



EDITORIAL

CONTENIDO

Cantos de sirena en la propaganda electoral

Aunque inició hace meses, el pasado 1 de octubre arrancó legalmente la propaganda electoral. Y como ya nos tienen acostumbrados, por desgracia, los candidatos presidenciales han comenzado a ofrecer políticas de dudosa viabilidad histórica. Promesas que, o no las cumplirán tal como las prometen, o cuyos costos económicos, sociales y políticos para su implementación son ocultados consciente o inconscientemente.

Que cumplan lo que prometen dependerá no solo de su voluntad. Ya sabemos que también se requieren recursos. Por cierto, no solo financieros. El gobierno es una organización de organizaciones y opera con recursos de diferente clase: humanos, materiales, simbólicos, temporales, políticos y, por supuesto, financieros. Por eso, no basta con decir que se mantendrán, o incluso, que se entenderán determinados programas sociales sin decir los costos organizacionales que eso tendrá y si el gobierno tiene la capacidad para soportar dichos costos.

Algunos de los recursos organizacionales solo se pueden obtener mediante la negociación entre el Ejecutivo y el Legislativo, entre el Presidente o sus Ministros y los diputados de la Asamblea Legislativa. En ésta además del partido o coalición de gobierno están los partidos de oposición. Si el primero no tiene mayoría legislativa, los recursos organizacionales requeridos para llevar adelante las promesas de política tendrán que ser transados con la oposición. Es lo que tuvo que hacer la administración Funes con los partidos de derecha GANA, PCN y PES/PDC. Por cierto, cuáles fueron los costos de la transacción es algo que no se sabe. Por eso, ante las promesas de los candidatos presidenciales vale la pregunta por los costos de la transacción a la que se verán abocados, una vez estén en control de la Presidencia, si no tienen las mayorías legislativas necesarias para su implementación.

Pero hay otros costos sobre los cuales los candidatos no quieren opinar. Mantener algunas políticas sociales, en educación y salud, y los subsidios al gas licuado, la energía eléctrica, el agua y el transporte público de pasajeros requiere de unos ingresos fiscales cada vez más difíciles de conseguir. El análisis del proyecto de Presupuesto General del Estado para el ejercicio fiscal 2014, presentado recientemente por el Ministro de Hacienda, puede dar luces sobre este asunto. Hay que recordar que el Presupuesto que apruebe la Asamblea Legislativa es el que definirá el margen de maniobra presupuestaria para los primeros seis meses del próximo Presidente, gane quien gane. Por tanto, decir que habrá continuidad o expansión de las mencionadas acciones de gobierno, en medio de una presión por mejoras salariales entre los empleados públicos y restricciones financieras por el pago de la deuda pública, es ofrecer solamente cantos de sirena.

♣ ¿Es la estatalidad limitada un tema electoral? A propósito de la seguridad.

♣ La ideología ¿importa?.

♣ Retórica religiosa y "la estrategia de Dios" en la campaña electoral 2014.

♣ Debate presidencial: una deuda electoral histórica.

♣ El paradigma dominante de desarrollo en los planteamientos de gobierno de Arena, FMLN y Movimiento Unidad

*Observación y Análisis
de las elecciones 2014*

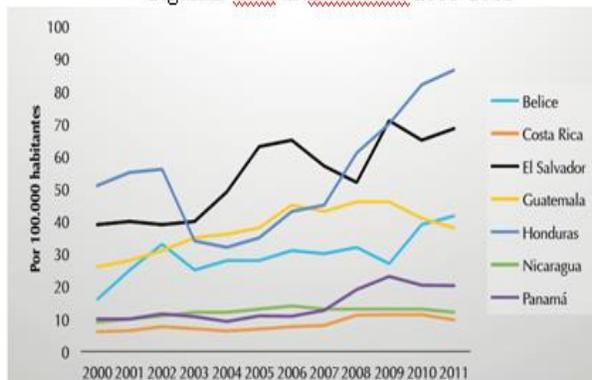
Correo electrónico:
brujula.electoral@uca.edu.sv

¿Es la estatalidad limitada un tema electoral?

A propósito de la seguridad.

Danilo Miranda, Departamento de Sociología y Ciencias Políticas.

