



EDITORIAL

CONTENIDO

LA JORNADA DE REFLEXIÓN PREVIA AL 2F

De acuerdo con el artículo 175 del Código Electoral (CE) queda prohibida la propaganda electoral durante los tres días anteriores a la elección y en el propio día de la misma. Esto quiere decir que a partir de las cero horas del 30 de enero deberá callar toda la maquinaria propagandística de los partidos, incluyendo en este caso a quienes como el Presidente de la República, la empresa Alba petróleos y Fusades, que (saltándose lo establecido en el Art.172, inciso segundo, del CE) si bien no pidieron el voto directamente, hicieron propaganda subliminal en televisión o en otros medios.

Al lapso de tres días previos a la jornada electoral se le suele denominar jornada de reflexión. Utilizando el simbólico número "tres" para indicar "suficiente tiempo", la legislación electoral salvadoreña da una oportunidad para que el electorado reflexione sobre la orientación de su voto, es decir, sobre el beneficiario de su preferencia. Mientras tanto el aparato logístico del Tribunal Supremo Electoral ha iniciado el traslado de los paquetes electorales hacia los diversos organismos temporales de gestión electoral. La meta es que a más tardar a las cinco de la mañana del 2F, las Juntas Receptoras de Votos (JRV) tengan a su disposición todo el material necesario para efectuar la votación (CE, Art.189).

Como se sabe, en esta ocasión se implementará el voto residencial en todos los municipios del país. Esto ha significado la instalación de 1,593 centros de votación con un total de 10,446 JRV. La ciudadanía apta para ejercer el sufragio alcanza una magnitud de 4,955,107 electores registrados.

La participación media en las elecciones presidenciales desde 1994 ha sido de 56.3% de los electores inscritos. El máximo valor se tuvo en 2004 con 69.4%. Las elecciones presidenciales se ganan con la mitad más uno de los votos válidos. Solo en 1994 hubo necesidad de realizar una segunda vuelta según lo dispone el Art.216 del CE. En aquella ocasión Arena alcanzó el 49.1% de los votos válidos en primera vuelta. Por 0.9% hubo necesidad de realizar una segunda vuelta.

Según el Iudop, a estas alturas 80% de los salvadoreños ya tienen una decisión electoral definitiva. Queda por ver si esa decisión tendrá como consecuencia prolongar la angustia electoral por 30 días más (con el costo financiero que ello supone) o si, como en los últimos tres procesos electorales, todo se resuelve en primera vuelta.

♣ Militarización: otro golpe a la juventud salvadoreña

♣ Militarizar ¿para qué?

♣ Arena con dificultades ideológicas: no logró moverse hacia el centro

♣ "Políticos a quienes les duela de verdad la vida de los pobres"

♣ ¿Las "propuestas" son predictores del comportamiento electoral?

*Observación y Análisis
de las elecciones 2014*

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

Tal como se señaló en una edición anterior¹, la fórmula presidencial del partido Arena está proponiendo una serie de medidas en materia de seguridad que atentan de forma directa contra la Constitución y los Acuerdos de Paz. En esta ocasión, conviene analizar la última de sus propuestas que ha sido mediáticamente difundida: la militarización de la seguridad pública, la que consistiría, entre otras medidas, en el uso de la Fuerza Armada y en la implementación del reclutamiento de jóvenes en riesgo, entre los 18 y 30 años. Como gran *prestidigitador*, el candidato Norman Quijano justifica constitucionalmente toda su propuesta utilizando argumentos que en realidad solo sirven para justificar una parte de ella. En concreto manifiesta que la militarización es constitucional, pues se sustentaría en el artículo 168 ordinal 12° Cn. Sin embargo, es urgente decirlo, dicha disposición solo reconoce la atribución presidencial para usar excepcionalmente a la Fuerza Armada en tareas de seguridad pública; es decir, no sirve para sustentar el reclutamiento *forzoso*, ni las otras medidas que propone. Es más, con la aplicación de este artículo se está comprometiendo a darle continuidad a la estrategia de combate a la delincuencia implementada por Presidentes Antonio Saca y Mauricio Funes; en pocas palabras, está prometiendo más de lo mismo.

