

## **El segundo año de gobierno del presidente Saca**

Luis Armando González\*

Centro de Información, Documentación  
y Apoyo a la Investigación (CIDAI)  
Universidad Centroamericana  
“José Simeón Cañas” (UCA)  
pp. 592-596

El pasado 1 de junio, el presidente Saca cumplió su segundo año al frente del poder ejecutivo salvadoreño. Es necesario, a estas alturas, evaluar con la mayor objetividad posible lo realizado (o no realizado) en esos dos años de gestión presidencial, sin ceder a los juegos de las imágenes de la publicidad política, a los cuales el gobierno de Saca es tan proclive. Desde la publicidad política podrán decirse las mejores cosas, tanto del presidente como de su gobierno; sin embargo, desde los intereses reales de la ciudadanía, con seguridad se dirán otras muy distintas. Son, precisamente, estas últimas las que cuentan, por más que los creadores de ilusiones mediáticas insistan en darles la espalda o en jugar con ellas con fines políticos o comerciales.

La publicidad política —y las ilusiones creadas por su medio— tiene un límite impuesto por la realidad. Los publicistas de ARENA parecen no darse cuenta de ello y, en consecuencia, no se toman en serio los reveses de la realidad ni se preocupan por hacerse cargo de sus desafíos más graves. En nadie es más claro este hecho que en el gran publicista de ARENA, el mismo presidente Saca, para quien estos dos años de gobierno han consistido, principalmente, en un esfuerzo sostenido por poner en práctica una estrategia publicitaria, en la cual él es la imagen principal de marca. Una evaluación de estos dos años de gestión de Saca que no tome en cuenta esta dimensión, corre el riesgo de no entender a cabalidad el sentido de una ejercicio presidencial basado, antes que nada, en una retórica de las imágenes y en un discurso político al servicio de ella.

Por otra parte, un buen punto de partida para evaluar al gobierno de Saca, durante estos dos años, son los compromisos asumidos por el entonces recién electo Presidente de la República, en su toma de posesión el 1 de junio de 2004. En ese discurso, el

\* Director del CIDAI. Dirección electrónica: [luisg@cidai.uca.edu.sv](mailto:luisg@cidai.uca.edu.sv)

presidente Saca enfatizó lo que sería la nota distintiva de su mandato: el combate a la pobreza y la primacía de lo social sobre lo económico. “La pobreza es una condición a la que ningún salvadoreño debe resignarse. Los que hemos recibido el encargo de conducir los destinos del país, debemos combatirla de manera frontal. En tal sentido, nuestro gobierno iniciará de inmediato la consolidación de una red de bienestar social, que tendrá por objetivo ofrecer los estímulos necesarios a todos aquellos compatriotas que se encuentren en desventaja económica y marginación social, para incorporarlos a la vida productiva”. Y más adelante: “en países como el nuestro, la necesidad del énfasis en lo social es más urgente. En nuestro gobierno, lo social no es un complemento de nada, sino la base de todo. A partir de esa filosofía, elaboramos nuestra oferta electoral, que hoy se convierte en proyecto de gobierno. Voy a poner la agenda social en primer plano. Seremos un gobierno, ante todo, con un profundo sentido humano”.

El compromiso fundamental era, pues, poner la agenda social en primer plano. Es decir, atrás quedaban, como una mala experiencia, los gobiernos anteriores de ARENA, para los cuales lo social no había sido la prioridad. Se trataba, por consiguiente, de rechazar una tradición muy arraigada en ARENA; se trataba de una ruptura con el pasado reciente de este partido. Asimismo, el mensaje del presidente Saca iba dirigido también a quienes, desde 1989, se habían beneficiado de la prioridad que los gobiernos anteriores de ARENA dieron a lo económico, es decir, a los sectores empresariales más poderosos. En otras palabras, el mensaje del nuevo presidente era que los intereses de los ricos no ocuparían el primer lugar en su gestión, sino los intereses más amplios de la sociedad. Era un fuerte compromiso el que el presidente Saca asumió ese 1 de junio. Ante él quedaban dos opciones. La primera, rechazarlo de entrada, porque de un miembro de ARENA, en especial si ocupa el cargo de Presidente de la República, nada favorable para la sociedad se puede esperar. La se-

gunda, darle el beneficio de la duda, a la espera de que las señales que el presidente Saca pudiera dar, en la medida que su gestión avanzara, permitieran juzgar la seriedad, o falta de seriedad, del compromiso asumido.

Saca también adquirió otros compromisos no menos importantes ese 1 de junio: garantizar la seguridad ciudadana, trabajar por la concertación sociopolítica y defender la legalidad y la democracia. “Con claridad incuestionable, los salvadoreños escogieron un gobierno que, ante todo, defiende sus libertades, que genere oportunidades, que se abra a entendimientos, que vele por el cumplimiento de la ley y que garantice la seguridad ciudadana [...] Nuestra presidencia nace bajo el signo del entusiasmo por el progreso, la fe en la democracia y la búsqueda de la unidad y la armonía”. Si todo esto se añade al compromiso sustantivo del presidente Saca, apuntado antes, mejor oferta de gestión política no podía esperarse del nuevo mandatario, sobre todo si se tomaba en cuenta su procedencia política, así como las herencias —e inercias— dejadas por sus tres antecesores en el cargo. Sin embargo, el peso de esas inercias, así como el peso de los intereses económicos que se tejen dentro de ARENA, daba armas a los más pesimistas, en el sentido de no vislumbrar ninguna posibilidad de que el presidente Saca cumpliera, efectivamente, con lo que estaba prometiendo.

