



## EDITORIAL

### VAMOS MUY MAL

Los dos meses que llevamos de propaganda electoral, de manera oficial, son suficientes para notar dos tendencias importantes. La primera es la poca o nula seriedad con que se están abordando los asuntos inmediatos que el nuevo gobierno tendrá que afrontar: el deterioro de las finanzas públicas y el incremento de la tasa de homicidios registrados en los últimos días. La segunda refiere a la oferta electoral que está rayando en el recurso a la mentira sin ningún tipo de vergüenza.

En dos meses, los candidatos no han sido capaces o no han querido tratar de cara a la ciudadanía sus propuestas para detener y revertir el deterioro de las finanzas públicas. Un asunto reconocido públicamente por altos funcionarios como el anterior Presidente del Banco Central de Reserva, el Ministro de Hacienda y más recientemente por el mismo Presidente de la República. Un tema sobre el que también se han pronunciado centros de investigación, universidades y representantes del PNUD-El Salvador. A estas alturas de la campaña no está claro qué medidas adoptará el futuro gobernante para solventar los problemas de liquidez en los que se ha visto envuelto el gobierno actual.

Quizá porque la situación fiscal del país requerirá de la adopción de medidas impopulares, no se quiere hablar de este asunto. Enfrentar con honestidad el deterioro de las finanzas públicas tal vez puede ser contraproducente desde el punto de vista de la eficacia política, es decir, cuando solo se tiene en la mira ganar las elecciones. Quizá por ello se prefiere mejor hablar de otras cosas. Pero tampoco en ese caso se habla con verdad. Hemos escuchado en los últimos días promesas cubiertas y recubiertas de mentira. Con problemas de liquidez en las finanzas públicas, ¿cómo puede ser verdad que a los policías se les dotará de mayor y mejor armamento, se les subirán los salarios, se incrementará el número de efectivos, etc.? ¿cómo puede ser verdad que a los niños y niñas escolares se les dará además del vaso de leche un "plato completo"? Y, ¿cómo puede ser verdad la apertura de las "casas ternura" y de las clases de inglés para los jóvenes, cinco horas al día, durante un año?

Faltan dos meses más de propaganda y el nivel de mentira ya es demasiado alto. Pero lo que más sorprende es la tolerancia ciudadana hacia una campaña plagada de mentira. ¿A quién vamos a elegir el 2 de febrero? ¿Al que mienta más y lo hace de la mejor manera? ¿Es que no hay manera alguna de detener esta tendencia diabólica? Si las cosas continúan así, vamos muy mal...

## CONTENIDO

♣ La ambigua religión del mercado y de la prosperidad en el plan de Saca

♣ "Meritocracia" en el Servicio Público: La Primera Dama

♣ Interés general *versus* interés particular

♣ ¿Defensores de la libertad de expresión?

♣ La ausencia de indignación ante la corrupción

*Observación y Análisis  
de las elecciones 2014*

Correo electrónico:  
[brujula.electoral@uca.edu.sv](mailto:brujula.electoral@uca.edu.sv)

# La ambigua religión del mercado y de la prosperidad en el plan de Saca

Manuel de Jesús Acosta, Departamento de Teología.

“Avanza El Salvador: construyendo un país con futuro” es el nombre del plan de gobierno del movimiento Unidad. Una lectura pausada de éste deja ver que se está ante un documento que, por una parte, no utiliza explícitamente lenguaje religioso, ni dedica un apartado a las creencias religiosas como lo hace el FMLN, sino que, al igual que Arena, utiliza explícitamente el nombre de Dios<sup>1</sup>. Pero por otra parte emplea bastamente un lenguaje propio de la religión del capital.

Ello se verifica en la insistencia en el mercado como elemento esencial de la sociedad de consumo y de las relaciones sociales<sup>2</sup>, el fomento o incremento de la economía, como la teología que interpreta la sociedad del mercado<sup>3</sup> y a la persona como capital humano para hacer crecer el mercado y la inversión. Ello parece ubicarnos ante una herejía que cobra vidas, aquella que fuera del dios mercado no hay vida para el ser humano, por tanto es el único camino que tiene que recorrer la humanidad. Sin embargo, en este plan, están ausentes términos como mercado justo o justicia en el mercado, en la producción y en el trabajo humano, y cuando esta se menciona es para referirse al ámbito de la violación de las leyes judiciales.