En cuanto a la medida *novedosa* del reclutamiento, cabe mencionar que esta afectaría a los mismos de siempre: los jóvenes excluidos y marginados, que no necesariamente son mareros (delincuentes). Según manifestó el candidato Quijano en una entrevista en CNN Español², los jóvenes “que ni estudian ni trabajan [y] que están en riesgo de caer en las pandillas” serían reclutados automáticamente por la Fuerza Armada; es decir, van a “causar alta” obligatoriamente, los jóvenes cuya única *culpa* es ser los excluidos y marginados de una sociedad que no les brinda la oportunidad de estudiar o trabajar; jóvenes que, según el planteamiento de la propuesta, podrían convertirse en delincuentes por la *mala suerte* de haber nacido en el lugar y la realidad socioeconómica equivocada. En esencia, la medida busca que estos jóvenes sean reclutados por el ejército, para evitar que sean *reclutados* por las maras. Con esto, tal parece que esta fórmula presidencial está manifestando que en su gobierno los jóvenes en riesgo (potencialmente todos, por la falta de oportunidades generalizada), en lugar de contar con varias alternativas de superación, solo cuentan con dos: o la disciplina del ejército o la *disciplina* de las maras.



Tomada de www.laprensagrafica.com

Ante esta censurable propuesta que se presenta en la actualidad, conviene recordar algunas de las palabras que esta Universidad le expuso a la sociedad salvadoreña en 1996, con motivo de la aprobación de la Ley Transitoria de Emergencia contra la Delincuencia y el Crimen Organizado, impulsada por el Presidente Armando Calderón Sol: “En lugar de considerar el fenómeno [de la violencia] en su complejidad, éste se simplifica, reduciéndolo a la delincuencia común juvenil o callejera, se exalta la represión, se estimula la paranoia y la intolerancia ante la sospecha y, sobre todo, se legitima nuevamente el uso de la fuerza por parte del Estado para controlar a la población, lo cual pone en peligro la frágil institucionalidad democrática del país”³.

¹ La propuesta inconstitucional de Arena en materia de seguridad. Brújula Electoral No. 17, 15 de enero de 2014. Publicado en http://www.uca.edu.sv/upload_w/16/archivo/1389803007-52d6b5ffe9341.pdf

² Entrevista publicada en <http://cnnespanol.cnn.com/2014/01/20/candidato-presidencial-de-el-salvador-dice-que-acudira-al-estado-de-excepcion-para-combatir-a-maras/>

³ Pronunciamiento de la UCA: La violencia no se combate con más violencia. Un llamado a la sensatez. Publicado en La Prensa Gráfica, el jueves 21 de marzo de 1996. Págs. 48-A y 49-A.

Dice Edelberto Torres Rivas: “En El Salvador, aunque siempre ha habido militares al frente del gobierno, es a partir del golpe del 25 de enero de 1961 que se produce la “institucionalización” definitiva del Ejército como ejecutor del poder del Estado. El Ejército, previa deliberación interna, es decir, “democráticamente” toma consciencia de su papel ordenador. Y como única institución que no depende del voto, vale decir, de las veleidades de la plebe, se apodera, llena el aparato del Estado”¹. Otra pista más: “en el pasado la Fuerza Armada era una “supra institución” que estaba por encima de las demás instituciones, para decidir sobre una gran variedad de aspectos y con un alto nivel de autonomía respecto a los poderes del Estado”².

Por un lado tenemos una institución castrense acusada de violar sistemáticamente los derechos humanos de la población civil; y por otro lado el hecho que un candidato o partido político declaren, como lo hizo Norman Quijano en el pseudo “debate” organizado por Asder, que de ganar la presidencia, implementaría el *Estado de Excepción* que le permitirá militarizar la seguridad pública y hacernos creer que con esa medida mejorarán los resultados en la lucha contra los altos niveles de criminalidad que sufrimos los salvadoreños. Hay que considerar varias cosas antes de militarizar el país:



1º-En el pasado el elemento históricamente más preocupante y antidemocrático del poder de la FAES residió en su control total del ámbito de la seguridad pública.

