



EDITORIAL

CONTENIDO

Movilización social y elecciones, ¿algo que aprender?

En los últimos días hemos presenciado la movilización de diversas organizaciones de empleados del sector público, especialmente de trabajadores del Ministerio de Salud y Ministerio de Gobernación. Los primeros en defensa de su escalafón mientras que los segundos por un refuerzo presupuestario para mejorar sus condiciones de trabajo. Estas movilizaciones se dan en el marco de la discusión del Proyecto de Ley del Presupuesto General del Estado en la Asamblea Legislativa. Ambas organizaciones llevaron a cabo un paro de labores para presionar a su favor. Sin embargo, solo los segundos parecen haber tenido éxito. Los primeros quedan a la expectativa de lo que ocurra en los respectivos debates dentro de la Comisión de Hacienda y Especial del Presupuesto.

En el entretanto, los usuarios de los servicios de salud en los hospitales nacionales tuvieron que soportar los efectos de una medida que para nada tiene que ver con sus intereses, especialmente el de recibir una atención de calidad. El Presidente de la República y los titulares del Ministerio de Salud utilizaron el argumento de la afectación negativa a los usuarios para deslegitimar la acción de los empleados en paro. Aquellos incluso llegaron a esgrimir el argumento de la persecución de fines electoreros o el de ser parte de una estrategia del partido Arena. Esta manera de argumentar recuerda los tiempos en que Arena era partido de gobierno y el FMLN era el principal partido de oposición.

Los medios de comunicación, en especial la televisión, dieron amplia cobertura a estas acciones de presión así como a los pronunciamientos de los principales actores implicados: gobierno, empleados y usuarios. Dramáticas fueron, una vez más, las imágenes de las madres que, con mucho esfuerzo y costo económico, acudían con sus hijos al Hospital Benjamín Bloom sin poder pasar consulta. Como siempre, de ello nadie se hace responsable.

El contexto electoral no permite desechar, sin más, la hipótesis de la manipulación política. Pero tampoco se puede pasar por alto el hecho que el escalafón de los empleados de los hospitales nacionales es una ley de la República y, por tanto, es de obligatorio cumplimiento. Así, le guste o no le guste al Presidente, está obligado a cumplirla y eso supone incluir la partida respectiva en el Proyecto de Ley del Presupuesto. En estas condiciones, no está de más que los candidatos a la Presidencia se pronuncien sobre cómo mejorarían las condiciones de atención a los usuarios de los servicios de salud una vez que uno de ellos se convierta en cabeza del Ejecutivo.

♣ ¿Cómo recuperar el control?

♣ Señores candidatos, ¿qué pasará con las políticas sociales?

♣ Continuidad o cambio de partido en el 2014?

♣ Mejor hablar la verdad que *panem et circenses*.

♣ Inequidad en la cobertura de la campaña.

*Observación y Análisis
de las elecciones 2014*

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

¿Cómo recuperar el control?

Ricardo Ribera, Departamento de Filosofía.

Resulta evidente que uno de los mayores problemas de seguridad que enfrenta el país consiste en la pérdida del control territorial por parte del Estado, frente al creciente empoderamiento de las pandillas. Se dice que éstas tienen presencia en más de la mitad de los municipios de la nación y están en capacidad de ejercer control en por lo menos la mitad de los lugares donde están presentes. Su actividad delincencial, en especial las extorsiones y el narcomenudeo, dependen mucho de tal control del territorio. Es un reto frente al que los candidatos a la Presidencia de la República no podían dejar de presentar sus propuestas y estrategias. No necesariamente ideas nuevas.



Pinta de la mara Mao Mao 180 en la zona de San Antonio Abad

Quien se ha referido de manera concreta al tema es uno de los candidatos menos conocidos por el gran público: Óscar Lemus. Él es propuesto por el nuevo partido Fraternidad Patriótica Salvadoreña, FPS. Dicha formación política, conformada sobre todo por militares en retiro de tendencia conservadora, considera la crisis de inseguridad como uno de los motivos para decidirse a incursionar en la política partidaria salvadoreña. Frente a un público convocado por Fusades y Funde – dos de los así llamados “tanques de pensamiento” – tuvo oportunidad de presentar a fines de septiembre dichas inquietudes y sus promesas de campaña al respecto.