Figura I. Tasa de homicidios 2000-2011

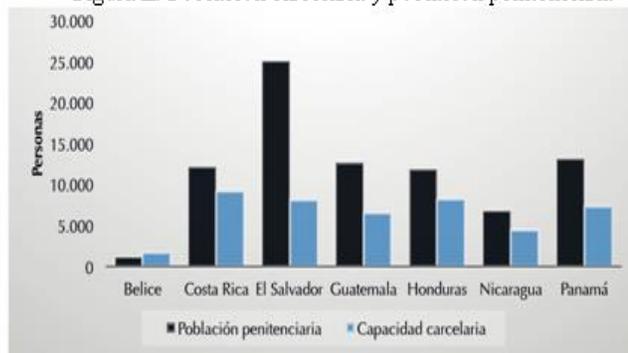


Fuente. Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (2013). *Estadísticas de Centroamérica 2013. Indicadores sobre Desarrollo Humano Sostenible*. San José, PEN, p. 39

Las áreas de estatalidad limitada son aquellas donde el Estado ha sido incapaz de ejercer funciones definitorias como el monopolio de la violencia, la provisión de bienes públicos o la implementación de decisiones vinculantes. Todos los Estados tienen áreas de este tipo, pero es posible observar que en Centroamérica en general, El Salvador en particular, la situación ha alcanzado niveles críticos. Los candidatos anuncian las grandes orientaciones de política, pero esto de nada servirá si el Estado cuyo poder ejecutivo encabezarán no hace lo que se promete en el discurso y en el papel. La estatalidad limitada puede observarse en varios procesos que han tenido lugar en los años del “postconflicto”.

Primero, existen actores que le disputan al Estado el control del territorio, ponen sus propias reglas y cuentan con los recursos para hacerlas cumplir. Evidencia de esto es el control que las pandillas ejercen en barrios y cárceles; o la impunidad con la que las redes ilícitas del crimen organizado cooptan, capturan o reconfiguran las instituciones para llevar a cabo sus actividades sin obstáculos. La dimensión regional de algunos tráficos revela con mayor claridad aún las limitaciones estatales. Segundo, el Estado no ha sido capaz de proveer el bien público de la seguridad a sus habitantes, una función cuyo cumplimiento no está garantizado en el triángulo norte de Centroamérica, con tasas de homicidio extremas, cuya evolución puede verse en la figura I. La reducción de la violencia homicida en el país sólo fue posible por la acción directa de actores armados no estatales y su “tregua”, lo que refuerza el argumento. Otros actores armados no estatales, como las proliferadas agencias privadas, ofrecen la seguridad que el Estado no es capaz de dar, y lo hacen a quien pueda pagarla, convertida en mercancía. En tercer lugar, en ciertas áreas de políticas de seguridad, la implementación de las decisiones no logra niveles mínimamente aceptables. Ya conflictivo es el juego político de definición del problema y la posterior formulación; la puesta en marcha de lo decidido llega a toparse con escollos que parecen insuperables. Un ejemplo de esto es el sistema penitenciario del país: El Salvador tiene el mayor número de internos en la región centroamericana, y su capacidad carcelaria está superada con creces, como se puede observar en la figura II.

Figura II. Población carcelaria y población penitenciaria



Fuente. Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (2013). *Estadísticas de Centroamérica 2013. Indicadores sobre Desarrollo Humano Sostenible*. San José, PEN, p. 39

Cualquier seguimiento de la campaña estará incompleto si no se hace hincapié en lo anterior. No basta prometer la reducción de la inseguridad como en cada elección. Hay que decir como se acometerá tal molino de viento. La mano dura, las políticas punitivas y la incursión de los militares han fracasado en un contexto de estatalidad limitada; incluso han resultado contraproducentes. Para garantizar la seguridad se requieren recursos y para ello la fiscalidad es clave, y pasa por recaudar más y de forma progresiva. Fundamental también es hacer un diagnóstico riguroso de la violencia estructural y las causas subyacentes de la violencia directa, lo que conduciría a reformas políticas de hondo calado y un abordaje más efectivo del problema, desde una óptica más ciudadana, democrática y equitativa. Se necesita un Estado fuerte que aplique políticas redistributivas en medio de la oposición sistemática de actores que han convertido la seguridad (así como la educación de calidad, servicios de salud dignos o una vivienda propia) en privilegios para unos pocos y en privaciones para amplios sectores excluidos.