2º-Todos los partidos que proponen militarización podrían estar pensando que los actores políticos civiles todavía no han asumido plenamente su responsabilidad en los campos de la política militar y de política de seguridad nacional. Queremos que los militares hagan con fuerza lo que el poder civil no puede hacer con leyes y políticas inteligentes.

3º-Suponiendo que el número de efectivos de la FAES fuese mayor que la cantidad de delincuentes causantes de la violencia y crimen (considerando que en el país existe un promedio de 29,325 miembros de pandillas³) nada ni nadie puede garantizar que los militares serán efectivos para combatir la desigualdad económica y social, que en realidad, está en la base del problema a combatir...

4º-En el pasado cuando la FAES estuvo en control del gobierno militar falló en alcanzar y mantener las metas socio-políticas y económicas que dieron sustento a su esquema de dominación. ¿Qué les hace pensar que hoy la Fuerza Armada tiene la capacidad de controlar mejor la rampante criminalidad?

5º-Si en el pasado el “ejército de la sociedad agraria”⁴ llegó a su fin con los Acuerdos de Paz ¿será que ahora pretenden reorientarlo y refundarlo para que trabaje para el “partido empresa”?

6º-La coyuntura electoral nos indica que los actuales líderes políticos carecen de imaginación y liderazgo para guiar a los salvadoreños hacia una sociedad, que se niega a las tentaciones de un orden fundamentado en la fuerza y la violencia, donde los poderes militares someten los ámbitos de la vida y terminan por socavar la democracia, tal como lo hicieron en el pasado no tan lejano; acabamos de celebrar el 22º aniversario de los Acuerdos de Paz donde apostamos a crear una nueva sociedad basada en el respeto a los derechos humanos de todos y todas las personas y cesamos toda relación violenta a favor del diálogo y el consenso como vía para resolver el conflicto social.

¹ Torres-Rivas, E. *Crisis del poder en Centroamérica*, San José, EDUCA, 1981, págs. 155-156 Cf. Cita a pie de página.

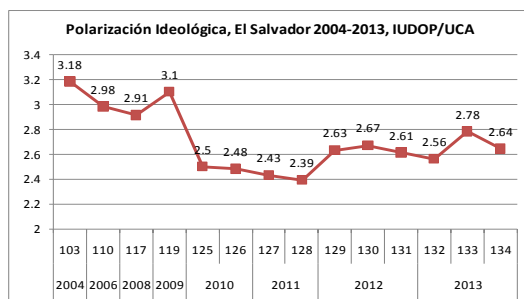
² Córdova M, Ricardo “*El Salvador: Situación de la Fuerza Armada y su relación con el momento actual y futuro*”. CAEE, 1996.

³ Ver: LPG del 25 de mayo 2013: <http://bit.ly/1orwYe8>

⁴ Huezó M., M. “*El fin del ejército de la sociedad agraria*”, en: *Tendencias*, Año 4, Vol. IV, No.55, Octubre de 1996, San Salvador.

Arena con dificultades ideológicas: no logró moverse hacia el centro

Willian Ernesto Marroquín, Tecnologías de Información y Comunicación.



por lo tanto, su entorno electoral se presentaba sencillo. Por su parte, para Arena y Unidad el ambiente era más bien complejo ya que no sólo competirían entre sí por el mismo “territorio de caza” (sectores de derecha) sino que entrarían a la competencia como opositores del FMLN.