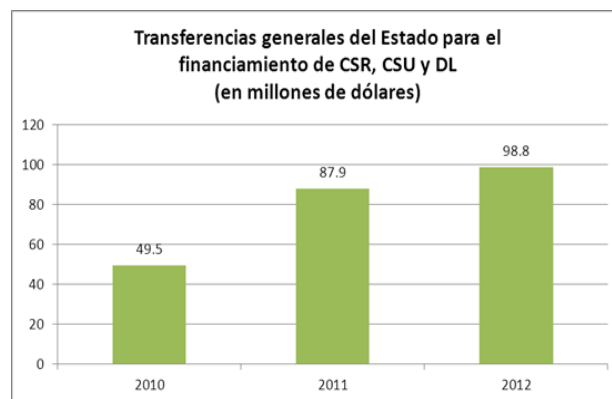
Para la FPS el camino de la solución pasa por decretar estados de sitio en los lugares de mayor índice delincencial, a fin de contrarrestar la criminalidad. Es un discurso que recuerda aquel con el que se presentó el general David Munguía Payés cuando a fines de 2011 fue nombrado Ministro de Justicia y Seguridad, que después sustituyó por el lenguaje conciliador de la pacificación, a partir del impulso en marzo de 2012 de la tregua entre pandillas. El Ministro hablaba de “dotarse de músculo” mientras este candidato de FPS promete “reducirle grasa” al Estado. Quiere “ponerlo a dieta” en otras áreas, a fin de concentrar recursos en el tema seguridad. También quiere crear una Guardia Civil, como nueva unidad militar para terminar con los malacates. Es decir, de nuevo privilegiar el músculo al cerebro. Ya no sería “mano dura” sino puño de hierro. ¿No habrá formas más inteligentes – se pregunta uno – de recuperar el control del país? ¿Conseguirá contagiarse con su discurso al resto de candidatos? Las maras no sólo han mostrado tener más control, también dan signos de mayor ingenio y creatividad.

En este momento que ya se ha hecho “oficial” la anticipada campaña electoral, sin duda arrearán los mensajes de cada candidato y uno de los temas seleccionados serán los *programas sociales* como las transferencias monetarias, subsidios, proyectos y asistencia social a favor de grupos específicos. A simple vista, lo menos comprometedor para los candidatos resulta una postura básica sin entrar en detalles; y eso parece que han hecho los tres candidatos con mayores posibilidades de ganar la elección: han manifestado la continuidad de esos programas.

Salvador Sánchez Cerén no solo menciona continuidad sino profundizar este tipo de programas; Antonio Saca ha expresado someramente que los mantendrá; y Norman Quijano también declaró su seguimiento pero revisando la sostenibilidad (La Prensa Gráfica, edición en línea del 25/09/2013). Tiempo atrás, cuando recién había sido nombrado, el candidato de ARENA Quijano mantuvo una postura más crítica respecto a subsidios (se refería al programa de entrega de uniformes en escuelas públicas) y pregonaba racionalizar el gasto público (La Página, nota del 22/08/2012).

Es innegable que los programas sociales resultan medidas fundamentales para reducir la pobreza y propiciar mejores condiciones de vida de poblaciones vulnerables en el país. Por lo tanto, es imperante conocer a profundidad los *criterios y acciones* que cada candidato desarrollará para mantener estas políticas, si las integrará con otras o si lanzará nuevas. La *financiación* aparece en el horizonte como uno de los aspectos requeridos para explicar de manera honesta, técnica y coherente tanto el diseño e implementación de programas sociales.

En el análisis de políticas públicas se destaca el recurso financiero como un elemento sustancial para echar a andar una medida gubernamental, ello implica conocer el monto de la inversión y las fuentes que nutren esos fondos para ejecutar una política de este tipo. A manera de ejemplo, las transferencias generales del Estado para financiar los programas Comunidades Sociales Rurales (CSR), Comunidades Sociales Urbanas (CSU) y el de apoyo al Desarrollo Local (DL) ha venido en aumento de \$49.5 millones en el año 2010 a \$98.8 millones en el año 2012, según lo muestra la gráfica.



Fuente: Elaboración propia según Informe de la Gestión Financiera del Estado 2012. Ministerio de Hacienda

Tales programas se distribuyen en ejes y proyectos específicos. Para muestra, en el eje capital humano del programa Comunidades Sociales Rurales están incluidos los bonos de salud, educación y la pensión básica universal. En ese caso, mantener las transferencias a la población beneficiaria de esos programas sociales implica combinar la financiación con la *estabilidad* y *eficacia* en la gestión. La primera significa que estas medidas puedan mantenerse como políticas inter-temporales con una sostenida fuente de ingresos provenientes cada vez más de impuestos (acá entra el rol de la política fiscal) y menos de préstamos o donaciones.