Hace meses, Antonio Saca, hoy candidato a la presidencia del país afirmaba: "Menos ideologías, más soluciones". Si nos atenemos a una definición ofrecida por la Real Academia Española de la Lengua (RAE), de ideología, la misma es un conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político. Según el Instituto Federal Electoral de México (IFE), las ideologías políticas aclaran las cuestiones que nos surgen ante lo que es una buena sociedad y al papel de las distintas instituciones dentro de la misma, abarca desde el papel de la religión hasta cómo distribuir los beneficios económicos. Es, en definitiva, una concepción del mundo. Es decir, la

ideología es lo que nos permite dar sentido al mundo en que vivimos, una concepción que se materializa en interpretaciones concretas ante temas cotidianos. Por tanto, es pertinente cuestionarse hasta dónde las soluciones políticas a problemas políticos pueden formularse más allá del filtro por el que interpretamos el mundo, o lo que es lo mismo a la hora de plantear las propuestas ¿importa la ideología?

Pongamos un ejemplo simple recurriendo a un problema que no es tan sencillo. El alto índice de embarazos en mujeres adolescentes. Podemos consensuar que es un hecho que merece una respuesta desde las instituciones públicas cuyo objetivo sería, aparentemente, unánime: disminuir las tasa de embarazos entre ese sector de la población. Sin embargo, las estrategias de prevención pueden enfocarse de maneras diferentes. Citemos dos: en el uso de métodos anticonceptivos o desde la abstinencia sexual. Las dos podrían conseguir un amplio margen de eficacia ante el mismo objetivo. Por tanto, ante un mismo problema estableciendo los mismos objetivos, tenemos estrategias diferentes. Estas respuestas tienen un elemento decisorio que orienta hacia dónde cambia y este es, en gran parte, la ideología.

Si revisamos cualquier propuesta de gobierno que se presentan en estos momentos, vemos que en líneas generales hay un consenso ante los principales problemas que afectan al país: la violencia y la precaria situación económica. Sin embargo, resulta sorprendente el pretender que los mismos puedan ser tratados sin tener en cuenta nuestra manera de interpretar el papel que el Estado debe tener en la sociedad. ¿Lo situamos como protagonista? ¿Le damos el papel secundario? ¿Tal vez lo correcto es que aparezca lo menos posible? Esa respuesta es diversa y es en definitiva, ideología.

¿Acaso es posible enfrentar Planes de Gobierno económicos, políticas sociales, estrategias de desarrollo sin tener en cuenta cómo debe jugar el Estado en el país? Leyendo los Planes de Gobierno, podemos ver qué inspira a los partidos más allá de ganar elecciones. Es imposible formular nuestra idea de lo público sin tener en cuenta el papel que deben jugar los actores públicos en el Estado y esto pasa por nuestro filtro para ver el mundo. No significa esto, que unos u otros sean en sí mismo mejores, que unos resuelven y otros no. Más que adjetivarlos, aceptemos que nuestros filtros, nuestra ideología es un hecho que determina, en parte, nuestras respuestas políticas. No es un valor inmutable. Es una variable que va evolucionando a lo largo del tiempo y circunstancias. Se va desarrollando conforme lo hacen nuestras expectativas, experiencias y razonamientos, pero es decisiva. En resumen, es tiempo de soluciones por eso mismo creemos que es tiempo de ideología. Mucho más allá de las simplificaciones del término, es hora de pensar sobre el país

Retórica religiosa y “la estrategia de Dios” en la campaña electoral 2014

Luis Eduardo Aguilar Vásquez, Departamento de Sociología.



Durante la campaña electoral los partidos políticos y sus candidatos, buscan obtener el apoyo de diferentes grupos sociales utilizando sus preocupaciones religiosas para transformarlas en apoyos en la contienda electoral. Este recurso, resulta importante en una democracia como la salvadoreña, donde según el Instituto Universitario de Opinión Pública – IUDOP- (2009), en su informe 122 de “Encuesta sobre la religión para los y las

salvadoreños” plantea que solamente el “8% del total de salvadoreños no profesa ninguna religión” (pág. 16). Dicha encuesta muestra que en la actualidad gran parte de la población se considera creyente, lo que resulta importante estudiar en relación a la influencia que las creencias religiosas pueden tener en los discursos de los candidatos presidenciales para atraer el voto.

De acuerdo con David O’Connell en su libro “Dios lo quiere: Los presidentes y el uso político de la religión”(2012), los argumentos religiosos en la campaña electoral son algo que la mayoría de candidatos presidenciales usan en las democracias modernas. El autor antes mencionado parte de una hipótesis: Cuando un candidato usa el lenguaje o imagen religiosa como un medio de argumentación en la política se hace una elección estratégica, ya que ha calculado que con este tipo particular de argumentación, afirma que Dios está de su lado y que Dios no es neutral, y que con esto puede mejorar sus probabilidades de conseguir lo que quiere, esto es lo que puede estar pasando en esta elección .