Un análisis de la religión del capital nos pone en contacto con la comercialización de las relaciones sociales, la sed de emocionalidad que surge alrededor de los mitos del dios mercado y de su intérprete económico, la teología de la prosperidad. Hay un denominador común en esta religión: la manipulación por el mercado, que hace caer una y otra vez bajo las fuertes garras de la comercialización consumista. El mercado, el voraz crecimiento económico con grandes costes humanos y el consumismo<sup>4</sup> son la manifestación idolátrica de este plan de gobierno del movimiento de Unidad. Se puede percibir en este la sacralización del dinero, del mercado y de la empresa, sin mediaciones, sino como la única opción de vida. Estas degradaciones idolátricas exigen un espíritu crítico, por parte de los ciudadanos<sup>5</sup>.



Fuente:  
<http://www.elsalvador.com/> 22/11/13.

El manejo de los medios, la ambigüedad en el discurso y en las acciones son una de las estrategias que utiliza el candidato de Unidad para conseguir votos y por tanto adeptos a su religión del mercado y de la empresa. Hemos visto cómo los medios nos han transmitido espectáculos insólitos de este candidato, fotografías cargadas de simbolismo ambiguo. Esta ambigüedad se evidencia también en la misma imagen del plan con su candidato levantando su mano izquierda, en la obsesión que tiene el plan con el vocablo “pobres”, y lo mismo en las noticias en las que se le declara padrino de promoción de bachilleres de Fe y Alegría, anunciando su programa “mi primer empleo hablando inglés”<sup>6</sup>; aunque para él hablar inglés es más en función del crecimiento de la empresa que un derecho educativo.

Estas estrategias también son propias de los personajes con poca formación cultural y con imaginarios religiosos acríticos, que aferrados a sus posibilidades económicas y a su fuerza simbólica buscan perpetuarse en el estado, cuando en ellos mismos está parte de la responsabilidad del caos social que se está viviendo. ¿No se tratará más de un empresario que busca publicitarse, para hacer crecer sus empresas? ¿No será alguien que busca un puesto en las próximas elecciones legislativas y que ha hecho convenios con alguno de los partidos mayoritarios? Es difícil responder a estas preguntas cuando se trata de un personaje que al igual que los niños en los juegos mecánicos que después bajarse de un caballito, de inmediato, quiere subirse a otro.

<sup>1</sup> Cfr. Avanza El Salvador, p. 5

<sup>2</sup> Ibid. 9, 15, 241. Este vocablo aparece en 43 ocasiones.

<sup>3</sup> Ibid. 194, 208, 210. Vocablo que sale en 32 veces.

<sup>4</sup> En el plan “avanza El Salvador”, el vocablo consumo aparece de manera maquiada, en sintonía con el vocablo invertir o inversión, términos estratégicos de este plan.

<sup>5</sup> Cfr. MARDONES, J. M. *Las nuevas formas de la religión*, Estella 1994, pp. 111-112.

<sup>6</sup> Cfr. [Laprensagrafica.com/2013/11/23](http://Laprensagrafica.com/2013/11/23).

Esta campaña electoral se está centrando en lo mismo de siempre: en la figura del candidato presidencial y en las propuestas –incluso demagógicas e irrealizables– que se propone implementar, si gana las elecciones. En ese sentido, tal como ha ocurrido en el pasado, un aspecto ausente en la campaña es el silencio de las fórmulas presidenciales acerca de los potenciales servidores públicos que integrarían su Gabinete de Gobierno quienes, en la práctica, son los encargados de articular e implementar las propuestas que ahora se prometen. Sin embargo, sin limitación alguna, afirman que en su mandato el mérito será el eje central para el nombramiento de dichos servidores públicos. Ahora bien, toda regla general tiene su excepción: independientemente de quien sea el candidato vencedor se sabe y se acepta sin cuestionamiento alguno, primero, que la esposa de este será la Primera Dama de la República – salvo en el caso de Norman Quijano, pues lo sería su hija– y, segundo, que automáticamente ella formaría parte del Gabinete de Gobierno, ya que se le nombraría como titular de alguna Secretaría de Estado por decisión de su esposo o su padre, digo, del Presidente de la República. Las potenciales Primeras Damas de los 3 candidatos con mayor apoyo en las encuestas, por ejemplo, se han comprometido en mantener algunos de los programas del Área Social<sup>1</sup>, dando a entender que estarán a cargo de ellos.



