



La ideología importa, pero no lo suficiente

Jeannette Aguilar, directora del Iudop

04/03/2014

En la antesala de una segunda elección presidencial, los datos de la última encuesta preelectoral del Iudop, cursada a mediados de febrero, muestran, como era de esperarse en una competencia que se libra entre dos, que los apoyos electorales de los partidos contendientes han crecido en relación a la intención de voto que capitalizaban antes de los pasados comicios de febrero. Sin embargo, el crecimiento de Arena, al menos el registrado durante el período en que se cursó la encuesta, resulta claramente insuficiente para superar la ventaja que mantiene el FMLN.

Todo parece indicar que el margen de crecimiento de los contendientes de la segunda ronda electoral procede tanto de los electores de los partidos pequeños que participaron en la pasada elección, como de aquellos que se abstuvieron de asistir a las urnas, dada la baja volatilidad en las preferencias electorales que se advierte entre los que se decantaron por uno de los dos partidos mayoritarios en la pasada elección de febrero. En el caso de los electores de los partidos que quedaron fuera de la competencia, los datos sugieren que, aunque se trata de un sector predominantemente de derecha, en una segunda ronda electoral tenderían más bien a dividirse en su apoyo hacia los dos contendientes, con una mayor inclinación hacia Arena. De igual forma, los que aseguran que no votaron en la pasada elección se muestran más bien divididos, con la diferencia que estos se decantan un poco más por el FMLN, aun cuando se trata de electores de centro.

Más allá de las preferencias electorales, estas tendencias muestran que las alineaciones partidarias en el contexto de la actual elección han dejado de ser estrictamente ideológicas, por lo que el esquema izquierda-derecha, bajo el cual la gente decidía su futuro político en el pasado reciente, ha perdido peso entre un importante segmento de la población. Esto se evidencia con más claridad en los apoyos electorales actuales del FMLN, entre los que hay ciudadanos de distinto signo ideológico, algo que sin duda le ha permitido al partido estar en capacidad de sumar nuevos electores. El realineamiento del voto rural a favor del FMLN es una expresión de los cambios en las pautas del comportamiento electoral, en los que han incidido diversos factores. Entre estos, sobresalen el énfasis en los programas sociales del Gobierno de Funes y la promesa de continuidad de cambios a favor de los pobres.

El menor peso del factor ideológico en las preferencias electorales también puede ayudar a entender el bajo impacto que actualmente parecen tener en el elector promedio las campañas basadas en radicalismos ideológicos y planteamientos maniqueístas respecto al régimen político que se dice poner en juego en cada elección. Contrario a esto, ante los nuevos patrones de comportamiento electoral, las estrategias de campaña que parecen tener más éxito son las que reflejan posturas moderadas, con las que se identifican usualmente los votantes de centro. Ignorar estos cambios ha sido justamente uno de los mayores desaciertos de Arena, que sigue haciendo campañas anacrónicas, con discursos propios de la Guerra Fría.

En este contexto de electores más pragmáticos y menos ideológicos, la imagen que han logrado transmitir los partidos en sus mensajes a lo largo de la campaña y del actual ciclo electoral ha sido clave para reforzar o cambiar las predisposiciones partidarias que tenían los ciudadanos acerca de estos dos partidos. Esto es algo que, de mantenerse estable, podría estar favoreciendo un nuevo fenómeno de realineamiento electoral que no se había experimentado en El Salvador desde finales de los años ochenta, cuando el PDC fue reemplazado por Arena como la principal fuerza política.