

El resultado de las elecciones de 1999: una aproximación desde la opinión pública

José Miguel Cruz

Resumen

El artículo intenta explicar los resultados más importantes de las elecciones de 1999 desde la opinión pública de los salvadoreños. Para ello, el autor echa mano de las encuestas del IUDOP realizadas entre 1997 y 1999 y sostiene que, en general, la victoria de ARENA se decidió por los sucesos ocurridos antes de la campaña electoral, que el papel de Zamora y del contexto político fueron fundamentales en el posicionamiento del Centro Democrático Unido en el tercer lugar y que el absentismo fue una expresión más del rechazo ciudadano al sistema político salvadoreño.

1. Introducción

A diferencia de las elecciones de 1997, los resultados de los comicios presidenciales de 1999 no parecen haber sorprendido a mucha gente. De alguna manera, el desenlace de la campaña electoral, iniciada prácticamente desde inicios de 1998, estaba anticipado por el papel jugado por las encuestas de opinión pública, por el amplio espacio de discusión generado a partir de los medios de información —que por cierto enfatizaron significativamente el potencial del partido oficial— y,

sobre todo, por la lectura de la reacción ciudadana ante los sucesos acontecidos en los meses previos a la campaña electoral.

De hecho, la mayor parte de la discusión sobre las elecciones no se centraba sobre el posible ganador de las mismas: el punto central no era quién ganaría las elecciones —el cual era el tema dominante en el proceso electoral del 97—, sino si la elección se decidiría en primera o en segunda vuelta, si la oposición en su conjunto iba a tener la fuerza suficiente para poder hacer un contrapeso a los areneros

a modo de obligarlos a acudir a una segunda vuelta. Otro tema de discusión, menos importante pero muy recurrente, giraba en torno al desempeño de los partidos políticos pequeños, esto en dos sentidos: por un lado, se especulaba sobre quién ocuparía el tercer lugar como producto de la irrupción tardía pero firme, según las encuestas, del Centro Democrático Unido en la competencia y el cual parecía disputarle la posición a los restos del Partido Demócrata Cristiano (IUDOP, 1999a); por otro lado, se deliberaba sobre los partidos —cuáles y cuántos— que tenían más probabilidades de desaparecer con la elección presidencial. Con todo, el debate central en torno a las elecciones se centraba en la magnitud de la victoria de ARENA, en el desplome del FMLN y en las posibilidades de una nueva fuerza en el tercer lugar. Esto constituía un escenario muy diferente del montado para las elecciones municipales y legislativas anteriores, donde previo al evento electoral el ganador no aparecía con tanta claridad.

Existe otro elemento que tampoco fue sorpresa en estas elecciones, al menos no para aquéllos que estudiaron la realidad coyuntural del país con objetividad y para quienes siguieron los trazos más significativos de las encuestas de opinión y de los análisis políticos, este elemento es el abstencionismo. Fenómeno provocado por diversas razones, pero sobre todo por la indiferencia ciudadana hacia la política. La misma campaña electoral fue caracterizada en su momento como floja y “sin garra”, refiriéndose a que la mayoría de los ciudadanos no parecía estar motivada por aquélla.

Así y con muy pocas sorpresas, lo más relevante de los comicios presidenciales de 1999 fueron tres cosas: el gane contundente de ARENA en primera vuelta; el posicionamiento del CDU, una coalición de partidos minúsculos, en el tercer lugar desplazando al PDC; y, el elevado nivel de abstencionismo que prevaleció en las elecciones. Ya se ha dicho, que la mayor parte de esos resultados no constituyó una sorpresa; sin embargo, es necesario reflexionar sobre ellos y acusar los factores que contribuyeron a los mismos. Ese es el objetivo de este trabajo, y el mismo se hace desde

los insumos proporcionados por las encuestas de opinión pública, desde los registros de declaraciones ciudadanas que brindan tales sondeos. Este esfuerzo no pretende ser exhaustivo, para serlo se debería de contar con fuentes e insumos más diversos, pero en todo caso, las pesquisas de opinión pública realizadas sistemáticamente desde el Instituto Universitario de Opinión Pública de la UCA ofrecen las herramientas necesarias para esbozar el esquema de comportamientos y motivos ciudadanos que definieron el desarrollo del proceso electoral 99. Lo que sigue a continuación es, por tanto, una serie de hipótesis y tesis que intentan explicar los resultados más destacados de los comicios presidenciales, construidos desde la misma percepción y opinión de la gente, la que votó y la que no votó. Ésa es la característica de este trabajo y es también su limitación fundamental.

El presente artículo se divide en cuatro grandes partes. En primer lugar, se encuentra una brevísima descripción metodológica de las encuestas de opinión pública que serán utilizadas para analizar al proceso electoral 99, la cual no incluye sólo a las encuestas preelectorales sino que a todas aquéllas que tocan temas políticos desde 1997. El resto de partes —tres— están estructuradas para explicar cada uno de los resultados más relevantes del proceso: la victoria de ARENA, el apareamiento del Centro Democrático Unido y el abstencionismo electoral. Adicionalmente, el artículo concluye con un ejercicio de reflexión que integra todos los argumentos anteriores para mostrar que esos acontecimientos están muy relacionados entre sí y que la ausencia de uno hubiese supuesto un escenario totalmente distinto en el resultado de las elecciones.

Una última consideración antes de comenzar. Con este artículo se quiere reiterar, de manera indirecta, la utilidad fundamental de las encuestas de opinión pública para comprender los procesos de comportamiento social que están a la base de las dinámicas políticas electorales. Aunque buena parte de los usuarios de las mismas insiste en verlas

... lo más relevante de los comicios presidenciales de 1999 fueron tres cosas: el gane contundente de ARENA en primera vuelta; el posicionamiento del CDU, una coalición de partidos minúsculos, en el tercer lugar desplazando al PDC; y el elevado nivel de abstencionismo que prevaleció en las elecciones.



como instrumentos de predicción y aunque las mismas encuestas del IUDOP confirmaron esa utilidad —por cierto accesoria e inestable—, la verdad es que este trabajo pretende ser una muestra de la riqueza principal que puede ser obtenida de las “famosas” encuestas de opinión pública.

2. Las fuentes de datos

Ya se ha dicho que la herramienta básica para desarrollar este artículo serán las encuestas de opinión pública llevadas a cabo por el Instituto Universitario de Opinión Pública de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” (UCA), entre los años 1997 y 1999. De hecho, los sondeos del IUDOP tienen mucha más información de la que usualmente sale a la luz pública y que es debatida a través de los medios de comunicación social. Con frecuencia, la parte de las encuestas que recibe más atención es aquella que se concentra en las preferencias partidarias y el resto de información —muchas veces más importante— queda relegada a la atención de muy pocas personas. Más aún, la mayor riqueza de los estudios de opinión pública no se encuentra en sus resultados porcentuales más descriptivos, no está en el hecho de que el 60 por ciento estuvo de acuerdo y que el 40 por ciento restante se mostró en desacuerdo o prefirió tomar una postura indiferente respecto a un tema específico; por lo general, el mayor potencial de las pesquisas —sobre todo cuando éstas tienen un senti-

do comprensivo como las de la UCA— está en la posibilidad de relacionar con ellas distintas variables e indicadores de la opinión pública, que permitan establecer asociaciones o diferencias en la forma cómo se estructura y cómo se forma el pensamiento social; además, los estudios de opinión pública se hacen aún más valiosos cuando es posible replicarlos a través del tiempo para confirmar esas conexiones epistemológicas de las percepciones populares.

En este trabajo, las encuestas de opinión pública serán usadas de esa forma, con un sentido más analítico que descriptivo; buscando sobre todo las variables que desde los mismos datos pueden explicar o acumular información para entender una postura ciudadana. De ahí que a pesar de que los resultados de tales encuestas han sido presentados ya en otros espacios —artículos e informes— buena parte de lo que se presentará acá es novedoso, proviene de las bases de datos de dichos estudios pero nunca se han presentado para su discusión.

Ahora bien, los detalles metodológicos de las pesquisas, cuyos datos serán utilizados acá, sí han sido presentados con anterioridad y no es necesario extenderse sobre los mismos; para los propósitos de este trabajo sólo se hará una descripción de las características más importantes comunes a todos los sondeos, en tanto que el Cuadro 1 detalla las encuestas del IUDOP que han sido usadas para la elaboración de este artículo.

Cuadro 1
Detalle de encuestas a utilizar

Nombre de la encuesta	Fecha	N	Representatividad	Serie IUDOP
Encuesta de cultura política electoral	Febrero 94	1,835	Nacional	s/n
Encuesta sobre el proceso electoral de 1997	Febrero 97	1,812	Nacional	61
Encuesta sobre la jornada electoral del 16 de marzo en San Salvador	Marzo 97	1,393	San Salvador	62
Sondeo de evaluación sobre el tercer año de Calderón Sol y evaluación poselectoral	Mayo 97	1,217	Nacional	63
Encuesta sobre la gobernabilidad y expectativas hacia las nuevas autoridades municipales y legislativas	Julio 97	1,212	Nacional	64
Encuesta sobre el sistema educativo y la salud	Nov 97	1,202	Nacional	65
Encuesta de evaluación del año 1997	Dic. 97	1,217	Nacional	66
Encuesta de evaluación de derechos humanos	Febrero 98	1,189	Nacional	67
Evaluación del cuarto año de gobierno de Calderón Sol y el primer año de la Asamblea Legislativa y los gobiernos municipales	Mayo 98	1,703	Nacional	69
Encuesta de opinión sobre delincuencia	Julio 98	1,228	Nacional	70
Encuesta sobre cultura política	Octubre 98	1,247	Nacional	71
Encuesta de evaluación del año 1998	Diciembre 98	1,239	Nacional	72
Encuesta sobre el proceso electoral de 1999	Febrero 99	1,542	Nacional	73
Encuesta sobre la jornada electoral de 1999	Marzo 99	2,334	Nacional	74

La metodología de estas encuestas realizadas por el IUDOP es básicamente la misma, dado que se parte de un mismo marco muestral y de una misma forma de seleccionar a la población encuestada. La forma de recoger la opinión pública de este instituto se inicia con el diseño de un cuestionario por lo general monográfico el cual es aplicado a una muestra aproximada de 1,200 personas de ambos sexos en todo el territorio salvadoreño (se incluyen, por lo general, los catorce departamentos). En ocasiones, el número de la muestra puede alcanzar hasta los 1,800 casos, esto se hace cuando se busca tener significancia y validez interna en los datos según los diferentes grupos. El error muestral de estos estudios oscila entre ± 2.8 por ciento y ± 5 por ciento. La muestra se define utilizando un método que combina la selección aleatoria multietápica con el establecimiento de cuotas por departamento, estrato, sexo y edad. En primer lugar, se definen cuántas encues-

tas serán realizadas en cada uno de los catorce departamentos de la república; luego, dentro de cada departamento, el IUDOP define una cuota de muestreo según estrato socioeconómico siguiendo la distribución percentilar de ingresos, especificada para cada departamento por los datos de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples de la Dirección de Información del anterior Ministerio de Planificación, y divididos así: alto (6.5 por ciento), medio-alto (13.4 por ciento), medio-bajo (13.4 por ciento), obrero (20 por ciento), marginal (13.4 por ciento) y rural (33.3 por ciento). Con esto, se escogen al menos dos municipios de cada departamento: uno de los municipios constituye la cabecera departamental por su propia importancia en términos poblacionales, mientras que el otro es seleccionado aleatoriamente. Dentro de cada municipio y tomando en cuenta las cuotas por estrato socioeconómico¹ se hace una selección al azar de las colonias, barrios y cantones que se encuentran en

1. El IUDOP utiliza una clasificación construida por el mismo instituto de los barrios y colonias urbanas según sectores socioeconómicos. La categoría rural es tratada como un solo grupo social y no es considerada un estrato socioeconómico en sí misma, aunque se estima que la población rural en su conjunto suele tener un menor desarrollo socioeconómico que el urbano.

cada localidad municipal. La selección de las personas se hace en base a cuotas de sexo y edad de las personas y cuyos valores están indicados en cada uno de los cuestionarios destinados para la encuesta. Por ejemplo, en cada hogar visitado se pregunta por una persona que reúna ciertas características según las indicadas por el cuestionario, si en el hogar no está disponible una persona con esas características se desestima ese hogar y se visita el siguiente hasta encontrar la persona indicada. Todas las entrevistas son personales en el hogar del entrevistado y son realizadas bajo el consentimiento pleno del mismo, las personas que no desean participar simplemente no son tomadas en cuenta.