Lisseth Quijano

Margarita de Sánchez

Lúgía de Saca

No cabe duda, la Primera Dama formará parte del equipo del Órgano Ejecutivo, sin que su integración se sustente en sus méritos profesionales. Sin menospreciar las aptitudes y capacidades de las Primeras Damas, pasadas y presentes, lo cierto es que su vinculación al servicio público se está justificando, esencialmente, por el vínculo familiar que guardan con el Presidente –ya sea porque es esposa o hija– y no por los méritos mostrados a lo largo de su vida. Obviamente en esta falta de señalar sus capacidades, tiene mucho que ver el enfoque que los equipos de campaña les están dando: como la fiel esposa del candidato y madre de sus hijos, y no como la servidora pública profesional en la que podría convertirse. La Primera Dama no debe ser nombrada como servidora pública de forma automática, sino conforme a sus aptitudes y méritos debidamente comprobados. Esta podría ser una contribución ejemplificante para modernizar la gestión de los asuntos públicos.

Por ejemplo, según la Ley de Presupuesto General del presente año<sup>2</sup>, la Primera Dama se encargaría de administrar \$13 millones aproximadamente, en su calidad de Secretaria de Inclusión Social, tanto para el normal funcionamiento de dicha institución como para la ejecución de los proyectos del Área Social, entre los que se encuentra el Programa de Ciudad Mujer por ejemplo. Si bien la cantidad de dinero administrada por la Primera Dama es ínfima en relación al total del Presupuesto General, lo cierto es que la buena administración del Estado exige que el nombramiento de los gobernantes se haga con base en su profesionalidad, y no por el vínculo familiar entre ellos. El nombramiento de la Primera Dama como encargada del Área Social por *tradición*, no es más que el vestigio de una *realeza descafeinada*, ajena a la “meritocracia”, que habrá de superarse para el fortalecimiento de una verdadera Administración Pública moderna. Mantener esta *tradición* indicaría que el discurso de los candidatos a favor de la “meritocracia” corre el riesgo de quedar en *papel mojado* por 5 años más.

<sup>1</sup> “Las herederas de Vanda Pignato”. Periódico Digital La Página, consultado el 28 de noviembre de 2013, en <http://www.lapagina.com.sv/nacionales/83155/2013/06/19/Las-herederas-de-Vanda-Pignato->

<sup>2</sup> Decreto Legislativo No. 182, Ley de Presupuesto General para el Ejercicio Financiero Fiscal del año 2013, del 8 de noviembre de 2012, publicado en el Diario Oficial No. 228, Tomo 397, de 5 de diciembre de 2012.

Casi siempre, al finalizar unas elecciones presidenciales, el candidato ganador dice en su discurso que “gobernará para toda la población, no solo para su partido” y, casi siempre también, el candidato perdedor, cabizbajo, afirma que “hará una oposición constructiva y vigilante”. Sin embargo la experiencia nos dice que esto no se cumple. Durante las campañas electorales también vemos que todos los partidos dicen que van a trabajar por el bien de todo el pueblo salvadoreño.

Nunca un partido político representan a toda la sociedad. El mismo nombre de “partido” denota que los institutos políticos son solo una *parte* del todo. La etimología de la palabra partido viene del latín “*partire*” que significa dividir. Por tanto, cuando escuchamos a algún candidato decir que representa los intereses de todo el pueblo, no nos está diciendo la verdad. Todo partido representa solo a un sector de la sociedad cuyos intereses defiende y promueve. El arte o la astucia de un partido están precisamente en hacerle creer a la población que representa el interés general cuando en realidad representa el interés de una parte. En eso consisten las campañas, en venderse a la gente como la opción que es buena para toda la población y no solo para una parte.