Con la segunda implica evaluar si efectivamente el impacto esperado de esas políticas se materializa en mejores condiciones de vida, escolaridad progresiva, acceso a bienes y servicios básicos; para lograrlo también se deben integrar otras áreas de políticas públicas como la calidad educativa, salud pública, empleo y seguridad ciudadana para lograr efectos de mayor escala. El discurso de “austeridad” y racionalización del gasto público, como una manera de recortar las políticas sociales, es igual de perjudicial a aquel que lo promete mas no lo cumple por no asumir el reto de ejecutar acciones directas para una redistribución de la riqueza en el país. Eso implicaría afectar particulares intereses corporativos que se han beneficiado por mucho tiempo de la economía nacional en detrimento del colectivo conformado por las clases medias, trabajadoras y campesinas.

Luego de más de un año de lucha electoral anticipada, el día 2 de octubre inició formalmente la campaña electoral para las elecciones de 2014. Los estudios de comportamiento electoral señalan que muy poco giro electoral se consigue con las campañas debido a que las decisiones de los electores ya han sido tomadas con antelación (un 70%¹ del electorado para el caso de El Salvador) y, se estima que casi siempre el partido que encabeza las preferencias electorales -al inicio de la campaña- termina ganando la elección. Así las cosas, la campaña electoral la utilizan los partidos fundamentalmente para dos aspectos: i) para lograr la mayor movilización de electores y, ii) para influenciar la percepción de los electores sobre la gestión económica del gobierno.

Encuesta IUDOP/UCA	En su opinión, ¿el país está mejor, igual o peor desde que entró el actual gobierno? según variables (En porcentajes)			
	peor (A)	igual (B)	mejor (C)	B+C
Mayo, 2012				
Encuestados	32.5	42.7	24.8	67.5
ARENA	60.5	32.7	6.8	39.5
FMLN	11.6	40.7	47.7	88.4
Noviembre, 2012				
Encuestados	26.1	37.2	36.6	73.8
ARENA	45.2	37.1	17.8	54.9
FMLN	5.1	26.3	68.7	95
Mayo, 2013				
Encuestados	28.2	39.1	32.6	71.7
ARENA	59.1	31.5	9.4	40.9
FMLN	5.8	35.7	58.5	94.2

Fuente: Elaboración propia con base en informes preelectorales del IUDOP

Durante la campaña los partidos se concentrarán en movilizar a sus votantes de tal forma que las simpatías partidarias se traduzcan en votos, ya que es lo que realmente cuenta para ganar las elecciones. Para ello es probable que Arena utilizará nuevamente el recurso del miedo al socialismo del siglo XXI (Chavismo), profundizará la polarización ideológica con el temor a un posible fraude electoral, dramatizará el estado de la economía del país remarcando la “amenaza” que representan las empresas ALBA. Por su parte, el FMLN probablemente también recurrirá al miedo, pero en este caso para no perder los “avances” logrados en el área social y a la exhortación a la defensa de los cambios iniciados en la gestión de Funes, planteará como una tragedia el posible regreso de las prácticas corruptas en la gestión pública del país y, por supuesto, hará esfuerzos por mostrar que el FMLN ha realizado un buen gobierno. Unidad tiene poca capacidad de movilización dado que tiene una base partidaria débil y un discurso en contra de la polarización ideológica basado más en ilusiones que en realidades.

Encuesta pre electoral IUDOP/UCA	En general, ¿usted piensa que El Salvador va por buen camino o que necesita un cambio? según variables (En porcentajes)				Resultado electoral
	Va por buen camino	Necesita un cambio	Va bien, pero necesita cambiar más	No sabe	
Febrero de 2004					
Informe 103					Gana ARENA la elección presidencial de 2004
Encuestados	26.3	68.4	5.3	0	
ARENA	45.1	48.8	6.1	0	
FMLN	3.4	95.4	1.2	0	
Febrero de 2006					
Informe 110					Gana ARENA mayoría de diputados en 2006..
Encuestados	27.5	64.6	5.5	2.3	
ARENA	55.4	36.6	6.8	1.3	
FMLN	5.8	92	1.7	0.4	
Sept. de 2008 Informe 117					
Encuestados	10	81.3	5.8	2.9	Gana FMLN la elección presidencial de 2009
ARENA	26.9	59.6	10.9	2.7	
FMLN	1.2	96.1	1.8	0.9	
Febrero 2012 Informe 129					
Encuestados	20.6	73.7	4.7	1.1	Gana ARENA mayoría de diputados en 2012
ARENA	6.4	91.6	2	0	
FMLN	41.4	49.8	8.2	0.6	

Fuente: Elaboración propia con base en informes pre electorales del IUDOP.