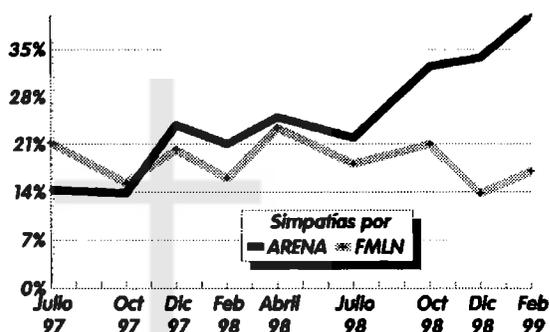
3. La victoria de ARENA

Como ya se ha apuntado en la Introducción, la victoria de ARENA no fue una sorpresa considerando los sucesos anteriores a los comicios. El triunfo de Francisco Flores y su partido fue contundente no sólo porque ganó en primera vuelta, lo que le hace representar más del 50 por ciento de los votos emitidos, sino porque ningún partido fue capaz de entablar una competencia real con ellos. ARENA enfrentó una oposición débil y resquebrajada en donde la mayor fuerza de oposición (la Coalición FMLN-USC) no representó más del 56 por ciento de lo que recibió el partido gobernante. Lo interesante de esto es que la diferencia entre los dos partidos más grandes no ha sido permanente y un año antes de los comicios, todas las encuestas de opinión pública —no sólo las del IUDOP— mostraban prácticamente un equilibrio en las simpatías de la población entre ARENA y el FMLN. Esa paridad se remontaba a unos meses antes de las elecciones municipales y legislativas de 1997 cuando el FMLN comenzó a disputar la supremacía de ARENA. Los resultados de las elecciones de 1997 confirmaron ese equilibrio que se mantuvo así por poco más de un año. Las simpatías políticas de los ciudadanos se movieron significativamente en el lapso de dos años, pero sobre todo se desplazaron en el último año.

¿A qué se debió el desplazamiento de simpatías políticas?, ¿por qué razón la mayoría de los votantes volcó sus simpatías hacia ARENA?, ¿por qué razón el caudal de votos del FMLN no pudo seguir creciendo, sino que más bien disminuyó?, ¿qué sucedió en ese lapso de tiempo? Existen varias preguntas en torno al resultado principal de las elecciones del 99. Las respuestas serán busca-

das en los registros mismos de las encuestas de opinión pública, en las declaraciones de la gente cifradas en los datos, en lo que éstas pueden ofrecer.

Figura 1
Tendencias políticas de julio de 1997
a febrero de 1999



Fuente: Elaboración propia según la serie de informes del IUDOP.

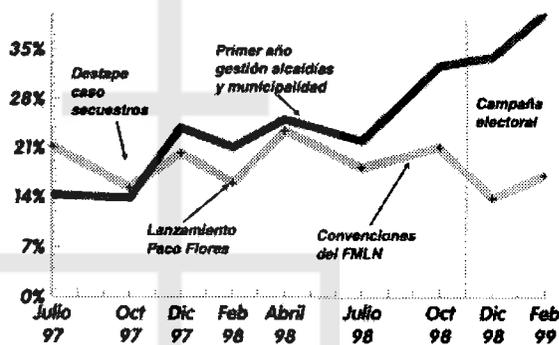
Para comenzar, es necesario examinar la huella de los desplazamientos de los dos partidos grandes en el lapso interelectoral que va desde 1997 hasta 1999. En la Figura 1 se presenta una gráfica con las tendencias de las simpatías partidarias de ARENA y el FMLN en ese período de tiempo. Como puede verse de entrada, las tendencias no muestran tendencias estables; las líneas son, ante todo, muy fluctuantes, sobre todo en la primera mitad del período. En julio de 1997, fecha de la primera consulta de preferencias políticas después de las elecciones de 1997, los datos muestran una correlación de fuerzas favorable al partido de izquierda. En esas fechas, se cumplían alrededor de los dos meses del inicio de gestión en las alcaldías y en el parlamento, y las inclinaciones por el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional parecían estar en su mejor momento; por su parte, ARENA parecía encontrarse en uno de sus puntos más bajos de aceptación popular. De acuerdo a la figura, ARENA se mantuvo así hasta octubre de 1997 donde se muestra un quiebre y se comienzan a sumar más opiniones favorables; por su parte, el FMLN desciende de forma significativa hacia octubre del 97 para ponerse virtualmente empatado con ARENA. Entre octubre y diciembre de 1997,

se da un traslape de posiciones y luego de nueve meses de ocupar la segunda posición, el partido de gobierno recupera el primer lugar en la competencia por las lealtades populares; esta recuperación es clara pero no parece ser segura, el FMLN se mantiene muy cerca del partido de derecha y en términos generales se puede decir que entre los dos siguen manteniendo un equilibrio de fuerzas, aunque esta vez a favor de los areneros. Este sitio se mantendrá más menos así por siete meses, hasta julio de 1998. Durante este tiempo, los partidos grandes se movieron de forma relativamente paralela: si sube uno, sube el otro y viceversa; este paralelismo no es totalmente simétrico, pero no llegan a producirse más traslapes. En abril de 1998, un año antes de las elecciones, la distancia entre areneros y efemelenistas alcanza su menor valor y desde julio del mismo año, el paralelo se rompe definitivamente. Desde esa fecha, comienza a ampliarse progresivamente la brecha entre el partido de gobierno y el Frente, provocado especialmente por un aumento considerable de las inclinaciones hacia ARENA y, en algunos momentos, por el abandono de simpatías hacia el FMLN —aunque haya que decir que la tendencia fluctuante del FMLN no llega a mostrar un descenso general considerable. Para febrero de 1999, un mes antes de los comicios presidenciales, ARENA ha doblado prácticamente el porcentaje de apoyo del FMLN y, vista la tendencia, la victoria del partido de derecha se plantea inminente.

En términos generales, hay dos o tres cosas que resultan relevantes de la apreciación de la figura en cuestión. En primer lugar, el traslape en las tendencias ocurrido entre octubre y diciembre de 1997; en segundo lugar, la simetría en las tendencias en la mayor parte de 1998; y, en tercer lugar, el rompimiento de ese paralelismo entre julio y octubre de 1998 y el alejamiento de ARENA con respecto al FMLN desde el mes de julio de 1998. Estos fenómenos no pueden ser explicados en solitario, es decir por la gráfica misma, es necesario acudir a los sucesos que tomaron lugar en esas fechas y explorar la reacción ciudadana a los mismos como manera de explicar los cambios en las tendencias político partidistas. ¿Qué sucesos tomaron lugar durante esas fechas y pudieron haber afectado el movimiento de las tendencias políticas? Sin duda, entre marzo de 1997 y marzo de 1999 ocurrieron toda una serie de acontecimientos que pudieron tener efectos sobre las preferencias políticas de los salvadoreños hacia los dos partidos

más grandes, los cuales se presentan en la Figura 2. Pero de todos ellos existen dos que, a juicio del autor, pueden estar fuertemente vinculados a los cambios en las tendencias. El primero es el destape del caso de los secuestros en octubre de 1997 y el segundo es la serie de convenciones del FMLN realizadas entre agosto y septiembre de 1998.

Figura 2
Las tendencias en el contexto de los acontecimientos políticos



Fuente: Elaboración propia a partir de los informes del IUDOP.

3.1. El caso de los secuestros

En octubre de 1997, la prensa nacional destacó dentro de su pauta noticiosa informaciones que vinculaban a antiguos miembros del Partido Comunista con una banda de secuestradores, responsables de sonados casos criminales. Estimuladas por algunos funcionarios políticos y por algunos medios de comunicación, estas informaciones se volvieron rápidamente en un tema central de la agenda periodística y buena parte de ella estuvo orientada a vincular claramente el caso con el partido de izquierda en su totalidad (ECA, 1997). Esto tuvo un impacto en la opinión pública salvadoreña. Un sondeo efectuado a finales del año reveló que el 21.2 por ciento de los ciudadanos pensaba que efectivamente miembros del FMLN estaban implicados en los secuestros señalados por las autoridades, un 32.8 por ciento pensaba que el tema era parte de un manejo político del partido ARENA para perjudicar al Frente y el 28.8 por ciento pensaba que eran ambas cosas: que gente del FMLN estaba involucrada, pero que el caso estaba siendo usado políticamente; el resto de ciudadanos

—el 17.2 por ciento— no supo tomar una postura al respecto. Aunque, buena parte de la población consideraba que el asunto tenía tintes políticos, el 50 por ciento de la misma creía de alguna manera que integrantes del Frente estaban implicados en el caso. La misma encuesta revela que entre las personas que sostienen la responsabilidad del FMLN en los secuestros prevalecían las inclinaciones por ARENA, inclusive dentro del grupo en el cual se creía en la culpabilidad del partido de izquierda pero que se aceptaba el manejo político por parte de ARENA.

Lo anterior puede ser cuestionado al argumentar que la coincidencia entre las opiniones sobre los secuestros y las preferencias políticas no son pruebas contundentes de que las afiliaciones políticas se han modificado a causa de la revelación del escándalo, dado que después de todo las opiniones sobre los temas políticos siempre están fuertemente matizadas por el alineamiento ideológico que provee la simpatía partidista y que las opiniones sobre los secuestros más bien pueden ser producto de su preferencia partidista. Eso puede ser cierto. Pero no es menos cierto, por otro lado, que hay algunas personas —probablemente no la mayoría— que pueden modificar su apoyo partidista en función de algunos acontecimientos de la realidad y que en este caso, el asunto de los secuestros pudo haber impulsado a algunos a cambiar sus lealtades políticas lo suficiente como para provocar el traslape, el cual está documentado consistentemente en todas las series de encuestas de opinión pública de la fecha².

Además, existe otra razón. Algunos estudios muestran que las preferencias partidarias están ligadas al contexto del debate público sobre los problemas que preocupan a los ciudadanos (Cruz, 1998b). En otras palabras, si la agenda de discusión nacional se encuentra dominada por el problema económico, esto desfavorece al partido gobernante y suele beneficiar significativamente a los partidos de oposición, especialmente al FMLN; por el contrario, el tema de violencia y delincuencia es un tema cuyo protagonismo en los medios y en la discusión pública suele estar aparejada con un mejor desempeño del partido gobernante en la visión popular. Es decir, el debate del tema de la criminali-

dad —al menos de la forma en que usualmente se plantea— suele favorecer a ARENA. El debate sobre el caso secuestros pertenece al ámbito de la problemática de delincuencia y puede, por este medio, influir en las preferencias políticas de los ciudadanos. No es sólo que con el caso secuestros se puso en primera línea de la agenda un tema que no suele favorecer a la izquierda, sino que en esta ocasión, además, el mismo asunto tenía un fuerte componente político en perjuicio directo del FMLN.

Frente a esto se puede contraargumentar que esta tesis otorga demasiado peso a un suceso que aún con todo y el impacto que tuvo en la opinión pública, no puede llegar a atribuírsele el traslape en las preferencias partidistas. Sin embargo, hay indicios que indican que el escándalo pudo haber impresionado a un segmento de la población que suele tener actitudes ambivalentes hacia el partido de izquierda, gente que estaba apoyando al FMLN porque sentían que el gobierno les había faltado a sus promesas, pero que en el fondo no se sentían del todo a gusto por estar alineados con la izquierda. El destape del caso y, sobre todo, la machaconería con que fue tratado en los medios de comunicación habría sido un factor determinante para producir el desplazamiento de algunas fuerzas. Con todo, se debe reiterar que no parece haber sido una traslación masiva de simpatías, pero sí lo justamente necesario para que ARENA recuperase el primer lugar en las preferencias luego del dominio del frente izquierdista. Esto habría de ser el primer paso para que ARENA recuperara su hegemonía frente al FMLN.

Desde diciembre de 1997 hasta julio de 1998, las encuestas muestran un comportamiento simétrico en las tendencias de las dos principales fuerzas del país. Ese paralelismo no fue roto ni con el lanzamiento de Francisco Flores como el candidato presidencial de ARENA, entre los meses de febrero y abril, ni por la coyuntura política creada por la discusión del primer año de gestión de los nuevos gobiernos municipales y de la alcaldía.