De ahí la importancia de que la población se pregunte ¿a quiénes representan este o aquel partido? ¿Qué sectores están detrás de ellos? ¿Cuáles intereses son los que defienden? Las respuestas a estas preguntas no las encontraremos en los discursos ni mucho menos en la propaganda electoral. Hay que fijarse bien en los planes de gobierno de los candidatos para ver qué piensan hacer y a quiénes quieren beneficiar. Pero hasta de los planes hay que desconfiar, sobre todo cuando no son planes serios y realistas y cuando la historia demuestra que una cosa es el papel y otra la realidad. Si se quiere ver la verdad de los partidos y de sus candidatos hay que analizar su trayectoria pasada, sus actuaciones, lo que han hecho y hacen en la práctica. ¿A quiénes han favorecido o favorecen? ¿A quiénes defienden en la realidad?



Entonces ¿Para qué sirve elegir a alguien si llegue quien llegue al poder solo representa a una parte de los ciudadanos? ¿Significa que solo favorecerá a los que representa? La democracia consiste, en parte, en que se respeta la voluntad de la mayoría de la población. Lo importante es que cada ciudadano o ciudadana tome una decisión a la hora de votar después de tener información y haber analizado bien las propuestas que se hacen y a los mismos candidatos. Lo primero que debemos hacer es estar claros de a qué parte de la población representa cada partido. En segundo lugar, fijarnos si la defensa de los intereses de esa parte de la población no entra en contradicción con los intereses del pueblo en general. ¿Es bueno para todo el país esto que han hecho y que prometen hacer? ¿No beneficiará solo a un grupito?

Después de las elecciones de febrero de 2014 el candidato que resulte ganador será el representante directo de una parte de la sociedad. Lo que el futuro presidente debe garantizar es que defendiendo los intereses de la parte a la que representa, no entre en contradicción con lo que beneficia a la mayoría de la población.



Manta colocada en la fachada de un local de las Dignas

Los medios han hecho una gran alharaca desde que el Tribunal Supremo Electoral, TSE, anunció que en cumplimiento del Código Electoral que prohíbe las formas de propaganda electoral basadas en atacar al adversario, conocidas como “campana sucia”, ordenaría el retiro de los anuncios y sancionaría, no sólo a los responsables de los mismos, sino también al medio de comunicación que los difundiera. Como un “atentado a la libertad de expresión” criticaron tal disposición del máximo organismo en materia eleccionaria. Argumentan que es algo atentatorio a la vida democrática, que es ilegal porque supone la censura previa, que los únicos responsables serían los partidos políticos que producen los anuncios y contratan los espacios, que es contrario al principio de libre contratación, que los medios se limitan a la difusión y no les corresponde juzgar los contenidos.

A esta postura prácticamente unánime de los grandes medios de comunicación – tanto prensa como estaciones de radio y canales de televisión – se sumaron las agencias de publicidad y el partido Arena. Hay intereses económicos detrás de estas posiciones. En el caso del instituto político opositor más bien se refleja una forma de entender la democracia y la competencia política. Da la impresión de que está frontalmente en contra por ser el partido que más ha practicado variadas formas de “campana sucia” y que por tanto se siente perjudicado por la disposición del TSE.

5

Éste ha mostrado su determinación imponiendo las primeras sanciones, justo al partido Arena por varios anuncios atacando a Tony Saca y a la candidatura del FMLN.<sup>1</sup> Sus quejas huelen a hipocresía, cuando lo que hace el TSE es simplemente aplicar la ley y hacerla cumplir, algo que ha de redundar en el bien de la democracia y de sus operadores. Es decir, la propia Arena resultará también beneficiada. La postura de los medios y de los publicistas es doblemente hipócrita, pues no mencionan el beneficio económico que, obviamente, es una motivación fuerte para sus quejas. Pero es que además cuando les ha parecido han sido los primeros en atentar contra la libertad de expresión. Un claro ejemplo ha sido el retiro de la campana publicitaria de varias organizaciones feministas, aduciendo motivos morales.

No corresponde a los medios dictaminar en temas éticos o arrogarse el derecho a la censura; tampoco las agencias de publicidad tienen competencia en eso. Sin embargo lo hicieron con total impunidad. Los acuerpó la alcaldía de San Salvador, en manos de Arena, tal como denuncian las organizaciones de mujeres en estas mantas, colgadas en la fachada de sus propias sedes después de que fueran retiradas por orden municipal y por boicot empresarial de publicistas y comunicadores. Abrir un debate sobre la temática no es atentatorio a la moral, ni a la democracia. Sí lo es la hipocresía con que se quiere impedir. Lo es también pretender mantener campanas electorales sucias.