Ante estas condiciones del ambiente, el éxito de la campaña electoral iba a depender de la **dirección de la competencia** que asumiera cada partido y coalición, la cual sería definida por las estrategias de los “gurus” del marketing político y por los comandos de campaña de cada partido. La dirección de la competencia puede ser centrípeta (con movimiento ideológico hacia el centro) y centrífuga (alejándose del centro) y busca en esencia la maximización de votos en un sistema de partidos específico². Por ejemplo, en una competencia bipolar con dos partidos (sin partido dominante) la dirección de la competencia debe ser centrípeta, es decir, los partidos -para maximizar sus votos- deben moverse hacia el centro del espectro político ideológico³. La percepción de la dirección de la competencia la crean las campañas electorales utilizando principalmente a la figura del candidato, la imagen partidaria (creada a través de sus propuestas, la posición sobre las cuestiones o *issues* y sus discursos políticos) y, la campaña negativa (o sucia) utilizada por los partidos. Aunque parece obvio que se debe dirigir la competencia hacia el centro en un ambiente bipolar, en la práctica la ambición de poder al interior de los partidos los lleva a cometer errores, principalmente cuando seleccionan mal a sus candidatos, lo que los lleva a perder una carta importante para crear la percepción de movimiento centrípeta. Por ejemplo, en la elección de 2004 el FMLN al seleccionar a Schafik como candidato se movió en dirección centrífuga al extremo de su propio polo dejando libre el centro y, Arena, por su parte, utilizó la campaña negativa para polarizar el país y mover al FMLN aún más hacia su polo. Al mismo tiempo, Arena con un discurso de campaña de corte social impulsado por Saca logró moverse más allá del centro con lo cual maximizó sus votos para terminar ganando holgadamente la elección.

Ahora bien, para 2014 ambos partidos FMLN Y Arena escogieron mal a sus candidatos lo que los situó en los extremos de sus respectivos polos. El FMLN entendió bien que estaba en un entorno bipolar con tres partidos y que la dirección de la competencia era hacia el centro, entonces no sólo quitó a su candidato del frente de la campaña sino que realizó una campaña sin confrontaciones y propositiva que lo movió en términos de percepción ideológica al centro (¿Qué tanto? lo veremos el 2 de febrero). Arena tuvo dificultades para entender que la competencia debería de ser hacia el centro y dejó que Quijano siguiera al frente de la campaña, anclado a su polo y más empeñado en pelear por su territorio de caza con Saca (en dirección centrífuga). Al final de la campaña, Arena volvió a utilizar la campaña negativa para tratar de mover al FMLN a la izquierda sin mayor éxito, como lo comprueba el hecho de que la polarización ideológica⁴ en los últimos meses más bien bajó (ver Figura).

¹ El “territorio de caza” es la base social que el partido selecciona y delimita a través de su ideología y que, a su vez, le otorga identidad al partido. En el caso de esta elección no hay otro partido, distinto al FMLN, que se presente en términos ideológicos como partido de izquierda.

² Para el caso de esta elección, la competencia es de tipo bipolar con tres partidos significativos y dos partidos testimoniales.

³ El electorado salvadoreño se autoubica ideológicamente en el centro (el 68% se autoubica en el rango de 2.76 y 8.04 del espectro, de acuerdo al IUDOP la media de autoubicación ideológica es de 5.40 y la desviación estándar de 2.64) y votan al partido más cercano, en términos ideológicos. Esto hace que en un ambiente bipolar, el movimiento ideológico de los partidos ubicados en los polos extremos sea hacia el centro; es decir, deben moverse a posiciones ideológicas más moderadas que es donde se encuentra el grueso del electorado.

⁴ En el sondeo del Iudop se pide a los entrevistados definirse de acuerdo con una escala ideológica de 1 a 10, donde 1 representaba la extrema izquierda y 10 la extrema derecha. De acuerdo al libro *La política importa* (p. 190): “Una forma de evaluar el grado de polarización en las actitudes del público es estimar la desviación estándar (o el rango entre el mayor y el menor) en la distribución de las respuestas a esta pregunta”.

“Políticos a quienes les duela de verdad la vida de los pobres”

Manuel de Jesús Acosta, Departamento de Teología.

El título anterior es una frase de Jorge Bergoglio, Papa Francisco, por medio de la cual expresa su deseo y su preocupación, porque resurja otra clase política comprometida con la salud, el trabajo y educación digna para todos los ciudadanos, dado que en muchos países esta clase no existe y no se avista y en otros es muy escaza, porque se sigue ejerciendo una política de beneficio propio y no como un oficio noble o altísima vocación hacia el bien común¹.