3.2. La candidatura de Francisco Flores

Cuando Francisco Flores decidió postularse como precandidato presidencial de ARENA era un

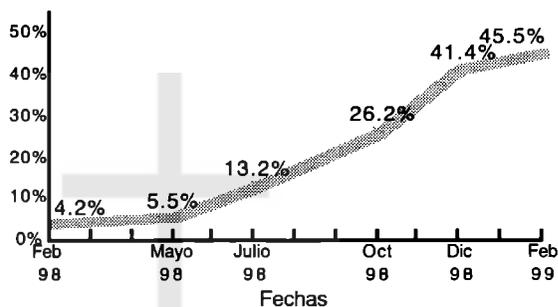
2. Una revisión de las series de encuestas de CID-Gallup y de la UTEC realizada por el autor revela el mismo traslape entre ARENA y el FMLN en el último trimestre de 1997.

virtual desconocido para la población salvadoreña. Una pesquisa de opinión pública realizada a principios del mes de febrero de 1998 —justo días después de que éste divulgara sus intenciones de correr como precandidato del partido de gobierno— mostró que cuando a los salvadoreños se les preguntó de forma abierta quién podría ser el mejor candidato a la presidencia de la república, sólo el 4.2 por ciento de todos los consultados señaló a Francisco Flores, el resto mencionó a otras personas (entre ellos Alfredo Cristiani con un 8.1 por ciento), pero un 53.2 por ciento de los ciudadanos no supo escoger a una persona como el mejor candidato. Sin embargo, en la misma encuesta se hacían un par de preguntas directas más sobre el tema de las candidaturas. Por un lado se preguntaba si Flores sería un buen candidato por el partido ARENA; mientras que, por otro lado y siguiendo las informaciones de la prensa que sugerían la consideración de Eduardo Tenorio, presidente de la Corte Suprema de Justicia, como posible precandidato del FMLN, se preguntaba si éste podría ser un buen candidato a la presidencia por parte del partido de izquierda. En ambas preguntas, las cuales estaban separadas, las respuestas positivas rondaron el 25 por ciento, mientras que las negativas alcanzaron en ambos casos el 28 por ciento; el resto de ciudadanos, alrededor del 47 por ciento, no sabía del asunto (IUDOP, 1998a). Más que señalar el apoyo para cada uno de los nombres mencionados, estos resultados reflejan el voto duro que sostenía a cada uno de los partidos en esas fechas; ambos institutos políticos se mantenían aún muy cerca y cualquiera que fuese el candidato de cada uno de ellos, no hacía sino activar las lealtades políticas institucionales más que responder a una imagen concreta de la personalidad. Las dos personalidades, tanto Flores como Tenorio —que luego habría de desmentir su posible postulación— eran sujetos desconocidos para el gran público y su apoyo aparente se debía a las simpatías fieles de los partidarios.

En todo caso, tales resultados revelan que la candidatura de Flores en sí misma no significó un repunte notable para el partido como también revelan que el candidato tuvo que partir prácticamente de la nada en términos de imagen personal. Según las encuestas de opinión pública, el apoyo que Flores logró individualmente no fue algo que se cristalizó sino hasta seis meses después, cuando un amplio sector de la población comenzó a reconocerlo como persona, con un porcentaje de aprobación que llegó a superar el de su partido. La

Figura 3 muestra claramente la tendencia de ascenso en las simpatías del candidato arenero desde el lanzamiento de su candidatura en los medios de comunicación hasta el final de la campaña electoral.

Figura 3
Opinión de que Francisco Flores es el mejor candidato según distintas fechas



Nota: Porcentajes de personas que mencionaron a Flores, frente a la pregunta independientemente del partido político, ¿quién cree usted que sería el mejor candidato a la presidencia del país? A excepción de diciembre del 98 cuando la pregunta fue cerrada.

Fuente: Elaboración propia a partir de la serie de informes del IUDOP.

Desde febrero hasta mayo de 1998, Francisco Flores no era mencionado por más del 6 por ciento de la población, a partir de julio del mismo año se incrementa notablemente su aceptación entre el público y para octubre del mismo año, ocho meses después de su postulación, llega al nivel de preferencias en el que se mueve su partido. Para diciembre del mismo año y luego de un mes de la campaña electoral, Flores ha roto con el techo de simpatías de su partido y va más allá de la capacidad electoral del mismo. Lo anterior significa que la popularidad de Flores no es repentina, no surge de la noche a la mañana. Las encuestas sugieren que es el producto de un trabajo de posicionamiento político de imagen que comienza desde el momento mismo de su lanzamiento a inicios del año y que se detiene en octubre para prepararse para las particularidades de la campaña electoral. Cuando inicia la campaña publicitaria a mediados del mes de noviembre —retrasada por las consecuencias de la tormenta tropical Mitch—, Francisco Flores

es una persona ya muy conocida entre el público salvadoreño, el 78.3 por ciento lo conoce o ha oído hablar de él, y tal reconocimiento lo coloca en la primera línea de las simpatías de los ciudadanos.

¿Cómo es que Flores logra ese reconocimiento en un lapso de ocho meses y sin depender fundamentalmente de los medios de comunicación? Flores logró ese avance entre la población basado en una campaña de encuentro directo con numerosos sectores de la sociedad salvadoreña. A diferencia de sus antecesores en el partido, Flores, en ese período de tiempo, visitó el país para dejarse ver por los pobladores y, sobre todo, para transmitir una imagen directa: decir a la gente que estaba ahí para escucharlos. En las pocas apariciones públicas ocurridas en los medios de comunicación en el período preelectoral entre abril y noviembre de 1998 y en los posteriores espacios de publicidad política que inundaron los medios de comunicación, uno de los mensajes más recurrentes del candidato era que él estaba listo para “escuchar a la población”. Esto puede parecer un *slogan* más de campaña política, un recurso que sonaba bien, pero era más que eso. En un sondeo realizado por el IUDOP en julio de 1997, se preguntó de manera cerrada sobre lo que debería hacer el gobierno para resolver los graves problemas del país, un poco más de la mitad de los consultados, el 51.7 por ciento de los salvadoreños, dijo escuchar a la población, muy por encima de otras opciones como apoyar el plan de nación o lograr un acuerdo con la oposición.

En un país donde prevalece el sentimiento de que los políticos no son capaces de atender las demandas de la ciudadanía y en donde una de las mayores críticas al gobierno de Calderón es que no sabe escuchar las demandas del pueblo, el equipo de Flores supo retomar el aspecto fundamental de un esfuerzo de posicionamiento para atraer la atención de los ciudadanos. Al final de la campaña de posicionamiento preelectoral, en octubre del 98, otra encuesta del IUDOP (1998e) reveló que algo más del 20 por ciento de los consultados apuntaron de forma espontánea que la principal cualidad de Flores era su “cercanía con la gente” y su “trabajo por el pueblo”.

Pero además, la campaña de posicionamiento supo replantear una imagen personal del candidato alejándola de la imagen institucional arenera para luego —al final de la campaña— mejorar ésta última. Ése fue el segundo pilar de la campaña de

Francisco Flores: tomar distancia del gobierno y del partido; presentarse como un político no tradicional, un extraño que tenía la posibilidad de renovar una institución política cansada y desgastada. En más de alguna ocasión, en sus declaraciones públicas, el candidato de ARENA expresó divergencias importantes con algunas políticas del gobierno en el área de la seguridad pública y la economía —los problemas fundamentales de la población. Uno de los ejemplos más claros de ello fue la postura de no apoyar la pena de muerte, oponiéndose a la tradicional y elemental orientación arenera que venía intentando restaurar dicha medida. Este tipo de actos eran parte de ese papel cuidadosamente preparado y estudiado que tenía como objetivo convencer a la población sobre la independencia del candidato con respecto del aparato partidario; en el caso de la oposición a la pena de muerte significaba ir en contra de algo fundamental para el partido, algo que inclusive podría tener repercusiones en las preferencias políticas, dada la simpatía que tiene el tema en numerosos sectores; pero el equipo de campaña apostó por la imagen de independencia que era parte del guión, antes que romperlo con una postura simplista y aislada. La decisión fue la correcta.

Una de las declaraciones frecuentes de los encuestados por la UCA en las encuestas de opinión pública era algo como esto: “el candidato se ve que tiene buenas intenciones, otra cosa es si el partido lo va a dejar gobernar”, “el candidato está bien, lo que no está bien es el partido”. En este discurso, buena parte de los salvadoreños aceptó al candidato como una promesa de reforma del partido e, impulsados por otros factores que serán estudiados más adelante, decidieron correr el riesgo nuevamente de apoyar al partido en el gobierno. Para octubre de 1998, Francisco Flores, junto con su comparsa Carlos Quintanilla, habían construido una imagen positiva en la mente de muchos salvadoreños; el paso siguiente, el propósito de la campaña electoral —la que comenzaba a mediados de noviembre—, era desplazar esa imagen positiva de vuelta al partido ARENA. A final de cuentas, los salvadoreños habrían de votar por banderas de partidos, no por fotografías de candidatos.

A finales de 1998, ya en el período de la campaña electoral, según los resultados de otro sondeo, el 33.8 por ciento de los consultados por la UCA escogió a ARENA, pero el 41.4 por ciento

dijo que Flores era su candidato favorito (IUDOP, 1998f). El candidato arenero superaba en un 8 por ciento las preferencias de su partido. La misma encuesta mostró que el 21 por ciento de las personas que eligieron a ARENA lo hicieron por simpatías con su postulante; en ningún otro partido importante, con excepción del CDU, el candidato sumaba tanto a la causa del partido. A pesar de ello, las encuestas preelectorales realizadas durante la campaña señalaron que el partido tenía también su peso para atraer votantes; en este punto y dado el propósito de la campaña arenera desarrollada desde noviembre del 98, hay razones para pensar que la presencia del candidato ya estaba redituando las ganancias de imagen a favor del partido —y del gobierno también. De hecho, el 63.6 por ciento de las personas que afirmaron que la imagen de ARENA mejoró durante 1998, eligió a Flores entre los candidatos presidenciales, mientras que en el caso de los partidos, el 55.3 por ciento, lo hizo por ARENA. En el fondo, estos datos indican que la mejora de imagen de Alianza Republicana Nacionalista estaba más asociada con Flores que con el partido en sí mismo.

No obstante, sería un error pensar que la victoria de ARENA se debe exclusivamente al trabajo de campaña que realizó el partido de gobierno en torno a la figura del candidato Flores. La reconquista de ARENA como primera fuerza partidaria indiscutible del país no se debe solamente al candidato, se debe a otros factores que interactuaron con el desempeño del candidato y que potenciaron sus logros. Flores y su partido hicieron lo que debían hacer para ser competitivos en la elección presidencial, hicieron lo correcto desde el punto de vista estratégico: eligieron un candidato virtualmente desconocido, que no era posible identificar ni con el pasado del partido ni con el presente del gobierno y trabajaron en el posicionamiento de una imagen positiva de la forma en que lo estaban pidiendo amplios sectores de la población, de forma directa y dando la impresión de que escuchaban a quienes antes nadie había escuchado. Cuando llegó el momento de la campaña electoral, muchos ciudadanos veían en él la mejor opción o, como dijeron otros, la “menos peor”, pero en términos generales la mayoría de decisiones estaba tomada. De no haber seguido esa estrategia, ARENA seguramente hubiera contado con una buena base de apoyo, pero no hubiese dispuesto de la holgura que le permitió ganar las elecciones tan cómodamente. El resto de explicaciones —y pro-

bablemente las más importantes— de la victoria de ARENA hay que buscarlas fuera del partido. Hay que buscarlas en la oposición.

3.3. Las convenciones del FMLN

Una encuesta realizada en julio de 1997 (IUDOP, 1997a), reveló que la ventaja mostrada por el FMLN en las preferencias partidistas estaba vinculada a las fuertes expectativas que tenía una parte de la población sobre la gestión municipal del mismo partido en las localidades donde estaba gobernando; pero sobre todo mostró que la mayor parte de las personas que veían con buenos ojos el control de la oposición sobre la Asamblea (45 por ciento) eran simpatizantes del Frente. En tal sentido, las simpatías por el partido de izquierda tenían un fuerte componente de expectativas con respecto a su trabajo en el gobierno. En otro sondeo realizado un mes antes de las elecciones legislativas de 1997, el 62 por ciento de los votantes del FMLN pensaba que si éste partido ganaba las elecciones, la situación del país mejoraría y buena parte de las personas que decían que era necesario un cambio en el rumbo del país se identificaban también como simpatizantes del partido de izquierda (Instituto Universitario de Opinión Pública, 1997). En todo caso, las encuestas muestran que alrededor de julio de 1997, cuatro meses después de las elecciones, el FMLN capitalizaba aún una parte importante de la población.

De acuerdo a la Figura 1, entre julio y octubre de 1998 (fecha en que el IUDOP realizó la última evaluación política antes del inicio de la campaña), el paralelismo entre los dos partidos mayoritarios se rompió a favor del partido gobernante. De acuerdo a la Figura 2, en ese lapso de tiempo hubo una serie de acontecimientos fundamentales para las elecciones presidenciales del 99: las convenciones del FMLN para la selección de su fórmula presidencial.