igual o mejor; incluso dentro de los simpatizantes de Arena, entre el 39.5% y 54.9% tienen esta misma percepción. Ahora en el Tabla 2 se observa que aun cuando en las elecciones de 2004 y 2006 la percepción ciudadana ante la pregunta “En general, ¿usted piensa que El Salvador va por buen camino o que necesita un cambio?” para el 68.4% y 64.6% de los encuestados se necesitaba un cambio, sin embargo, no ocurrió tal cambio y siguió gobernando Arena. Para 2009 la percepción de que se necesitaba un cambio era del 81.3% e inclusive era alto dentro de los simpatizantes de Arena (59.6%) lo que efectivamente se concretó con el gane del FMLN. Ahora para la elección de diputados 2012, el 73.7% tenía la percepción de que se necesitaba un cambio e incluso dentro de los simpatizantes del FMLN este valor era del 49.8%, el resultado fue un gane mayoritario de diputados por parte de Arena. Las tres encuestas de LPG datos de 2013 ante la pregunta *En su opinión, ¿Que le conviene más al país?* el 50.17% opina que *debe llegar otro partido*. Un dato bajo si se compara con la historia electoral de la Tabla 2. Entonces, sobre la base de las percepciones conocidas a la fecha se concluye que la ciudadanía se estaría inclinando más por la continuidad del actual partido en el gobierno que por un cambio en 2014. Es decir, los porcentajes de necesidades de cambio son bajos y no se evalúa mal a la gestión económica del gobierno.

¹ En la Encuesta sobre la jornada electoral del 21 de marzo de 2004, Informe 104 del IUDOP, ante la pregunta *¿Cuándo decidió usted por cual partido votar?* la respuesta *Antes de la campaña* fue del 70.4%. Así mismo, para el informe 119 de febrero de 2009, las respuestas fueron: *varios meses antes*, 15.9% y *hace más de un año* 56.1% (ambas 72%).



Fuente: <http://virgolunatica.wordpress.com>

Lo que yo les digo en la oscuridad, díganlo ustedes a la luz; y lo que oyen al oído, proclámenlo desde las azoteas” (Mt 10, 27). Esta sentencia, leída en el contexto del imperio romano del siglo I, significaba que los seguidores del Nazareno, entre otras cosas, no debían legitimar la estrategia de ocultar la verdad, sobre la que se cimentaba el imperio. El Nuevo Testamento sostiene que la política imperial se fundamentaba en una falsa paz, encubrimiento de la verdad y concentración de la riqueza en las manos de la élite romana. Para mantener esta política, el imperio empleaba religiosamente, entre otras, la estrategia del *panem et circenses*¹. Este término lo introdujo Juvenal² (s. I d C), quien así designó la estrategia del emperador Nerón, que para encubrir los

problemas sustanciales del pueblo y mantenerlo alejado de la política, obtener apoyos populares o apaciguarlo en momentos de crisis, realizaba eventos circenses, donde le regalaba pan o simplemente se lo vendía barato. Con esta expresión, Juvenal también criticaba la despreocupación del pueblo romano que poco a poco abandonaba la responsabilidad de participar en la vida política a cambio de recibir los favores de este espectáculo.

En El Salvador ha comenzado “oficialmente” la campaña electoral y los candidatos presidenciales deben imponerse el deber de informar al pueblo, desde una ética responsable, sobre aquellos aspectos que constituyen el sustrato, verdades esenciales, de lo que está afectando la vida de los salvadoreños y salvadoreñas. De estas verdades esenciales menciono sólo dos: la primera es que la economía del Estado está al borde del colapso, la verdad es que no hay dinero para pagar pensiones, ni voluntad decidida para otra política fiscal, tampoco quieren hablar de la desdolarización de la economía.

Una segunda verdad es que las instituciones del Estado están permeadas por el crimen organizado, este goza de la complacencia de funcionarios, lo cual hace que las instituciones pierdan credibilidad entre la población y eficacia en el ejercicio de sus funciones. El Ministro de Justicia y Seguridad admitió, el 30 de septiembre³, que se ha dado un aumento de asesinatos, ello parece indicar que la propaganda electoral estará marcada por dicho crecimiento; quizá una estrategia propia del crimen organizado para avisar que quien salga elegido presidente debe “negociar” con este “poder” el rumbo del país. ¿Cuál es la institución o partido que no ha recibido presiones del crimen para negociar cuotas de poder y votos, a cambio de impunidad? ¿Cuáles son las negociaciones clandestinas que tanto funcionarios como partidos hacen con la criminalidad? ¿Qué convenio esconde la tregua entre pandillas o las declaraciones del Ministro de la Defensa, quien califica al cartel Texistepeque como “*baby cartel*”?⁴