En el caso nuestro, esta otra clase política, que le “*duela de verdad la vida de los pobres*”, aún no llega, puesto que aunque algunos se autoproclamen sus defensores, no lo demuestran ni en sus estilos de vida y ni en sus maneras de gobernar transparentemente, con lo cual aún no se ha logrado cambiar el paradigma del político panfletario, pieza de museo, parásito y sensacionalista. En este aspecto, una lección que deja la campaña electoral a los militantes de los distintos partidos, es exigir transparencia en la selección de candidatos y que los que representan la denominada tradición partidaria permitan el cambio generacional en sus filas.

Estamos a unos días para la elección del presidente y en esta campaña electoral, los pobres han sido tomados como medio para ganar votos, tanto que un pobre vale un voto. La campaña, con la anuencia del TSE, ha sido millonaria, con lo cual ha insultado el subempleo, la escasez alimentaria y medicinal de los pobres, a su vez, ha sido mentirosa, sea porque no se ha dicho la verdad o sea porque cuando esta se ha pretendido decir ha sido a medias o para sacarle provecho electoral; con lo cual necesitamos de una verdad que nos libere, que beneficie a los pobres y deje de ser oportunista.

En este sentido, se debe decir que entre los candidatos a presidente no ha existido diferencia en la forma de cómo se ha utilizado el dolor de los pobres. Pongamos ejemplos: Arena nunca dio un informe de sus gastos de campaña y de dónde obtuvo la subvención, el FMLN tampoco lo hizo y nunca ha dado un informe transparente de su alianza con ALBA petróleo. Lo que pasa es que en estas esferas del gran capital, las distancias entre ellos son muy pequeñas, ya que la mayoría son ídolos del dinero que fagocita la vida de los humildes, además que este ídolo no conoce muros de partidos, aunque a la vista de los pobres pareciera que son grandes estas diferencias. Se necesita que el elegido presidente se desvincule de esta idolatría y le apueste a políticas de austeridad, a una mejor distribución del ingreso, creación de fuentes de trabajo, a una promoción integral de los pobres que supere la benefactoría, el asistencialismo y el populismo irresponsables, asumidos hasta hoy por los presidentes electos².

Preguntémonos ¿cuál es el lugar que ocupa la vida de los pobres en los candidatos y en sus planes de gobierno? Esta pregunta y su respuesta no aparece por ningún lado de la campaña, casi todos los candidatos han hablado más del crecimiento del capital y de hacer crecer la riqueza, con lo cual se piensa gobernar desde el dinero y no desde la vida de los pobres. Ello provoca una ética estatal ciega a favor del dinero y no en beneficio del ser humano; al mismo tiempo que impone un régimen de inequidad que genera violencia, el cual resulta difícil de erradicar, sólo si se extirpa desde la raíz.

La pregunta anterior puede ser un criterio al momento de emitir el voto. Un gobierno que hace de la vida de los pobres, su criterio de inspiración y de acción, es aquel que no tiene gente durmiendo en portales ni en la calle, mucho menos niños y jóvenes limpiando parabrisas en los cruces de calle, que no tiene niños sin escuelas, ni jóvenes sin educación universitaria, que brinda atención sanitaria gratuita, de calidad y sin restricción de clases, que transparenta todos sus gastos ante la población, que genera inclusión y diálogo social, que pone todo su aparato público a favor de la justicia y de la protección de los más débiles y de los desaparecidos, y que no causa incertidumbre e inseguridad a los jubilados.



Fuente: www.lapagina.com

¹ Cfr. Evangelii Gaudium, 205.

² Ibid 204.

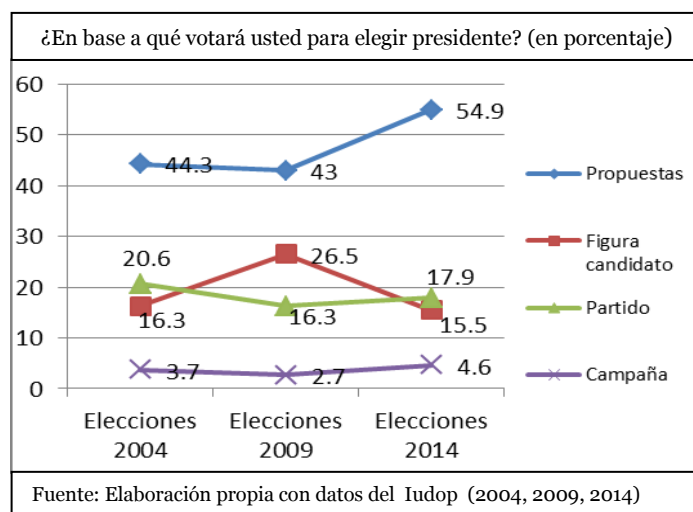
¿Las “propuestas” son predictores del comportamiento electoral?