Manta en las Dignas. Fotos tomadas el día 20/11/2013

<sup>1</sup> Véase “Pasos democráticos del TSE” por Carlos Mauricio Hernández, en **brújula electoral** #10. (<http://www.uca.edu.sv/-cvXMIS>)



Fuente: Foto del Diario CoLatino, 12 de noviembre de 2013

En columnas publicadas recientemente por algunos “analistas políticos” sorprendió el hecho que éstos asumieron una postura en defensa de los acusados de robo al Estado por más de \$1,800 millones de dólares. Los columnistas ni siquiera se inmutaron por la cifra del desfalco -que representa el 38.5% del presupuesto para el 2014 (\$4,679 millones)- y más bien se atribuyó la situación “al calor de la campaña electoral” y a la manipulación de las instituciones del Estado por parte del FMLN y del presidente Funes. Se nota en sus columnas de opinión una ausencia casi total del *pathos* de la indignación que deberíamos sentir todos los ciudadanos ante hechos de corrupción como el denunciado en el caso CEL-ENEL.

Se entiende la reacción de estos “ilustres compatriotas y nacionalistas”, ya que en este caso no se trata de delitos cometidos por el viejo Lin y sus amigos sino de personas “respetables” vinculadas al partido Arena. Con estas reacciones me queda la sensación de que este país no evoluciona y que todavía se aplica a nuestra realidad, aquel párrafo de Rousseau del año 1753 (Tomado del prólogo de su comedia *Narciso*), que describe muy bien lo que en estos días presenciamos en los medios de comunicación ante este caso de corrupción, decía Rousseau:

*¡Qué singular situación aquella en la que quienes ya han acumulado riquezas siempre facilitan los medios para su acrecentamiento y en la que aquel que nada tiene le es imposible adquirir algo; en la que el hombre honrado no posee medio alguno para salir de la miseria, los grandes estafadores reciben los mayores homenajes y se está obligado a renunciar a la virtud si se quiere ser un caballero (hombre de honor)!.*

6

En este país siempre ha sido difícil probar los graves delitos de corrupción que dañan a toda la población, es decir, esos grandes robos que incluso han sido denunciados por los mismo dirigentes de Arena, como el revelado por el Sr. Hugo Barrera que en televisión dijo: “A mí me dijo David Gutiérrez que lo de los \$40 millones era cierto y que él se los había entregado a Saca”<sup>1</sup>. Y así podríamos citar otras declaraciones de corrupción mencionadas por los dirigentes de ese partido. Lo que marca la diferencia en el caso de CEL-ENEL es que la fiscalía tocó a los “respetables”, y los analistas en lugar de exhortar en sus columnas de opinión a que la institucionalidad del país funcione<sup>2</sup> se adelantaron con alabanzas y elogios para los acusados. Bajo esta lógica, sigue igual la situación del país que describe Rousseau.

Igual comportamiento sigue la élite de ANEP, por un lado piden que la institucionalidad funcione en el caso de Alba petróleos pero en el caso CEL-ENEL no se escucha a su máximo dirigente pedir una investigación a profundidad y el castigo -si este existe- para los responsables. En realidad no se puede esperar más de esta gremial empresarial, que en tiempos de Arena sirvió de pasarela de candidatos a puestos de Gobierno y en tiempos del FMLN se comporta como grupo de choque del partido Arena. Ojalá que nuestros columnistas y dirigentes gremiales revisaran lo que escribió Rousseau hace 260 años y se despierte en ellos esa indignación ante los actos corruptos. Luchar contra de la corrupción debería despertar más patriotismo porque sin duda es uno de los principales problemas del país, aunque esto no se exprese de manera contundente en las encuestas de opinión.

<sup>1</sup> Redacción. (12 de Septiembre de 2013). Diario El Mundo. Recuperado el 29 de noviembre de 2013, de Diario El Mundo: <http://elmundo.com.sv/hugo-barrera-me-dijo-david-gutierrez-que-los-40-millones-se-los-habia-entregado-a-saca>.

<sup>2</sup> Es decir, que sea la ley la que determine si son culpables o no.