No es este el espacio para describir lo sucedido en tales convenciones. Una revisión de la prensa escrita de esas fechas y de la crónica mensual publicada por la revista *Estudios Centroamericanos* puede dar una idea más o menos apropiada de lo que ocurrió en tales convenciones. El propósito en este trabajo es revisar cómo tales acontecimientos impactaron en la opinión pública y contribuyeron, al debilitarse las posibilidades del FMLN, a la victoria electoral de ARENA. Quizás los datos más relevantes desde las encuestas que muestran el im-

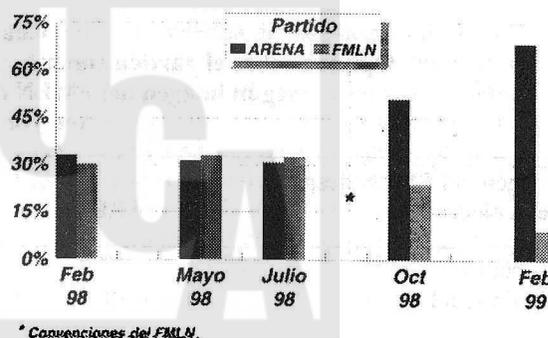
pacto de las convenciones en las percepciones de la gente son dos.

El primero constituye el resultado a una pregunta realizada en octubre del 98, algunas semanas después de que concluyera la serie de convenciones del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional. En esa pesquisa se preguntaba a los salvadoreños si *después de las convenciones que realizó el FMLN para elegir a sus candidatos, ¿la imagen que usted tenía de ese partido mejoró, empeoró o siguió igual?* Los resultados mostraron que casi la mitad de la población, el 46.4 por ciento, opinó que la imagen del Frente no se había modificado, es decir se mantenía igual; en tanto que algo más de la tercera parte de la población, el 34.4 por ciento, dijo que su parecer sobre el partido de izquierda empeoró después de los congresos efemenelistas; el 15.4 por ciento sostuvo que la imagen del Frente había mejorado (IUDOP, 1998e). Aunque no habían diferencias marcadas entre las personas que dijeron que la imagen del Frente se mantenía igual, la encuesta registró que en los sectores rurales y en los de menor formación educativa, el porcentaje de personas que no modificaron la imagen del Frente era la misma. En cambio, las opiniones que señalaban un empeoramiento de la imagen del partido parecen estar relacionadas con el estrato social y con el nivel educativo de los encuestados: en la medida en que los entrevistados disponían de mayor formación académica y pertenecían a un estrato social más elevado, en esa medida la opinión sobre el empeoramiento de la imagen del FMLN era más común; pareciera como si las personas de mejor posición social se decepcionaron más que el resto de sectores de la población. Además, la misma encuesta reveló que las declaraciones negativas sobre el FMLN eran más frecuentes en tanto la persona estaba más expuesta a las noticias en los medios de comunicación: aquellos que no seguían con atención la agenda noticiosa opinaron en una proporción menor que la imagen del Frente se había desmejorado.

Estos datos no sólo revelan las diferencias de opinión hacia el FMLN entre distintos grupos de personas —lo cual es usual—, sino que indirectamente podrían sugerir el tipo de población a la que impactaron más los problemas internos del Frente, publicitados ampliamente por la prensa. A final de cuentas, quienes más se enteraron de las vicisitudes del partido de izquierda fueron los ciudadanos más interesados por la política, precisamente los

que estaban más dispuestos a asistir a votar. Las personas que suelen no atender las dinámicas políticas del país, las que no se plantean la posibilidad de ir a votar, las que no se encuentra informadas del acontecer político del país, las menos aventajados socialmente, son los que no modificaron su opinión con respecto del FMLN, porque no se interesaron por conocer a fondo lo que sucedía en el interior de él. En cambio, los que sí estaban interesados en la política y que seguían las coyunturas políticas y los debates correspondientes fueron los que modificaron en mayor parte su opinión con respecto a la imagen del Frente, y la modificaron a favor (20.8 por ciento), pero sobre todo en contra (40.1 por ciento). De ahí que quienes desestimaron la repercusión que habrían de tener las convenciones del Frente sobre la opinión pública argumentando que la población no se entera de ello, menospreciaron el hecho de que quienes siguieron el acontecimiento constituían el segmento de la población que habría de definir el resultado de las elecciones porque le interesa la política; ciertamente es muy probable que la gran mayoría de la población no le haya prestado ni el interés más mínimo, pero no lo hicieron porque no tenían intenciones de votar.

Figura 4
Opinión sobre el partido con mayor probabilidad de ganar las elecciones a través del tiempo



Fuente: Elaboración propia a partir de la serie de informes del IUDOP.

El segundo vestigio mostrado por las encuestas sobre el impacto de las convenciones del FMLN sobre la opinión pública proviene de examinar la

serie de resultados en torno a la idea de la población sobre quién podía ganar las elecciones. La Figura 4 es, de suyo, muy elocuente. Entre febrero y mayo del 98 existía un empate entre el FMLN y ARENA en las opiniones ciudadanas sobre quién podía ganar las elecciones; ambos partidos eran vistos con posibilidad de ganar las elecciones prácticamente en la misma proporción y en algunos casos inclusive el Frente superaba levemente a ARENA en las previsiones de victoria. Esta paridad se rompe claramente en algún momento entre julio y octubre de 1998, lo cual es evidenciado cuando es hecha la compulsa de octubre. En esa ocasión, el porcentaje de personas que creía que ARENA ganaría las elecciones se elevó del 29.8 por ciento en julio al 50.8 por ciento en octubre; mientras que el porcentaje correspondiente al FMLN bajó del 32 por ciento al 23 por ciento. En el lapso de tres meses, luego de por lo menos seis meses de estabilidad en las opiniones, la gente cambió su percepción sobre quién podría ser el ganador más probable de las elecciones, decantándose claramente por ARENA y en detrimento del FMLN. En febrero del 99, un mes antes del evento electoral, la percepción popular estaba definitivamente a favor de ARENA.

La explicación más plausible a ese trance tan abrupto no está en el hecho de que una encuesta haya sido publicada entre esos meses, las encuestas divulgadas en ese lapso —todas realizadas antes de la convención efemelenista— mostraron re-

sultados similares a los de la UCA efectuada en julio (*La Prensa Gráfica*, 24 de agosto de 1998; *El Diario de Hoy*, 29 de septiembre de 1998); la explicación que parece más probable está en el desarrollo mismo de las convenciones del FMLN. La encuesta del IUDOP efectuada en octubre del 98 fue la primera en ser llevada a cabo después de todas las convenciones y no parece existir otra razón para ese cambio tan drástico en las opiniones ciudadanas más que las malogradas convenciones del partido izquierdista. Esto puede verse más claramente en el Cuadro 2. El 65.3 por ciento de las personas para quienes la imagen del FMLN empeoró sostuvo que ARENA era el ganador más probable de las elecciones, frente a un 16 por ciento que se decantó por el Frente; en cambio, aquéllos para quienes la imagen del FMLN se vio fortalecida por las convenciones pusieron a ARENA y al FMLN prácticamente en la misma proporción de posibilidades de victoria. En el fondo estos datos sugieren que la opinión sobre las convenciones del partido de izquierda están estrechamente relacionadas con el pronóstico sobre el ganador de las elecciones. La visión de la victoria de ARENA en las elecciones vendría entonces, en buena medida, como respuesta a la percepción sobre el desempeño del FMLN en sus propias asambleas preelectorales. El FMLN dejó de ser concebido como un probable ganador de las elecciones como resultado de su propio comportamiento en las convenciones partidarias.

Cuadro 2
Opinión sobre el partido con más probabilidad de ganar las elecciones
según imagen del FMLN después de las convenciones
(en porcentajes)

Imagen del FMLN después de la elección	Partido con más probabilidad			
	ARENA	FMLN	Otros	No sabe
Empeoró	65.3	16.0	1.3	17.4
Siguió igual	46.0	25.3	2.6	26.1
Mejóro	38.0	39.6	1.6	20.8
No sabe	32.1	11.3	0.0	56.6

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de la encuesta sobre cultura política.

Ahora bien, los párrafos anteriores han intentado demostrar el impacto de las convenciones del FMLN en la opinión pública de los salvadoreños.

Sin duda, la mayor parte de ese impacto —al menos el que tuvo cuenta para la definición de las preferencias políticas fue negativo para los propios

intereses del partido de izquierda. Las personas que estaban pensando en asistir a votar fueron las que siguieron con más atención los sucesos dentro de las asambleas del Frente y son los que en mayor medida se decepcionaron por el resultado de las mismas.

¿Por qué las convenciones del Frente tuvieron esa secuela negativa para el mismo partido? ¿Acaso el ejercicio de elección de las candidaturas mediante las votaciones de delegados no era una prueba del compromiso democrático del FMLN? ¿Qué fue lo que en concreto afectó la imagen del Frente de cara a sus posibles electores? La encuesta de cultura política realizada por el IUDOP en octubre de 1998 reveló que cerca del 60 por ciento de la población pensaba que los candidatos presidenciales debían ser elegidos por las bases y no por las dirigencias; sin embargo, las personas que pensaban de esta forma no se diferenciaron sustantivamente en las opiniones sobre el FMLN de los que decían que los candidatos deben ser elegidos por la dirigencia. Es decir, las personas que prefieren que los precandidatos sean escogidos por las bases de un partido no mejoraron su percepción acerca del Farabundo Martí luego de sus convenciones. En tal sentido, el procedimiento de elección más o menos democrática seguido por el FMLN en sus convenciones pudo haber tenido muy poca repercusión en la opinión pública.

Existen dos posibles causas del impacto negativo de las convenciones del partido de izquierda. La primera tiene que ver con la imagen fuertemente proyectada sobre los problemas y disputas internas que prevalecen en el partido. La segunda tiene que ver con la elección específica de la fórmula de candidatos presidenciales. Sobre el primer punto no existen cifras concretas desde las encuestas que permitan evidenciar lo que la gente pensaba sobre los pugnas internas del FMLN. Así es que buena parte del análisis se basará en hipótesis sobre aproximaciones desde otros datos. La primera sesión de la asamblea del FMLN para elegir a su fórmula presidencial fue particularmente traumática. Los medios de información mostraron que la pugna por las candidaturas entre Victoria Marina de Avilés, Salvador Arias y Héctor Silva iba más allá de una

competencia amistosa y afable; la televisión mostró imágenes de convencionistas del FMLN insultándose entre sí, de diputados gritando consignas y agitando a los delegados, de convencionistas quejándose por haber sido excluidos del procedimiento de elección y de dirigentes partidarios totalmente incapaces de calmar los ánimos de sus compañeros. En las entrevistas realizadas dentro de las encuestas de opinión pública y en varios de los espacios de opinión de los medios de comunicación, algunas personas expresaron que el FMLN había dejado de ser una opción real a causa de sus problemas internos; esta gente cerraba la reflexión más o menos de la siguiente forma "imágínese, si no pueden resolver sus problemas internos, ¿cómo van a resolver los problemas del país?". El mensaje de un Frente con profundas divisiones internas acaparó la agenda de los medios de información del país y entró en buena parte de las opiniones de los salvadoreños que seguían el proceso político con atención y que se aproximaron a la magnitud del problema al interior del partido de izquierda.

Esto pudo haber asustado a un sector importante de la población que tenía sentimientos ambivalentes con respecto al FMLN y que estaban meditando sobre la opción partidista a apoyar en las próximas elecciones. Estudios anteriores (Cruz, 1998a; Cruz, 1997a) han sugerido que la gente a la que en realidad le interesa la política y se encuentra con disposición de asistir a votar, suele comenzar a buscar sus alternativas antes de que inicie la campaña electoral, de tal manera que cuando ésta inicia, la mayoría de los votantes tiene su elección hecha³. Los mismos estudios sobre las elecciones de 1997 mostraron que en esa ocasión mucha gente que votó por el FMLN tomó su decisión antes de la campaña electoral, pero no sin antes haber estado sometidos a una fuerte indecisión y a un intenso debate interno sobre las posibilidades de apoyar a ese partido o a otros. Es posible que ese debate se estuviese dando con la misma intensidad o mayor en las filas de electores potenciales del Frente (los electores no duros) en los meses previos a la campaña electoral del 99; en tal sentido muchos de estos, para quienes su lealtad política no parecía estar definida, estaban a la espera de

3. Un sondeo de salida de urnas a nivel nacional realizado por el IUDOP, el propio día de las elecciones, reveló que un poco más del 61.7 por ciento de los electores decidió su voto antes de que iniciara la campaña electoral, en noviembre de 1998 (IUDOP, 1999b). Otras encuestas poselectorales han ofrecido resultados muy parecidos.

los sucesos políticos —pero no a la espera de la propaganda electoral— que les ayudaran a tomar esa decisión. Los malogrados sucesos ocurridos en los congresos efemelenistas y el darse cuenta del alcance de los problemas internos del Frente habrían sido factores que estimularon a algunos ciudadanos a tomar distancia del partido de izquierda y a moverse hacia otras opciones políticas o hacia la abstención.