Carlos Monterroza, Departamento de Sociología y Ciencias Políticas.



Explicar las motivaciones de por qué vota como vota el electorado resulta una tarea además de interesante muy compleja porque existen diversas variables influyentes: el proceso de socialización individual; las actitudes políticas hacia las elecciones; el enfoque racional basado en el análisis costo-beneficio que hacen los ciudadanos de los partidos y candidatos en competencia; entre otros aspectos. Por su parte, el análisis desde la comunicación política introduce el tema de la persuasión como un efecto de la campaña electoral, donde un elector o una electora podrían cambiar su preferencia o en el último momento deciden no votar a pesar que antes sí tenían la intención de hacerlo.

En ese proceso de persuasión los candidatos junto a sus partidos lanzan estímulos para capturar la atención de los votantes y lograr un resultado¹. Para muestra, en esta larga y adelantada campaña electoral se utilizaron diversas formas como los spots, las declaraciones de los candidatos en medios de comunicación y finalmente el ejercicio titulado “Debate presidencial” que más bien resultó un foro mediático² entre candidatos donde no hubo ni una sola pizca de debate. Probablemente entre las expectativas de aquellos electores que todavía no han decidido, ni tampoco son parte del “voto duro” de los partidos, está que las propuestas de cada candidato podrían persuadirlos para elegir una opción. Pero esta campaña estuvo tan cargada de imágenes, frases y ataques que escondió la posibilidad de que los candidatos ofrecieran propuestas -y la ciudadanía exigir las- sustentando su viabilidad y forma de implementación (responder al *cómo* que tanto se evadió en el foro mediático llamado “debate”).



Resulta importante este asunto porque en las percepciones de la ciudadanía un insumo clave que será la base para votar son las propuestas descritas en los planes de gobierno como en las declaraciones de los candidatos. Revisando las encuestas del Instituto Universitario de Opinión Pública en los procesos electorales presidenciales de los años 2004, 2009 y 2014, aparece una pregunta que se les formuló a las personas consultadas en aquel momento: ¿En base a qué votará usted para elegir presidente?³. Los resultados identifican a las propuestas como el principal elemento para tomar una decisión; el gráfico muestra un aumento

6

importante (de 44,3% en 2004 a 54,9% en 2014) de electores que se decantaría por esa variable.

Otra opción como la figura de los candidatos sufrió una baja considerable entre las elecciones de 2009 y la del próximo 2 de febrero (de 26,5% en 2009 a 15,5% en 2014). Entonces, tratando de interpretar la tendencia de los datos -y considerando las subjetividades inmersas- el electorado en apariencia se decantaría el próximo domingo por lo que han “propuesto” los candidatos; esto a pesar que básicamente han ofrecido superficialmente “de todo un poco” sin profundizar en cómo lo realizarán ni mucho menos presentar el financiamiento de sus programas y proyectos. Si no tiene tanto peso la figura del candidato ni el partido, ¿Se confiará en las palabras del candidato? ¿Bastarán sus ofertas?; O ¿Acaso en los electores y electoras influyen otras variables que desconocemos o no quieren decirnos?

¹ Martínez, F (2008) *¿Por qué importan las campañas electorales?* Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, España. Página 43.

² Para ampliar el tema se recomienda leer el artículo de Carlos Hernández: “El gran fracaso de Asder y del TSE” publicado en la edición N° 18 de Brújula Electoral. Se puede consultar en el siguiente enlace: <http://bit.ly/1cfZQvS>

³ Los informes consultados son: #103 de febrero de 2004; #119 de febrero de 2009 y el de enero de 2014 (sin numeración)