De esta manera —y llevando la contraria a los más escépticos—, de lo que se trataba era de estar a la expectativa de lo que el presidente Saca hiciera o dejara de hacer, ya en el ejercicio efectivo de sus funciones, es decir, esperar que cumpliera o dejara de cumplir los compromisos que adquirió en aquel momento. Su primer año de gobierno fue una buena oportunidad para evaluar no tanto los resultados efectivos, obtenidos en el cumplimiento de estos compromisos, como la definición y la puesta en práctica de los mecanismos institucionales y financieros, encaminados a hacerlos realidad. Después de todo, era lo mínimo que podía esperarse en ese primer año de gestión, habida cuenta de lo difícil que era —y es— obtener resultados

inmediatos— en problemas tan graves como la reducción de la pobreza o la erradicación de la violencia.

Para decepción de quienes abrigaron alguna esperanza de que, con el presidente Saca, se iniciaría otra forma de gobernar, desde la derecha, representada en ARENA, ese primer año fue pobre en resultados. Quienes desconfiaron desde un principio, vieron confirmadas sus apreciaciones acerca de lo poco que se podía esperar de un presidente de ARENA. Y es que, en su primer año, Saca no hizo lo mínimo que debía haber hecho, si pretendía cumplir las promesas del discurso de toma de posesión. Es decir, al concluir su primer año, el presidente ni siquiera había armado el entramado institucional y financiero que sirviera de sostén a los compromisos —políticos, sociales y de seguridad ciudadana— adquiridos el año anterior.

En cierta forma, el discurso del presidente Saca con motivo de su primer año de gobierno reflejó, pese al listado de sus presuntos logros, un retroceso, respecto a lo prometido cuando fue investido Presidente de la República. “Desde la campaña electoral —dijo un presidente más realista con sus posibilidades, y quizás con sus propias intenciones—, fuimos muy cuidadosos de no prometer lo que no se puede cumplir, o de ofrecer soluciones de corto plazo a problemas, que requieren una prolongada dinámica, en el tiempo. Nunca hay recetas mágicas aplicables a la realidad”. De hecho, durante la campaña, Saca no fue nada cuidadoso acerca de lo que su gobierno podía ofrecer; tampoco fue cauteloso en el discurso de toma de posesión. Sin embargo, a qué se refería, en el discurso de su primer año de gestión, con no prometer lo que no podía cumplir. ¿Se refería, acaso, a su incapacidad para hacer frente a problemas como la pobreza y la violencia? ¿O a su incapacidad para desligar los intereses del gobierno, tanto de los intereses de su partido como de los grupos empresariales que tienen capturado al Estado?

No cabe duda de que esas interrogantes deben ser respondidas afirmativamente. Y ello

porque, al concluir el primer año de mandato, el presidente Saca no había podido sacar adelante una reforma fiscal que diera solvencia financiera a su gobierno —el esquema de ampliación de la base tributaria se impuso por encima de la conveniencia y la justicia, derivada de un esquema fiscal progresivo—, ni había superado el esquema coercitivo de la mano dura para combatir el crimen, ni había creado mecanismos confiables de diálogo con la oposición política, en concreto, con el FMLN. Y no solo eso. Al término de su primer año de gobierno, lo social no había sido lo prioritario, sino lo económico. El discurso del primer año se hace eco de la servidumbre del cuarto gobierno de ARENA a los intereses de los sectores empresariales más poderosos. “En nuestro primer año, hemos fortalecido nuestra plataforma de oportunidades, herramientas, apoyos e incentivos, para que el sector productivo invierta y genere más empleos [...] También hemos abierto nuevas posibilidades de crecimiento a las empresas grandes y a través de nuestra política de atracción de inversiones, hemos estimulado la venida al país de empresas extranjeras, que contribuyan a dinamizar la economía”. Ni más ni menos, lo mismo que hicieron Alfredo Cristiani, Armando Calderón Sol y Francisco Flores, poner el Estado al servicio de las “empresas grandes”, identificadas perversamente con “el sector productivo”, de modo que pudieran multiplicar sus ganancias, sin límites de ninguna especie.