El Cuadro 3 ofrece una aproximación a ese fenómeno. Dicho cuadro compara las opiniones sobre la imagen del FMLN después de las convenciones, entre las personas que tenían la intención de votar por el Frente en el 99 y que habían votado también por el FMLN en 1997 con aquéllas que no tenían intención de votar por ese partido en el 99 pero que sí habían votado por él en el 97⁴. Los resul-

tados muestran que sólo el 21 por ciento de las personas que votaron por el FMLN en 1997 y que pensaban votar por el mismo partido en el 99 percibieron una imagen peor del Frente luego de sus convenciones; en cambio, esa opinión era más generalizada entre las personas que no tenían intenciones de votar por el partido en el 99 pero que sí lo habían hecho en el 97, el porcentaje llega al 52.5 por ciento en este grupo. Esos datos sugieren entonces que casi la mitad de las personas que decidieron ya no votar por el FMLN en los comicios de este año, habrían estado decepcionadas por la forma en que se desarrollaron las convenciones del mayor partido de izquierda en El Salvador. Esto no significa que esa sea la única razón por la cual alguna gente se alejó del Frente en el 99, pero en todo caso tuvo una influencia en ese fenómeno que no puede ser despreciada.

Cuadro 3
Opinión sobre imagen del FMLN según votantes constantes o no constantes
(en porcentajes)

Condición de votantes FMLN	Opinión sobre la imagen del FMLN*		
	Mejóro	Siguió igual	Empeoró
Constante (97-99)	32.6	45.7	21.7
No constante (97)	11.3	36.3	52.5

* En este cuadro se han eliminado los porcentajes de respuestas de “No sabe” por considerarlas irrelevantes.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de la Encuesta de cultura política.

Ahora bien, el impacto negativo de los congresos del FMLN no sólo tiene que ver con las pugnas internas y con la mala imagen proyectada por el partido en las mismas. Tiene que ver —quizás con mayor importancia— con el resultado de los mismos; es decir, tiene que ver con la elección de la fórmula presidencial de parte del Frente. El partido de izquierda, a final de cuentas, no eligió la fórmula más capaz de sumar votos a su proyecto político. La fórmula elegida representaba más bien el interior del Frente —inclusive un sector de él—, pero no era capaz de reflejarse como representativa de otros grupos sociales que estaban fuera del partido. Pero, ¿por qué era necesaria una fórmula que resultara atractiva también fuera del partido? La respuesta viene dada por las condiciones del sistema

político salvadoreño y por la dinámica de participación de la población en el mismo.

Las últimas elecciones municipales y legislativas y las numerosas encuestas de opinión política demostraron que la mayor parte de la gente estaba muy decepcionada con los partidos políticos, incluido el FMLN, y con el sistema político en su totalidad (Cruz, 1998a; Instituto Universitario de Opinión Pública, 1997). Como respuesta a esa desilusión no se interesaron por el proceso electoral del 97 y no parecían estar especialmente motivados por las elecciones presidenciales de 1999. Este desencanto tenía que ver con la impresión de que los políticos, los partidos y el gobierno no representaban en realidad los intereses de la mayoría de la población y, a pesar

4. En el fondo se trata de personas que pueden ser considerados votos constantes o duros del FMLN y los antiguos votantes.

del proceso de pacificación, de los repetidos procesos electorales y de algunos relevos en los gobiernos, la situación general del país con sus graves problemas no ha mejorado en beneficio de la población. En este contexto, las elecciones de 1997 fueron marcadas por unos niveles de abstencionismo elevados y sin precedentes, lo cual dejó un sinsabor en el sistema político; los comicios mismos eran la prueba de que cada vez más la gente se estaba desatendiendo de la política. El FMLN obtuvo una victoria importante en esa fecha no tanto porque haya crecido significativamente o porque convenció a grandes y nuevos segmentos de la población para ponerse al nivel de ARENA, sino porque ARENA se derrumbó y eso le hizo empatarse con el FMLN (Cruz, 1998a). Este fenómeno es clave para comprender lo que debía hacer el Frente en el futuro.

En el fondo, en las elecciones de 1997, el Frente se benefició del estado de desencanto político de la población porque ARENA fue la más perjudicada por ello, pero el partido de izquierda en sí mismo no fue capaz de capitalizar absolutamente todo ese desencanto a su favor, del cual tampoco se salvó en cierta medida. En estas circunstancias, el reto para las siguientes elecciones estaba claro: el FMLN no podía depender de la debilidad de su principal oponente para poder ganar las próximas elecciones, es decir, no podía contar con que el desencanto hacia ARENA iba a mantenerse siempre; debía ganar su propio espacio entre la ciudadanía, sobre todo entre aquella que históricamente no ha estado dispuesta a participar políticamente.

Para ganar ese espacio entre la ciudadanía, el FMLN debía hacer dos cosas fundamentalmente. Por un lado, debía destacarse en el gobierno de las municipalidades en las que había ganado y debía representar un cambio sensible en la dinámica de la Asamblea Legislativa, por años bajo el control de la derecha; es decir, debía demostrar que sabía cómo usar el poder y gobernar a favor de la población. Por otro lado, en términos más partidistas, debía presentarse como una alternativa diferente a lo que tradicionalmente han representado los partidos políticos; debía, sobre todo, acercarse a la población que tradicionalmente no participa y ello debía ser hecho bajo una imagen de credibilidad, una imagen que mostrara que el partido estaba dispuesto a abrirse para acercarse y escuchar a la población. Este aspecto era el más importante y el más confiable, dado que el partido no podía asegurar el éxito de la gobernabilidad en todos los

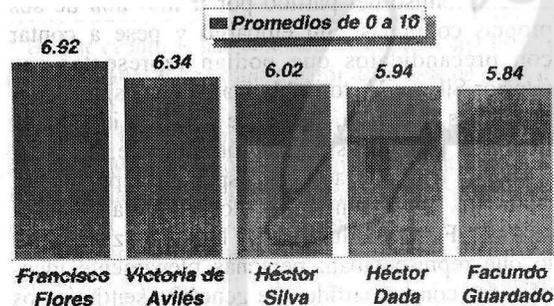
municipios en los que ahora estaba al frente y, a pesar de su número en el parlamento, tampoco podía mover a la Asamblea a su gusto. De hecho, una encuesta de evaluación del primer año de gobierno en las alcaldías del Área Metropolitana de San Salvador reveló que no en todos los municipios la gente se encontraba satisfecha con el desempeño de las nuevas autoridades. En localidades como Apopa, el gobierno efemelenista salía muy bien evaluado, en otras como San Salvador y Soyapango la evaluación era positiva aunque con algunas reservas, sin embargo, en municipalidades como Ciudad Delgado y Santa Tecla, las opiniones eran más bien adversas (IUDOP, 1998c; Cruz y Orellana, 1999). En el ámbito de la Asamblea Legislativa, los resultados no estaban siendo favorables. La misma encuesta de evaluación reveló una tendencia a la decepción con respecto al trabajo del nuevo congreso, esta actitud se fundamentaba, en parte, por "la incapacidad de los diputados para responder a las nuevas expectativas generadas por la nueva composición parlamentaria" (Instituto Universitario de Opinión Pública, 1998, p. 593).

En un país acostumbrado al caudillismo político, la renovación del partido y de su trabajo frente a la población debían ser condensados en la misma fórmula presidencial, la cual debía representar el compromiso del partido por ir más allá de sus propias columnas. Sin embargo y pese a contar con precandidatos que podían representar eso (Héctor Silva y Victoria Marina de Avilés), las convenciones eligieron, luego de muchos intentos y no pocos problemas, a una fórmula que iba en la dirección contraria a lo que esperaba la población. No tanto por quiénes eran los candidatos en sí mismos, Facundo Guardado y Nidia Díaz, sino por lo que representaban: personas plenamente identificadas con un partido que generaba sentimientos de ambivalencia en amplios segmentos de la población. La fórmula era la mejor desde el chauvinismo del partido de izquierda, pero no lo era para atraer a nuevos electores. El FMLN es parte de un sistema político que no está desbordado por la participación de los ciudadanos; más bien, es parte de un sistema que se encuentra en crisis porque la gente no quiere a los partidos. El reto era evidente: había que ir donde la gente.

Al optar por personas desde dentro del partido, el FMLN no sólo despreció la posibilidad de abrirse a sectores que venían desde fuera del partido y con ello a la inyección de ideas y recursos desde

la sociedad civil, sino que despreció todo el capital de apoyo electoral que tales personas por sí mismas podían representar. Ambos precandidatos perdedores formaban parte del selecto y escaso grupo de personajes políticos que eran bien vistos por la población; sus nombres usualmente aparecían en las encuestas de opinión pública como algunos de los políticos más confiables. En julio de 1998, un mes antes de la primera convención del partido izquierdista, una encuesta encontró que Marina de Avilés y Héctor Silva se constituían, después de Flores, en las dos personas más mencionadas de forma espontánea como el mejor candidato a la presidencia, con porcentajes por arriba de Alfredo Cristiani y de Rubén Zamora⁵ (IUDOP, 1998*d*). La encuesta de octubre encontró que cualquiera de aquéllos que fueron mencionados con más insistencia como posibles candidatos presidenciales del FMLN obtuvieron una mejor opinión de parte de los ciudadanos que el candidato ya designado por las convenciones (Figura 5) y todas las encuestas preelectorales mostraron que, a diferencia de ARENA, en el FMLN el partido obtenía más simpatías que el candidato.

Figura 5
Calificación de algunas figuras políticas en octubre de 1998



Fuente: IUDOP (1998*e*), serie de informes 71.

El FMLN fue incapaz de llevar a un candidato que en un contexto de desencanto con la política, fuera capaz de renovar la imagen del partido y consecuentemente de romper el techo del voto duro con el que se ha defendido en las últimas

elecciones. Las asambleas del Frente dejaron a una fórmula que, con ciertos problemas, llenaba los requisitos establecidos por el partido y sus militantes, pero que no era capaz de llenar los requisitos de convertirse en un agente de fortalecimiento del partido de cara a la sociedad civil. La fórmula Guardado-Díaz no supuso la esperada imagen de un partido en diálogo con la sociedad, más bien supuso la evidencia de un partido que debe acudir a sus cuadros más tradicionales para poder mantenerse unido, incapaz de dialogar hacia dentro de él y mucho menos fuera de él. En consecuencia, no fueron capaces de atraer a nuevos votantes. ARENA, por su parte, sí lo comprendió así con Flores —al menos en términos estratégicos— y eso le costó la elección al FMLN.

Al final, el FMLN fue a una elección contando con su voto duro, el cual comparativamente ha sido mucho más fiel que el de ARENA. Esa lealtad no le sirvió, sin embargo, para el reto fundamental del partido en estas elecciones: atraer nuevos votantes como lo hizo en 1997. A lo largo del período interelectoral, el FMLN despreció el impacto de aquéllos hechos que le recordaron a la población sobre su pasado. El caso de los secuestros cumplió la misión —desde la estrategia de ARENA— de que la gente que no participó en la guerra recordara la imagen de violencia que subsiste sobre el FMLN; las convenciones enseñaron a la población de que el Frente aún no estaba preparado para gobernar. El FMLN aún genera sentimientos muy ambivalentes y contradictorios entre algunos sectores de la población, esos acontecimientos —los secuestros y, sobretodo, las convenciones— no contribuyeron en nada en resolver esos sentimientos a su favor.