4

Estas formas fundamentales de retórica religiosa utilizadas en las campañas electorales por los candidatos a la presidencia son variadas e incluyen: citar la Biblia, aprovechar la proximidad de la celebración de las fiestas religiosas (que incluyen la navidad, la semana Santa, las fiestas patronales, entre otras), participar y promover rituales y prácticas religiosas como la oración y el culto a lo divino, discutir la importancia de ciertos valores como la justicia, misericordia, el perdón, la fraternidad, el respeto a la vida entre otros. Todas estas formas a través de las cuales se expresa la retórica religiosa hacen hincapié en algunas cuestiones morales y son abordadas en un idioma que los feligreses puedan entender. Sin embargo, según David O’Connell la retórica religiosa no se usa en exceso, ya que puede resultar un arma de doble filo, y puede generar un sentimiento de rechazo en lugar de aceptación. Dicho en otra forma, un mayor uso de elementos religiosos en los discursos no es señal de mayor aceptación por los receptores del mensaje. En la red social twitter los candidatos presidenciales Sánchez Cerén del FMLN, Saca del Movimiento UNIDAD y Quijano de ARENA han utilizado elementos religiosos en alguno de sus mensajes, tal como lo registra la imagen en la parte superior.

En general, los autores afirman que la “estrategia de Dios” ha funcionado mejor para los gobernantes de partidos conservadores, aunque sí cabe señalar que en ciertas ocasiones los reformistas han tratado de hacer uso de ella también. Hay preguntas que pueden servir para analizar más a fondo este fenómeno ¿De qué manera utilizará cada candidato los argumentos religiosos para buscan convencer a los electores? ¿Hasta qué punto es convincente el uso de elementos religiosos de los candidatos para influir sobre el voto de los ciudadanos? Estos cuestionamientos se podrán contestar a medida transcurra la campaña electoral para luego constatar hasta qué punto resultan efectivos para obtener apoyos hacia cada uno de los candidatos.

No existe un precedente en la historia político-electoral de El Salvador que registre un debate entre candidatos aspirantes a la silla presidencial. No un monólogo o discusión reducida a argumentos *ad hominem* entre candidatos, sino una discusión seria y ordenada que contraste las perspectivas entre ellos. Ni antes del último Golpe de Estado (1979) ni en procesos posteriores a éste. Ha existido una patente incapacidad y falta de voluntad para llevar a cabo un evento público y abierto entre candidatos por parte de las cúpulas partidarias, de quienes asesoran a los candidatos, pero sobre todo, del organismo colegiado estatal encargado de regular la campaña electoral.

La razón para oponerse a tal acto político nunca se ha hecho pública. Más bien se ha obviado el tema con silogismos engañosos. Al revisar las últimas cuatro elecciones presidenciales, los candidatos de ARENA han rehusado abiertamente al debate. Un ejemplo emblemático fue la postura de Antonio Saca en la campaña para las elecciones presidenciales de 2004 cuando expresó: “mi gran preocupación es debatir con la gente” (*El Diario de Hoy*: 02/03/2004). Por su parte los candidatos del FMLN han mostrado una postura más a favor, pero se ha quedado en una expresión de *buena voluntad*, sin insistir en una reforma al Código Electoral que obligue a realizar este tipo de discusión. Por ello, parece ser que una razón de peso

estribaría en que para los candidatos un debate no es un espacio que se pueda controlar con comodidad para la transmisión de su mensaje y los posibles errores o expresiones contraproducentes que luego tengan un costo electoral indeseable. Apuestan por aquellos espacios que sí pueden manipular desde una maquinaria publicitaria: spot televisivos, radiales y los anuncios en los periódicos impresos e Internet.

En este sentido, la negativa a participar en un debate tiene razones inválidas desde un punto de vista ético y democrático. Las razones son de otro tipo. Parecen responder a un mero cálculo electoral. Por ello es que, el único sector que sale ganancioso de esta histórica deuda es el partido cuyo candidato se juega toda la campaña con spots y anuncios controlados. En cambio, quienes pierden no sólo son los otros candidatos, sino también los electores en general, quienes no deberían votar por el que tiene mejores técnicos en publicidad si no por aquél con los mejores argumentos y propuestas para enfrentar las diferentes problemáticas del país.

La lógica democrática exige que se deba elegir al mejor político y no al mejor publicista. Para discernir entre los candidatos quién es el mejor político el debate público y abierto es clave. En esto radica su importancia.