Así, pues, el presidente Saca, al comenzar su segundo año de gobierno, no solo se desdijo de sus compromisos iniciales, sino que dio indicios claros de que su prioridad era, como para sus tres antecesores, lo económico, no lo social. Asimismo, no tardó mucho en poner de manifiesto otras prioridades y compromisos, contrarios a lo ofrecido de forma tan vehemente en su discurso de toma de posesión. En efecto, unos pocos meses después de haber cumplido su primer año de gestión, Saca se metió de lleno, junto con su partido, en la campaña electoral de alcaldes y diputados de marzo de 2006. Se tomó tan en serio su cargo como presidente del Consejo

Ejecutivo Nacional de ARENA, que terminó por subordinar todo, incluso su rol y prestigio como Presidente de la República, a la estrategia electoral del partido de la cual es su carta principal. A medida que la campaña avanzaba hacia la etapa final, la bandera del compromiso social de su gobierno, relegada hasta entonces a un segundo plano, ganó fuerza hasta culminar con los recorridos presidenciales por los municipios beneficiados con los fondos de la Red solidaria. Más que paliar las necesidades de la gente beneficiada, se trató de captar clientelas electorales. Y es que una ayuda económica tan escasa, entre quince y veinte dólares mensuales, además, de insostenible, en el tiempo, dada la precariedad de las finanzas públicas, de poco puede servir para hacer frente de modo serio a la pobreza, que golpea a la mayor parte de la población.

Además de politizar la pobreza, la participación del presidente Saca en la campaña electoral erosionó la institucionalidad del país, sobre todo la de la Presidencia de la República, y añadió más obstáculos a las posibilidades de acercamiento del gobierno y de ARENA a la oposición política, en particular, con el FMLN. Sin duda, entre los errores más graves de su gestión se encuentra haber subordinado el cargo de Presidente de la República a los intereses electorales de su partido.

La campaña terminó, pero el daño ya estaba hecho. La institucionalidad del país se debilitó aún más, pero también se fracturó la imagen que Saca se había forjado desde la campaña que lo llevó a la Presidencia de la República. A pocos días de concluir el segundo año de mandato, el presidente Saca era consciente no solo de que no había cumplido las promesas esenciales de su primer discurso —atacar frontalmente la pobreza, hacer de lo social la prioridad de su gobierno, combatir con eficacia el crimen, concertar con la oposición, fortalecer la institucionalidad democrática y defender la legalidad—, sino que también, tal como era presumible, que los sondeos, a punto de ser divulgados, reflejarían la erosión de su imagen entre la opinión pública.

Algo tenía que hacer el presidente Saca para intentar salir bien librado de una situación, la cual no le era, en lo absoluto, favorable. Lo primero fue aprovechar la cobertura mediática del final del segundo año. Dijo, a quien lo quiso escuchar, que no gobernaba para las encuestas, sino para la población. Nada más falso que eso. Porque si por algo se ha caracterizado el presidente Saca es por la proyección mediática no solo de su persona, sino también de su gestión. Sin duda, Saca es un presidente mediático y, como tal, una de las cosas que más le importan es su imagen pública. Para salvarla, de poco podía servir su desdén hacia las encuestas. Era necesario hacer un mayor esfuerzo, más en sintonía con sus habilidades de publicista y con su capacidad para mediatizar su ejercicio político. El discurso del segundo año de gobierno se convirtió, más allá de lo que el presidente Saca enlistó como logros de su gestión y anunció como compromisos a cumplir en los tres años siguientes, en la oportunidad para recomponer una imagen pública deteriorada y, de paso, recuperar la legitimidad entre la opinión pública. Es decir, fue un discurso para las cámaras.

Su confesión de que el primer movimiento de su conciencia “se dirige a agradecer a Dios, por asistirme en cada una de las decisiones tomadas y las acciones emprendidas. [Y ello porque] sin iluminación superior, todo poder humano se vuelve ejercicio intrascendente, y eso no hay que olvidarlo nunca” estaba destinada a las cámaras. También lo fue la confesión pública del humanismo de su gestión, “basada en el bien común” y “los valores esenciales de la convivencia democrática, pacífica y progresista”. Asimismo, hay que agregar a esos afanes publicitarios su lema de que “solo un país unido tiene sentido”, el cual vendría a condensar sus esfuerzos por dirigir El Salvador “hacia la hermandad y no hacia la división, ni al odio de clases; hacia el entendimiento, no hacia la parálisis; hacia la comprensión, no hacia el rechazo; hacia la unidad, no hacia la *dispersión*”.

La imagen que el presidente Saca quiso vender este 1 de junio lleva su nombre como membrete: un buen hombre, protegido por Dios y comprometido con la unidad del país. Al concluir su primer año, la marca “Tony Saca” fue definida por el mismo presidente de la siguiente manera: “Tony Saca, hombre de familia, hombre de palabra, hombre de fe. Fiel a mi promesa, sobre todo a mi promesa más importante: seguir siendo el mismo”. Al terminar el segundo año, esa marca, salvo el añadido de culpabilidad, por

no haber cumplido lo prometido —“soy humano y seguramente he cometido error [...] porque algunas cosas no se han hecho”, reconoció— seguía siendo la misma: “aquí está el mismo Tony Saca que conocieron, el poder no me ha cambiado”. Sin duda, es el mismo Tony Saca de siempre: el de la sonrisa a flor de labios, el que sabe posar para los camarógrafos y fotógrafos, el que sabe caer bien... Una creación de la publicidad política.

San Salvador, 23 de junio de 2006.