El resumen de este apartado, como lo presenta muy claramente la Figura 1, en octubre de 1998 las tendencias predominantes en los dos partidos mayoritarios estaban, en términos generales, ya marcadas. La entrada de la campaña electoral no hizo sino afinar y ajustar las posiciones de la mayor parte de la población que ya había decidido votar, pero no modificó sustancialmente esas tendencias. Los esfuerzos del FMLN fueron prácticamente en vano y en el mejor de los casos, lograron mantener buena parte de su voto más duro, pero

5. Rubén Zamora habría de aparecer en plena campaña electoral como el rival más cercano de Facundo Guardado en términos de imagen personal, la encuesta de diciembre del 98 inclusive lo colocó como persona —no como partido— levemente arriba del candidato del FMLN.

fue totalmente incapaz de atraer simpatizantes y de constituirse en una alternativa real de poder como lo hizo en el 97 y como lo había mantenido en buena parte de 1998. La astuta y bien estructurada campaña desarrollada por Francisco Flores y su equipo más los grandes desaciertos del FMLN en las convenciones de agosto y septiembre sellaron el resultado principal de las elecciones meses antes del esfuerzo propagandístico. Sin embargo, eso no quiere decir que la campaña haya sido totalmente irrelevante en el proceso electoral 99, la campaña electoral sirvió como escenario de un reacomodamiento del resto de las fuerzas políticas, en especial, la aparición y el posicionamiento del CDU en el tercer lugar.

4. El posicionamiento del CDU en el tercer lugar

Cuando inició la campaña electoral en noviembre de 1998, el Centro Democrático Unido ni siquiera existía como coalición formada, de ahí que las encuestas no lo registren antes de diciembre del mismo año que es cuando hizo su aparición pública. El CDU era una coalición formada por cinco pequeñas fuerzas políticas: la Convergencia Democrática, el Partido Demócrata, el Movimiento de Unificación Demócrata Cristiano, el Partido Popular Laborista y FE. Ninguna de estas fuerzas políticas era significativa en términos de apoyo de la población. Algunas de esas fuerzas eran el resultado de nuevos reagrupamientos que antes habían sido cancelados legalmente por no alcanzar el porcentaje mínimo para subsistir; otro partido se salvó apenas de la cancelación como producto de las elecciones del 97 gracias a una alianza de conveniencia con el PDC. El partido que mejor desempeño había tenido de los cinco es Convergencia Democrática que en el 97 logró un par de escaños en la Asamblea, pero que a partir ahí había estado sufriendo su desaparición paulatina en las encuestas de opinión pública.

En octubre de 1998, algunas de estas fuerzas junto al PDC, el PCN, LIDER y PUNTO, sólo eran parte del 5.2 por ciento de las personas que elegía a otros institutos políticos distintos a los dos partidos mayoritarios. Aún a pesar de la reunión

de estos grupos, en términos numéricos parecían tener muy pocas posibilidades de representar una diferencia en la carrera electoral. Sin embargo, en la segunda semana de diciembre, días posteriores a la formalización del convenio que oficializaba la coalición Centro Democrático Unido y el lanzamiento de Rubén Zamora y Roberto Meza como fórmula presidencial de la misma, la encuesta de la UCA reveló de manera significativa la aparición del CDU en la pugna electoral, disputando de entrada el tercer lugar con el Partido Demócrata Cristiano.

De acuerdo a dicha encuesta —la primera en señalar el potencial del CDU en la competencia— el 3.3 por ciento de los consultados pensaba votar por el CDU en los comicios presidenciales, mientras que el PDC recibía el 2.6 por ciento de las intenciones de voto; ambos partidos estaban muy lejanos de los dos grandes (IUDOP, 1998f). Considerando el error muestral y los bajos porcentajes de los dos partidos, del sondeo en cuestión no se podía inferir que el CDU ocupaba ya el tercer lugar, pero sí daba indicios suficientes como para pensar que la reciente alianza política tenía un potencial que le estaba haciendo entrar abruptamente en la competencia por el tercer lugar. Más sorprendente aún en aquel momento era el dato de la misma encuesta que señalaba que Rubén Zamora, el candidato presidencial del CDU, era escogido por el 11.5 por ciento de los salvadoreños como la persona a la que elegiría como presidente, empatando prácticamente con el candidato del FMLN-USC, Facundo Guardado, y poniendo en evidencia la fragilidad de la imagen de este último.

La última pesquisa preelectoral realizada por el IUDOP en febrero del 99 arrojó que las intenciones de voto por el CDU se estaban acercando al 6 por ciento, doblando prácticamente su porcentaje obtenido en diciembre; mientras que el PDC se movía alrededor del 5 por ciento⁶. El candidato de esta alianza, por su lado, se mantenía con el mismo apoyo a nivel personal, obteniendo el 11.3 por ciento de las opiniones personales. Al final, el resultado de las elecciones habría de confirmar esta tendencia, el CDU necesitó sólo un poco menos de tres meses para convertirse de la nada en la tercera fuerza electoral del país. Este fenómeno

6. En este caso no se dan cifras exactas porque la última encuesta preelectoral usó dos formas distintas para medir las intenciones de voto. Por un lado, se preguntaba a la gente directamente por quién pensaba votar en ese momento y, por el otro, se hizo uso del recurso del voto simulado, la gente recibía una papeleta de votación simulada que debía marcar en secreto y devolver al encuestador.

constituyó uno de los eventos más interesantes de las elecciones.

¿Cómo se explica esa acumulación de simpatías electorales tan repentina? La respuesta se encuentra en dos factores que se encuentran interrelacionados entre sí. En primer lugar, en la imagen de Zamora, el candidato del CDU; en segundo lugar, en el contexto de desencanto hacia los partidos grandes.

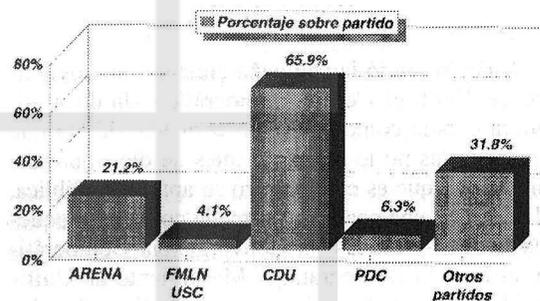
A diferencia de los candidatos de otros partidos pequeños como el PDC, PCN, LIDER y PUNTO, el candidato del CDU tenía un elemento a su favor: era ampliamente conocido por la población. La encuesta de evaluación del año 1998 incorporó las preguntas de conocimiento sobre los candidatos presidenciales. Los resultados mostraron que el 75 por ciento de los salvadoreños conocía o había oído hablar de Rubén Zamora; un nivel de reconocimiento mucho más elevado que el de Rodolfo Parker del PDC (42.8 por ciento), Hernán Contreras del PCN (35.6 por ciento), Nelson García de LIDER (15.3 por ciento) y Francisco Ayala de Paz de PUNTO (14.8 por ciento). Esto constituía el primer paso para ser elegible por la población; a pesar de la novedad que constituía el partido en sí mismo, el candidato reunía un nivel de reconocimiento popular que le serviría de plataforma. El resto de candidatos, por el contrario, debía enfrentar condiciones diferentes, ellos eran significativamente menos conocidos que sus propios partidos, de tal manera que cuando se hablaba del candidato de tal partido (PDC o PCN), la gente no tenía una referencia clara sobre quién estaban hablando.

Pero la ventaja principal de Rubén Zamora no residía en el hecho de que era muy conocido por los ciudadanos, residía más bien en que buena parte de ese reconocimiento iba acompañado de una imagen positiva. Los dos últimos sondeos prelectorales revelaron que Zamora recibía el segundo mejor promedio de evaluación ciudadana de entre todos los candidatos y sólo después de Francisco Flores; y, como ya se ha adelantado, en esas mismas encuestas el candidato del CDU mantenía una pugna cerrada con Facundo Guardado por el segundo lugar a la hora en que la gente debía decidir por el mejor candidato —como persona— para la presidencia del país.

De acuerdo a la Figura 6, construida a partir de los resultados de la encuesta de diciembre, casi el 66 por ciento de los ciudadanos que expresaron su

intención de votar por el Centro Democrático Unido argumentaron que lo harían porque les gustaba su candidato; ello a diferencia del resto de partidos donde los candidatos respectivos tuvieron menos peso en la elección del partido —especialmente en el caso del FMLN. El 33 por ciento restante que tenía intenciones de votar por el CDU argumentó que era necesario un cambio (9.8 por ciento), por simpatías con el partido (7.3 por ciento) y porque el partido podría hacer algo (7.3 por ciento), entre otras razones (IUDOP, 1998f, p. 72).

Figura 6
Personas que eligieron un partido concreto porque les gustaba su candidato



Fuente: IUDOP (1998f), serie de informes 72.

Tales cifras revelan la importancia del candidato en el posicionamiento del Centro Democrático Unido. Prácticamente la coalición de cinco fuerzas políticas dependía de la imagen positiva del candidato y sólo una pequeña parte de su apoyo electoral provenía de simpatías directas hacia el partido o los partidos que constituían tal coalición. La imagen de Zamora fue tan conveniente para la campaña del CDU, que inclusive las encuestas ofrecen señales de que la misma pudo haber afectado a otras fuerzas políticas.

A pesar de que en su lanzamiento el CDU se presentaba como una opción política de centro, Rubén Zamora tenía una larga trayectoria política en el sector de la izquierda salvadoreña. Como tal fue el candidato presidencial del FMLN y otras fuerzas en las elecciones de 1994. Mucha de su imagen positiva entre la población venía precisamente de esa trayectoria conocida y reconocida como alguien que pertenecía más a la izquierda

que al centro políticamente puro. La irrupción de Zamora como candidato presidencial del CDU no sólo le hizo granjearse el apoyo de los pocos miembros activos de las fuerzas políticas que constituían la coalición CDU, sino que atrajo potenciales electores que estaban insatisfechos con otros partidos o a quienes no les gustaba las fórmulas presiden-

ciales de esos partidos, especialmente de la izquierda. En tal sentido, las encuestas sugieren que Zamora se habría alimentado, en un primer momento, de votantes que provenían del FMLN y en un segundo momento, ya cuando la campaña había entrado en su etapa final, de votantes de otros partidos, inclusive de algunos pocos de ARENA.

Cuadro 4
Mejor candidato a la presidencia del país según partido de preferencia del encuestado
(en porcentajes)

Partido	Candidato					No sabe
	Ninguno	Francisco Flores	Facundo Guardado	Rubén Zamora	Otros	
Ninguno	21.3	32.7	8.5	10.7	3.5	23.3
ARENA	2.4	83.7	2.0	4.4	0.7	6.8
FMLN	5.3	7.6	51.9	28.2	2.3	4.6
CDU	0.0	0.0	0.0	100	0.0	0.0
Otros	9.1	15.2	6.1	15.2	21.2	33.3
No responde	14.6	26.8	2.4	14.6	2.4	39.0

Fuente: Elaboración propia según base de datos de la encuesta de evaluación de 1998.

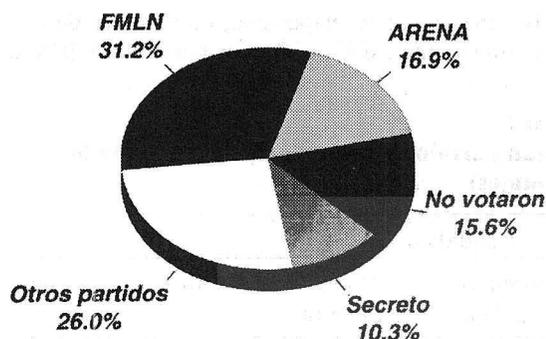
El Cuadro 4 muestra que en diciembre de 1998, cuando apareció el CDU, Rubén Zamora no sólo resultaba atrayente para el 100 por ciento de los electores del Centro Democrático Unido, sino que también recibía importantes porcentajes de apoyo personal en otros partidos políticos, especialmente en el FMLN. Un poco más de la cuarta parte de los simpatizantes del FMLN, el 28.2 por ciento, pensaba que Rubén Zamora era el mejor candidato a presidente; mientras que sólo un 51.9 por ciento de los correligionarios del Frente creían en su candidato (éste es el porcentaje más bajo de apoyo a su candidato entre los partidos grandes). El cuadro muestra también que el postulante presidencial del CDU no sólo obtenía raciones del FMLN, sino de otros partidos y de personas que en principio no se estaban alineando con ninguna fuerza política. Estos resultados, que corresponden al período en el cual apareció el CDU en la campaña, explican algunos de los movimientos que ocurrieron después, en el transcurso del resto de la campaña: alguna gente que tradicionalmente ha simpatizado más con la izquierda que con la derecha, pero que no se constituía en el voto duro del Frente se habría desplazado al CDU porque se encontraban molestos o incómodos con

respecto a lo que ocurría en el Frente.

El CDU se alimentó en buena medida de votantes que en otras condiciones hubiesen votado por el FMLN. Pero no sólo por él. Los resultados de la última encuesta preelectoral sugieren que al final, el CDU se alimentó de antiguos votantes de ARENA y en menor medida de personas que en el pasado no votaron o votaron por otros partidos pequeños que luego formaron al CDU. La mayor fuente de apoyo del CDU venía del Frente, no de los partidos pequeños que formaban esa alianza, pero sería un error despreciar la contribución de otros partidos, incluido ARENA, al ascenso del CDU, el cual fue posibilitado y catalizado en la figura de Zamora (Figura 7).