Actualmente los candidatos tienden a obviar estas verdades esenciales, dedicándose a dar recetas, realizar eventos de beneficencia cargados de lenguaje religioso para ganar clientela y tienen cantidades de dinero para realizar tales eventos (FMLN 15 a 18 millones, los otros sin informar), con la finalidad de entretener y desviar la atención del pueblo, formando una especie de pan y circo salvadoreño. La crítica de Juvenal hacia el pueblo romano sobre su despreocupación por la política, es válida para los ciudadanos y ciudadanas, militantes de partidos políticos, movimientos sociales del país. Sería oportuno dejar de ser masa conformista, y procurar que los respectivos candidatos digan la verdad de lo que está detrás de cada plan de gobierno; ello puede colaborar a que los partidos dejen de hacer espectáculo con las necesidades vitales de la población, vendiéndoles un país inexistente.

¹ CARTER, W. *El imperio romano y el nuevo testamento*, Estella 2011, pp. 11-27.

² Juvenal, *Sátira* 10, 77-81.

³ <http://www.laprensagrafica.com/2013/10/01/>.

⁴ <http://diario1.com/politica/2013/09/>.



Fuente: www.diariocolatino.com, 14/03/09

En tiempos de campaña ciertos medios de comunicación buscan aliarse con alguno de los principales partidos contendientes para ponerse a las órdenes de éstos y destacar las giras nacionales de sus candidatos mediante transmisiones en vivo, noticias y entrevistas, a cambio de conseguir inversión propagandística y afianzar cuotas de poder económico o político a mediano y largo plazo.

El caso ejemplar es la televisión, que pese a ser el medio más caro para la producción de sus programas, acompaña las giras de los candidatos y hace transmisiones completas a veces desde el

interior del país. En las campañas anteriores los despliegues mediáticos de TCS (Telecorporación Salvadoreña) favorecían al partido Alianza Republicana Nacionalista (Arena), pero desde 2009 las emisoras del Grupo Megavisión favorecen al gobernante Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), cuyas Caravanas de la Victoria son transmitidas en vivo.

Esta práctica genera inequidad en el otorgamiento de los espacios frente al resto de los partidos políticos y candidatos contendientes en la campaña electoral, porque mientras unos son destacados hay otros que son invisibilizados. Recientemente el candidato a la presidencia por el Partido Salvadoreño Progresista (PSP), René Rodríguez Hurtado, se quejó durante un foro de candidatos presidenciales que “los medios de comunicación sólo están dando cobertura a tres candidatos: Norman Quijano (Arena), Salvador Sánchez Cerén (FMLN) y Elías Antonio Saca (GANA)”. Los candidatos por el Frente Patriótico Salvadoreño (FPS) Oscar Lemus y por el (PSP) no existen para los medios, no pasan por las principales entrevistas de la televisión en horarios de mayor *rating* y sus actos proselitistas no reciben el mismo tratamiento que los partidos mayoritarios a través de transmisiones en vivo.

La mayoría de los medios de comunicación en El Salvador -periódicos, radio, televisión y prensa digital- no tienen políticas informativas explícitas para garantizar que los espacios mediáticos y coberturas durante las campañas electorales, sean equitativas, o que en todo caso se visibilicen también a los candidatos con menor incidencia y poder económico y político. Lo único que norma el Código Electoral (Art. 174) es lo relativo a la venta de espacios para la propaganda, ya que manda a los medios a “proporcionar a todos (los partidos) sus servicios en forma equitativa y no podrá esgrimir como excusa razones de contratación o pago anticipado para incumplir dicha equidad”. El mismo artículo agrega que “los medios de comunicación estatal proporcionarán espacios a todos los partidos políticos o coaliciones, en las condiciones establecidas en la Ley de Partidos Políticos”. Pero, tradicionalmente los medios estatales como Radio El Salvador y Cadena Cuscatlán, han favorecido la cobertura de los gobiernos de derecha o del gobierno en turno.

Es una tarea pendiente de los medios y de la prensa el tratar de ser equitativos en el otorgamiento de espacios iguales a todos los contendientes en una campaña electoral, para que tengan las mismas oportunidades, en tiempo y espacio, de presentar a la ciudadanía las propuestas de solución a los problemas del país. Los medios deben dejar el clientelismo que suelen mostrar durante las jornadas electorales para abonar a la democracia desde la equidad en sus coberturas informativas y otros espacios gratuitos dentro de la programación.