En esta nueva campaña presidencial 2014, existen aires que parece propiciarán por primera vez este evento de discusión pública entre los candidatos. Si luego de revisar encuestas o hacer otro tipo de consideraciones, ninguno de ellos se retracta o en el mejor de los casos, el Tribunal Supremo Electoral lo promueve y organiza, se estará ante un acontecimiento inédito, pero necesario en el país. Porque aunque el debate no es suficiente para una plena madurez político-electoral de la ciudadanía, sí abona en su cultivo.

Principales candidatos
de las últimas cuatro elecciones presidenciales

Año	ARENA	FMLN
1994	Armando Calderón Sol	Rubén Zamora (*)
1999	Francisco Flores	Facundo Guardado
2004	Antonio Saca	Schafik Handal
2009	Rodrigo Ávila	Mauricio Funes

Fuente: Elaboración propia con base en Memoria de labores y elecciones del TSE

(*)Coalición: FMLN-Movimiento Nacional Revolucionario-Convergencia Democrática

Uno de los ejes claves de las propuestas del Plan de Gobierno de los partidos en contienda es el **desarrollo**. En efecto, las condiciones económicas y sociales de la sociedad en general y la salud fiscal del Estado en particular, ocupan un lugar central en la agenda electoral. El desenvolvimiento del país en esta materia es crítico y para algunos analistas endémico; de acuerdo a la data del Banco Central de Reserva, por un lado su economía es la de menor crecimiento de la región centroamericana en los últimos 20 años; la calidad del empleo es deplorable y el déficit fiscal, además de ser uno de los problemas estructurales que afecta al país, es un asunto de nación que requiere de acuerdos entre las principales fuerzas.

LAS ENCUESTAS...



Fuente: La Prensa Gráfica, 5/9/2013

La oferta electoral de los principales partidos para dar respuesta a estas situaciones que frenan el desarrollo del país, al menos en sus planteamientos generales, tienen en común dos elementos sustantivos que llaman la atención. En primer lugar, definen un mismo punto de partida: **dinamizar la economía para generar empleo**; en segundo lugar, comparten los principios y valores del desarrollo humano impulsado por el Sistema de las Naciones Unidas. A pesar de estas convergencias, la interpretación de estos elementos, así como las estrategias, formas y modos de difundirlas son diferentes, en virtud de los intereses que defienden y del lugar que cada partido competidor ocupa en el sistema político. A esto habrá que ponerle más atención en el proceso electoral.

6

En el caso de ARENA, como principal fuerza opositora, su promoción la hace achacando el deterioro del desarrollo del país al mal desempeño de la gestión de Funes, en el marco de un desarrollo basado en las libertades del mercado. El FMLN, como partido de gobierno, parte de los logros de esta gestión y promueve la idea de asegurar la profundización de los mismos, sobre la base de impulsar un buen vivir. Movimiento UNIDAD, coalición entre los partidos Democracia Cristiana, Conciliación Nacional y GANA, lo hace promoviéndose como la tercera fuerza capaz de desentramar el desarrollo de la polarización provocada por ARENA y el FMLN, defendiendo para ello el paradigma del libre mercado.

Bajo esta perspectiva, pareciera que las diferencias ideológicas partidarias ya no están ocupando un lugar privilegiado en la promoción de las ofertas electorales de desarrollo, en su lugar, estos partidos políticos se han decantado por asumir, en los contenidos, en los discursos, en las imágenes y símbolos, un posición pragmática, desde donde están buscando convencer a la ciudadanía de que sus propuestas favorecerán un mayor desarrollo para el país.

Suponiendo que lo dicho anteriormente fuese irrefutable, lo cierto es que existe un trasfondo ideológico en los contenidos que cada partido está haciendo para impulsar el desarrollo. En efecto, **dinamizar la economía** sin mejorar sustancialmente la distribución de la riqueza, equivaldría a seguir profundizando la desigualdad social, la exclusión territorial y las condiciones de pobreza. Generar más empleo sin combatir de raíz la mala calidad que lo caracteriza actualmente, tanto en lo formal como en lo informal, equivaldría a seguir profundizando las condiciones de vulnerabilidad que siguen afectando gravemente a las mayorías sociales. Sería de esperar que estos asuntos de fondo se visualicen en el análisis y argumentación que los candidatos y partidos hagan de las causas que han provocado el mal desarrollo que pretenden corregir. No hacerlo los expondrá a dirimir planteamientos retóricos, populistas y poco creíbles. Con o sin predominio de las ideologías partidarias, a estas cosas, la ciudadanía y analistas deberían de ponerle más atención.