para decir NO y poner fin al régimen dictatorial que llevaba 15 años en el poder. Cabe destacar, que la Concertación de Partidos gobernaría Chile desde 1990 hasta el 2010.

La estrategia utilizada proponía un nuevo

paradigma en la comunicación política chilena. El mensaje era muy claro: no queremos volver al pasado, no queremos dictadura, NO MÁS Augusto Pinochet. La campaña del NO transmitió la idea de cambio, de que algo bueno y alegre estaba por llegar e invitaba a toda la población a participar para dar el tan ansiado paso hacia la transición democrática. Narrada en la película «No» de Pablo



Logotipo del NO. El arcoíris simboliza la unión de partidos

Larraín, la “campaña del NO” intentó transmitir en todo momento la sensación de un nuevo tiempo. Frente a los años más duros de dictadura en los cuales las represalias se mantenían, se convocaron una serie de acciones con dos claros objetivos: por un lado, remarcar las claras diferencias entre el Chile dictatorial en contraposición con el Chile esperanzador, el de la Alegría, al cual se accedía votando únicamente por el NO y, con esta promesa, el segundo objetivo era movilizar a una población que, a fuerza de represión, estaba escondida en casa y que además creía que todo formaba parte de un plan controlado por el Gobierno pinochecista para legitimarse. De esta forma, los chilenos fueron perdiendo el miedo a medida que los partidos

comenzaron a quedar inscriptos ese mismo año. A su vez, se pusieron en funcionamiento las famosas «*Marchas de la alegría*» que recorrieron todo el país movilizandando a la población, pero sin duda fue la franja televisiva el elemento que más impactó y que más se recuerda.

Así, dentro de las normas de la campaña electoral, quedó regulada la cesión de 30 minutos diarios en televisión (15 minutos para cada opción) durante los 30 días de duración de la campaña. La franja televisiva, dado el impacto que tenía la televisión como medio de comunicación política, se convirtió en uno de los ejes de la campaña.

Aunque quizás resulte extraño, y esto fue el mérito de los estrategias en comunicación, la campaña no se basó en fomentar el odio hacia la dictadura, en recordar el pasado en busca de respuestas. Por el contrario, los creativos Eugenio García y José Manuel Salcedo, lograron dar una orientación más alegre frente a las primeras ideas del NO, las cuales deseaban una campaña más negativa centrada en la represión y en los desaparecidos. Los asesores emplearon modernas estrategias comunicativas para la época: emocionar para convencer. El éxito fue total. El spot, y sobre todo la canción, se convirtieron en todo un fenómeno que marcó el inicio del marketing político, como lo conocemos en la actualidad, de la historia de campañas políticas chilenas.

Paradójicamente, la opción del Sí encabezada y controlada por el General Augusto Pinochet, quien en sus inicios minimizó la estrategia del NO, intentó mostrarle a la sociedad los logros obtenidos durante su gestión de Gobierno, basándose en el eslogan de que Chile era *“Un país ganador”*. Sin embargo, la estrategia comunicativa no surtió efecto en la población, y el Sí siempre estuvo por detrás de la Concertación en lo que a estrategia electoral se refiere. Nunca pudo generar los “inputs” esperados en la opinión pública chilena. Fue una opción más centrada en la continuidad de las políticas públicas y desarrollistas logradas durante el Gobierno pinochetista, con una mirada

hacia el futuro con crecimiento económico. A su vez, como réplica, la campaña del Sí mostraba a los miembros de la Concertación volviendo de diversas manifestaciones con bombas molotov y encapuchados bajo el lema: *“Aunque el marxista se vista de seda, marxista queda”*, intentando vincular al NO con la vuelta al Gobierno socialista de Salvador Allende económicamente deficiente, según esta visión, generando en la opinión pública fuertes contradicciones si no se votaba por la opción del Sí.

Finalmente, el 5 de octubre de 1988 se colocaron 22 mil mesas que estaban dispuestas a recibir a un poco más de 7 millones de chilenos. A pocas horas de que se dispusiese el plebiscito, se produjo un apagón generalizado que puso en duda la elección. La oposición llamó todo el tiempo a que los ciudadanos no tuviesen miedo y fuesen a votar desde la primera hora, por el contrario, el oficialismo buscó polarizar al electorado



incentivando a que se quedasen en sus casas. Afortunadamente, la sociedad eligió y los logros obtenidos fueron inmensos. Con una estrategia comunicacional clara llena de mensajes positivos, de reconciliación, con un Chile plural y sin prejuicios fruto de una amplia alianza, el referéndum dio como ganadora a la opción del NO con el 55,99% de los votos contra el 44,01% del Sí. Esto permitió que se convocaran elecciones para diciembre de 1989 poniendo fin a 16 años de dictadura militar e iniciando un periodo de apertura y de transición hacia la tan ansiada democracia.