Ahora bien, la imagen positiva de Zamora en algunos sectores del electorado ayuda a entender ese ascenso rápido y efectivo del CDU, pero no logra explicar en su totalidad el fenómeno. Argumentar, sin más, que la imagen de Zamora fue la única condición que posibilitó el posicionamiento del CDU en el tercer lugar sería muy corto; sobre todo porque se estaría manifestando indirectamente que se puede ganar la elección con sólo una

Figura 7
Composición de intención de voto del CDU
según partido por el cual votaron en el 97



Fuente: Elaboración propia según base de datos de la encuesta sobre el proceso electoral de 1999.

imagen positiva. El CDU logró entrar en la lucha electoral y quedarse con el tercer lugar no sólo por su candidato, sino por lo que significaba su presencia en el espectro político nacional. Ciertamente, el Centro Democrático Unido se planteó como una opción de centro en un contexto político dominado por la polarización y necesitado de una opción distinta que no significara un compromiso pleno con la izquierda ni con la derecha. Esa necesidad había crecido de cara a estas elecciones como producto del derrumbe del PDC desde 1997 y del desencanto de algunos sectores de la población con respecto a los dos partidos mayoritarios. El CDU no hizo sino ocupar ese lugar atrayendo, por un lado, a las personas que históricamente nunca han querido vincularse con el FMLN o con ARENA y, por el otro, a las personas que habían apoyado a tales partidos, pero que en la actualidad estaban insatisfechos con su trabajo. Aunque esta alianza de grupos no logró llegar al nivel de fuerzas que representó el PDC en su última elección importante, la de 1994 sí logró lo suficiente en un sistema político desprestigiado y ya débil en su conjunto, como para posicionarse en el tercer lugar.

Lo anterior significa que el ascenso del CDU debe entenderse también en ese ambiente de debilidad de los partidos políticos. Un contexto en que los partidos más representativos y tradicionales del sistema se mantuvieran con fuerza probablemente

no habría dejado el espacio suficiente como para el desarrollo del potencial del CDU; por ejemplo, una Democracia Cristiana aún fuerte no habría permitido la aparición y el posicionamiento del CDU. En el fondo, el CDU se alimentó de los desencantados de otras fuerzas que no hallaron otra opción de participación electoral; el Centro Democrático Unido es la evidencia de la búsqueda de algunos sectores de la sociedad salvadoreña por una alternativa relativamente distinta a los partidos tradicionales. Sin embargo, esto puede resultar contradictorio con el hecho de que el CDU no es la única fuerza política nueva que compitió en el 99 y que presentó como una opción distinta a los grandes partidos. La respuesta está de nuevo en lo que representa el candidato, éste tenía la imagen necesaria como para capitalizar esa necesidad de alternativa creíble en que se convirtió el CDU, ello a pesar de contar dentro de sus filas a personajes y agrupaciones con muy mala imagen en el público salvadoreño, pero que supieron mantenerse detrás de los telones. Partidos como PUNTO y LIDER despreciaron la importancia de la imagen del candidato y se embarcaron en una campaña en donde el partido y el candidato eran unos perfectos desconocidos para la población; los salvadoreños no podían saber por quién votaban si los elegían a ellos dado que, en términos generales, éstos partidos, con una propaganda electoral nula o basada en payasadas infantiles, tampoco hicieron mucho por ser conocidos.

Zamora fue la pieza fundamental del ascenso del CDU en un engranaje posibilitado por espacios políticos alternativos y vacíos; es difícil creer, haciendo una interpretación de los hechos y las cifras de las encuestas, que Zamora hubiera tenido el mismo impacto si se hubiera presentado como candidato del FMLN reeditando el papel de 1994. Aunque probablemente hubiese tenido un mejor desempeño en la tarea de atraer votos que Facundo Guardado, no habría conseguido el mismo nivel de apoyo que logró capitalizar en el CDU. El Frente mismo, sumergido en sus luchas internas, no se lo hubiese permitido.

5. El abstencionismo electoral

El abstencionismo fue la nota más destacada del evento electoral del pasado 7 de marzo; sin embargo, éste será el tema que ocupará menos espacio en el presente ejercicio de análisis. Ello no se debe a que el tema del abstencionismo o absen-

tismo no tenga importancia para el autor, sino porque del mismo ya hay un análisis adelantado en trabajos anteriores que, aunque se refieren a eventos electorales pasados, siguen teniendo mucha vigencia en la comprensión del fenómeno (Cruz, 1998b; Cruz, 1998a; JMC, 1994). Lo que sigue a continuación resalta los aspectos particulares del evento del 99 y deja de lado la discusión sobre las causas primigenias del abstencionismo.

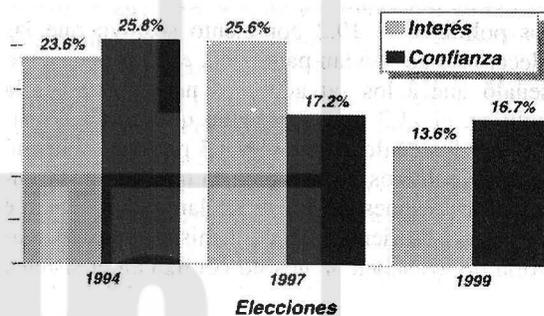
Siendo puristas con el lenguaje, lo que sucedió el pasado 7 de marzo no fue precisamente abstencionismo, fue absentismo. Sin embargo, los trabajos a los que se ha hecho referencia unas líneas arriba concluyen que la mayor parte de ese absentismo en elecciones anteriores tiene su origen fundamental en la indiferencia de buena parte de la población por la política y especialmente por los partidos políticos. Cuando buena parte de la ciudadanía en edad de votar no asiste a los eventos electorales, lo hace respondiendo a una actitud de rechazo hacia el proceso electoral: la mayoría de los absentistas no tiene confianza en las elecciones y no les interesa lo que de ellas pueda venir (Cruz, 1997b). En el fondo, ese comportamiento de no asistir a votar porque no le interesa hacerlo —no porque no pueda—, refleja una especie de abstencionismo de orden pasivo; es decir, la mayoría son personas que no se toman la molestia de seguir con todos los trámites para poder votar, porque además son de suyo engorrosos (desde ir a solicitar el carné electoral hasta cruzarse la ciudad o el municipio para asistir al centro de votación y lidiar con las dificultades inherentes del sistema), y deciden abstenerse quedándose en sus casas o continuar trabajando, como una forma de expresar que no les interesan los comicios y que no les gusta sus alternativas de elección. Al final de cuentas, la mayor parte de los ciudadanos no asiste a votar por razones muy similares de aquéllos que deciden dejar la papeleta en blanco o anular su voto en la urna. De ahí que el autor prefiere calificar como abstencionismo el fenómeno de la ausencia en las urnas⁷.

En las elecciones de 1997, el fenómeno del abstencionismo se vio incrementado porque un porcentaje importante de las personas que en el pasado habían votado por ARENA, dejaron de hacerlo en el 97 y no se trasladaron a otros partidos políticos. Este segmento vino a sumarse al tradi-

cional cúmulo de personas que por considerar que ningún partido representa sus intereses y que ninguno merece su confianza no votan. En conclusión, los que no votaron en el 97 compartían ese rechazo hacia los partidos y su sistema, con la diferencia de que en esa ocasión, éstos venían directamente de ARENA.

En el reciente proceso electoral, según las encuestas ese sentimiento de la población con respecto al sistema político en general y a los comicios en particular no parece haber disminuido, es más, los datos sugieren que inclusive aumentó. El sondeo de octubre de 1998, un mes antes del inicio de la campaña electoral, señaló que el 58.7 por ciento de los consultados pensaba que “las elecciones son un pérdida de tiempo pues las cosas nunca cambian en el país”. Una comparación de los niveles de interés y confianza que han tenido los salvadoreños en los últimos tres procesos electorarios revela que el proceso de 1999 registró los más bajos niveles (Figura 8).

Figura 8
Personas con mucho interés y confianza
en las tres últimas elecciones



Nota: Los datos corresponden a la última encuesta preelectoral realizada en cada elección en el mes de febrero.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas del IUDOP.

En 1999, los porcentajes de personas con mucho interés y mucha confianza en los comicios no superaron el 20 por ciento en cada caso y son sensiblemente menores a los mantenidos en otras elec-

7. La discusión sobre este tema se encuentra más ampliamente desarrollada en: Cruz, J.M., ¿Por qué no votan los salvadoreños?, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 595-596, 1998, pp. 449-472.

ciones. Más aún, la serie de encuestas preelectorales del IUDOP de 1999 reveló que desde octubre de 1998 a febrero de 1999, el interés por las elecciones decayó en buena medida. La campaña electoral, supuestamente el espacio para motivar y estimular la participación ciudadana en las elecciones, fue incapaz de entusiasmar a los ciudadanos con el proceso electoral, por el contrario, los desmotivó y esa fue una de las características por la cual se distinguió este proceso eleccionario.

Estos bajos niveles de interés y confianza en las elecciones no eran sino la señal más clara de una población que estaba más dispuesta a quedarse en sus casas que en asistir a los centros de votación. Cuando en la última encuesta preelectoral se les preguntó a los consultados sobre el interés en asistir a votar, sólo el 35 por ciento dijo tener mucho interés en votar, el resto dio opiniones que indicaban que no estaba seguro de hacerlo o que no quería hacerlo. Al final, efectivamente sólo votó el 38 por ciento de la población en edad de votar.

Las razones esgrimidas por los ciudadanos para justificar el posible abstencionismo en esta ocasión no se diferencian sustancialmente de las razones que han sido dadas en ocasiones anteriores: el 36 por ciento dijo que la gente no confía en los políticos, el 19.2 por ciento sostuvo que las elecciones no servían para nada, el 11.5 por ciento señaló que a los salvadoreños no les interesa la política, el 11.3 por ciento dijo que no hay partidos por los cuales votar y el 7.3 por ciento afirmó que los políticos no cumplen lo que prometen entre otras respuestas. Estas declaraciones, aunque diversas, se orientan hacia el mismo sitio: la mayoría de los salvadoreños no confían en el sistema político. A pesar de los esfuerzos publicitarios y del debate público sobre el tema, los salvadoreños —sobre todo los más desaventajados socialmente como lo muestran las encuestas— no han modificado en lo sustancial su actitud de alejamiento con respecto a la política. El desinterés y la desconfianza siguen asociados con las condiciones de precariedad con la que deben vivir muchos ciudadanos, y que ya han sido señaladas desde 1994 (JMC, 1994; Cruz, 1997b). Para los salvadoreños más necesitados, el criterio de supervivencia cotidiana no descansa en el proceso político del país, sino en las posibilidades de trabajar y de mejorar sus condiciones económicas, de ahí que no se muestren interesados en votar y que muchos hayan decidido no votar.

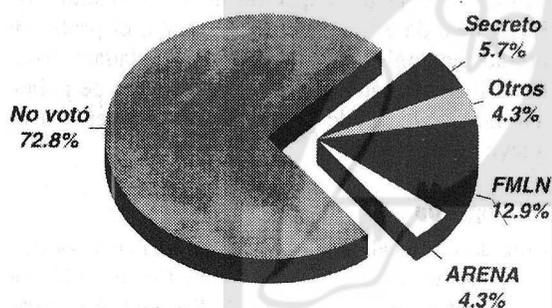
Los partidos políticos y el sistema electoral fueron incapaces de revertir estas actitudes en buena parte de la población y más bien contribuyeron a su profundización. La falta de respuestas claras y efectivas a los problemas más graves del país, la sensación de que los políticos en su conjunto no se interesan por la población y la percepción de que el sistema electoral sigue siendo más una gran dificultad que un mecanismo efectivo que facilite el voto ciudadano, fueron aspectos que se han mantenido en la conciencia pública en los dos últimos años desde las elecciones de 1997. Los esfuerzos propagandísticos para hacerle creer lo contrario en la campaña electoral por lo general chocaron con este principio de realidad que ha sido internalizado muy fuertemente. Por ejemplo, la desconfianza en los políticos no es un tema del cual se acuerdan los salvadoreños sólo cuando llegan las elecciones, los mismos ciudadanos vienen señalando eso como problema desde hace años cada vez que pueden, cada vez que buscan explicaciones a los problemas que siguen afectándoles vitalmente.

En el fondo, el abstencionismo que caracterizó a estas elecciones es sólo una de las consecuencias lógicas de ese proceso de erosión de la confianza pública en el sistema político del país. Es en lo fundamental el mismo proceso que fue avistado con las elecciones de 1994 y confirmado en las del 97, pero que no fue revertido para el 99. Cada vez más, el reacomodo de fuerzas políticas que toma lugar en elección tras elección se hace con menos población dispuesta a participar en ellas. Los partidos ganadores deben conformarse cada vez más con victorias pírricas, en el sentido de que el triunfo en los comicios no significa el apoyo masivo de la mayoría, sino sólo el apoyo necesario de una minoría. Las elecciones del 99 constituyeron el acentuamiento de esta tendencia, estimulada en cada ocasión por acontecimientos y coyunturas diferentes pero que llevan a la gente a la misma resolución en sus comportamientos.

Así como en 1997, el desempeño del gobierno fue la causa principal para que sectores importantes de la población se desencantaran con ARENA y en consecuencia se alejaron de las urnas; en 1999, fue el problema interno del FMLN, expresado en sus convenciones, el que desalentó a un segmento importante de ciudadanos que habían estado pensando en votar y que al final se decidieron por quedarse en sus casas. Éstos se sumaron a la base de personas que suelen no votar en las elec-

ciones, porque su desencanto con la política y con los partidos políticos les llegó mucho antes o porque nunca llegaron a creer en ella. Sin embargo, el aporte del FMLN al abstencionismo en el 99 no fue de la misma magnitud que el de ARENA en el 97. Primero, porque el FMLN nunca ha tenido los niveles de votación que ha tenido ARENA en sus mejores elecciones; y, segundo, porque, a diferencia de ARENA en el 97, el FMLN alimentó al CDU con buena parte de sus votos desencantados, lo que hizo que el porcentaje de abstencionistas provenientes del FMLN fuera menor. De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta política realizada en octubre de 1998, en ese momento, el 73 por ciento de las personas que no pensaban votar en las elecciones del 99 tampoco lo había hecho en el 97, es decir, repetirían el abstencionismo, del resto de posibles abstencionistas, el mayor proveedor era el FMLN con un 12.9 por ciento, seguido de ARENA y el resto de partidos con un 4.3 por ciento, respectivamente.

Figura 9
Composición de los posibles abstencionistas según partido por el cual votaron en el 97



Fuente: Elaboración propia según base de datos de la encuesta sobre el proceso electoral.

A pesar de la relativamente exitosa campaña de Flores en atraer votantes y del apareamiento del CDU, el abstencionismo no disminuyó; al contrario, considerando la importancia de las elecciones se puede decir que el fenómeno aumentó en términos simbólicos. Esos fenómenos no fueron capaces de revertir la tendencia que parece marcar la participación electoral de la gente desde hace algunos años. ARENA recuperó en buena medida el voto suficiente que le permitía ganar de manera cómoda en un contexto político dominado por la apatía, pero tam-

bién fue incapaz de movilizar a la mayoría de los salvadoreños que prefirieron quedarse en casa. El CDU no evitó el abstencionismo porque en esencia se alimentó de votantes viejos —los que suelen votar siempre—, lo que hizo fue tomar votantes de otros partidos pero no pudo obtener votantes de las grandes mayorías de la población que no participan; a lo sumo, el CDU evitó que el nivel de abstencionismo fuera aún mayor al constituirse en una alternativa frente a los partidos defraudantes. Respecto del 97 y de los partidos políticos, el FMLN fue el que más contribuyó al abstencionismo no sólo por razones numéricas, sino que también por razones de competitividad. A diferencia de ARENA, el FMLN fue incapaz de crecer y atraer nuevos votantes, esto le restó competitividad a una elecciones que se hubieran visto más concurridas si el FMLN hubiese representado una opción real de poder. En un contexto de competencia más cerrada, el valor del voto aumenta y es probable que alguna gente se hubiera decidido a votar, no sólo por el Frente, sino que inclusive también por ARENA con tal de inclinar la balanza a favor de su partido.

6. Conclusión

Este trabajo constituye sólo una interpretación general desde las encuestas de opinión pública de los resultados electorales más importantes de 1999. Sin duda, el proceso fue mucho más complejo y con más matices que lo que aparece acá, pero se ha buscado ofrecer una explicación más o menos coherente y totalizadora del proceso. Hay que decir, además, que este trabajo se ha basado en estudios realizados antes de las elecciones mismas, no se pudo disponer a tiempo para escribir estas líneas de una investigación poselectoral que hubiera confirmado o desechado algunas de las ideas planteadas acá. Por ello, lo más saludable es advertir al lector que buena parte de las interpretaciones ofrecidas acá constituyen, por el momento, hipótesis sugeridas por los mismos datos de las encuestas y no son, de manera alguna, conclusiones defendidas como verdades absolutas. En todo caso, el propósito ha sido acercarse al proceso electoral con más que puras especulaciones, se ha intentado demostrar cada idea con los datos que ofrecen las encuestas y en lo posible se ha acudido a la realidad misma para fortalecer esa defensa; sin embargo, dado que la herramienta fundamental de análisis han sido las encuestas, deben tenerse siempre presente las limitaciones inherentes a las mismas tanto como sus riquezas.

No se ha intentado explicar todo lo que sucedió en las elecciones, hacerlo hubiese significado un trabajo mucho más extenso que excede las posibilidades de esta revista; por ello, el trabajo se concentró en lo más relevante de las elecciones, esperando que desde ahí se puedan deducir interpretaciones para los otros aspectos que caracterizaron al proceso. Aspectos como el pobre desempeño del PDC y el PCN, el fracaso del resto de candidatos para constituirse en alternativas creíbles frente a la población, la pobre campaña electoral, el impacto de la negativa de debatir de Flores, el papel que jugaron las encuestas, etc.

Con todo, la victoria de ARENA, el posicionamiento del CDU en el tercer lugar y el elevado nivel de absentismo electoral son los resultados más relevantes de un proceso sumamente complejo. ARENA y su candidato Flores ganaron las elecciones porque supieron adecuarse lo suficiente para convertirse nuevamente en la única alternativa real de poder, dado que el FMLN no supo hacerlo por diversas circunstancias.

No hay que olvidar que el telón dominante de estas elecciones lo constituía la debilidad del sistema de partidos a causa de la indiferencia ciudadana por la política. Los partidos estaban enfrentados en estas elecciones al hecho de que muy poca gente se sentía a gusto con ellos y que sus bases de apoyo político eran en general muy pobres, por lo tanto, debían abrirse a los ciudadanos para fortalecerse de su apoyo. ARENA entendió bien este mensaje e hizo lo que debía hacer en términos estratégicos: renovó su imagen en la persona de un candidato —lo que le permitió más libertad al partido y al gobierno, dio la impresión de abrirse a nuevos cuadros y de intentar una “nueva forma de hacer política”. El FMLN, por su lado, no supo hacerlo. Antes bien, permitió que la gente siguiera hablando de las áreas oscuras de su pasado y dio la imagen opuesta a la renovación al concentrarse en sus luchas internas y al lanzarse con la imagen más tradicional que podía tener en la personalidad de sus candidatos. Ciertamente, el FMLN no perdió muchos votos, pero fue incapaz de mantener el pulso con ARENA en los momentos más importantes del proceso preelectoral. Esto hizo que ARENA ganara en unas elecciones muy poco competitivas, con lo necesario para hacerlo de manera convincente pero sin poder romper la indiferencia de la mayoría de la población, la cual prefirió quedarse en sus casas y no apostar a ningún partido.

Pero esto no fue un problema atribuible sólo a los dos partidos grandes, los partidos pequeños y, por tanto, el sistema completo de partidos políticos fue incapaz de constituirse en alternativas creíbles frente a los ojos de la población. En este contexto, el único agrupamiento que fue capaz de atraer inéditamente nuevos votos fue el CDU; pero no lo hizo basado en una propuesta electoral novedosa ni tampoco como resultado de la sumatoria de las fuerzas de los grupos que lo conformaban, lo hizo bajo el catalizador de un candidato con reconocimiento y trayectoria, que en el contexto de indiferencia sólo fue capaz de atraer a los votantes más constantes que se encontraban desencantados con el resto de partidos.

Al final, las victorias —la de ARENA y la del CDU— se sellaron no sólo porque estos partidos hicieron lo conveniente, sino porque sus adversarios no estuvieron a la altura de la competencia. El mismo resultado de las elecciones, con un partido ganador que sólo representa al 18 por ciento de los salvadoreños en edad de votar, es prueba de ello.

En estas condiciones, el mayor reto que siguen enfrentando los partidos y el sistema político salvadoreño es la participación de los salvadoreños. En la medida en que ello no se haga, el problema del abstencionismo e indiferencia ciudadana hacia lo político, se convertirá en un problema de gobernabilidad que puede poner al país de frente a un nuevo autoritarismo.

Bibliografía

- Cruz, José Miguel, “Las encuesta de opinión y las elecciones de 1997”, en Félix Ulloa, Carlos Guillermo Ramos y José Miguel Cruz, *El Salvador. Elecciones 1997*, San Salvador: FUNDAUNGO/Friedrich Ebert Stiftung, 1997a.
- Cruz, José Miguel, “Las razones del abstencionismo en El Salvador en 1997”, en Ricardo Córdova (compilador), *El abstencionismo electoral en Nicaragua y El Salvador*, San Salvador: FUNDAUNGO, 1997b.
- Cruz, José Miguel, “¿Por qué no votan los salvadoreños?”, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 595-596, 1998a, pp. 449-472.
- Cruz, José Miguel, “Elecciones y pensamiento social: opinión pública en los comicios 97”, en Héctor Dada (coordinador), *Las elecciones de 1997: ¿un paso más en la transición democrática?*, San Salvador: FLACSO, 1998.
- Cruz, José Miguel y Orellana, Víctor Antonio, “Opinión pública y gobierno local. Así piensan los salvadore-

- ños sobre el primer año de gestión municipal”, San Salvador: IUDOP/FUNDAUNGO, 1999.
- ECA, “Crónica del mes de Octubre”, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 588, 1997, pp. 1035-1042.
- El Diario de Hoy*, “ARENA aventaja al FMLN”, San Salvador, 29 de septiembre de 1998, p. 8.
- Instituto Universitario de Opinión Pública, “La opinión pública de los salvadoreños sobre las elecciones. La última encuesta preelectoral”, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 545-546, 1994, pp. 165-194.
- Instituto Universitario de Opinión Pública, “La opinión pública sobre las elecciones de 1997”, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 581-582, 1997, pp. 227-258.
- Instituto Universitario de Opinión Pública, “La Asamblea Legislativa: las opiniones de los salvadoreños”, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 597-598, 1998, pp. 579-594.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta de cultura política-electoral”, San Salvador: IUDOP-UCA, 1994.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta sobre la gobernabilidad y expectativas hacia las nuevas autoridades municipales y legislativas”, Serie de informes 64, San Salvador: IUDOP-UCA, 1997a.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta sobre el sistema educativo la salud”, Serie de informes 65, San Salvador: IUDOP-UCA, 1997b.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta de evaluación del año 1997”, Serie de informes 66, San Salvador: IUDOP-UCA, 1997c.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta de evaluación de derechos humanos”, Serie de informes 67, San Salvador: IUDOP-UCA, 1998a.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta sobre religión y religiosidad de los salvadoreños”, Serie de informes 68, San Salvador: IUDOP-UCA, 1998b.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Evaluación del cuarto año de gobierno de Calderón Sol y el primer año de la Asamblea Legislativa y los gobiernos municipales”, Serie de informes 69, San Salvador: IUDOP-UCA, 1998c.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta de opinión sobre delincuencia”, Serie de informes 70, San Salvador: IUDOP-UCA, 1998d.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta sobre cultura política”, Serie de informes 71, San Salvador: IUDOP-UCA, 1998e.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta de evaluación del año 1998”, Serie de informes 72, San Salvador: IUDOP-UCA, 1998f.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta sobre el proceso electoral de 1999”, Serie de informes 73, San Salvador: IUDOP-UCA, 1999a.
- Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP), “Encuesta sobre la jornada electoral del 7 de marzo”, Serie de informes 74, San Salvador: IUDOP-UCA, 1999b.
- JMC, “Ausentismo en las elecciones: algunas hipótesis y reflexiones desde las encuestas”, *Estudios Centroamericanos (ECA)*, 545-546, 1994, pp. 274-285.
- La Prensa Gráfica*, “ARENA y FMLN en virtual empate”, 24 de agosto de 1998, pp. 4-6.