

# Reflexiones en torno a las elecciones presidenciales del 2004\*

Por Raymundo Calderón Morán

Docente de la Escuela de Ciencias Sociales,  
Facultad de Ciencias y Humanidades, UES  
jraumundocm@hotmail.com

## Resumen:

*El artículo plantea que durante el proceso electoral que concluyó el 21 de marzo de 2004 con el triunfo presidencial de ARENA, el partido de izquierda FMLN vio disminuidas sus posibilidades de ascender al ejecutivo, debido a una serie de errores estratégicos, producto, al mismo tiempo de una concepción política demasiado ingenua a la realidad.*

*El autor hace una crítica de la estrategia electoral del FMLN y le invita a cambiarla, si ese fuera el caso, tomando en cuenta que para el 2006, deberá enfrentarse nuevamente a ARENA en las elecciones para alcaldes y diputados.*

El 21 de marzo de 2004 culminó un proceso que inició meses antes y cuyo objetivo final tuvo como meta alcanzar la presidencia de la República.

El partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) se colocó muy por encima de su principal opositor, el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), concretándose la tendencia que previo al 21 señalaban algunas encuestas, entre ellas la de la UCA.

El FMLN subestimó estas encuestas y confió en otras que lo acercaban a una probable segunda

vuelta. Las cosas no resultaron así, y aun cuando el FRENTE dobló su número de votos (un poco más de 800,000), ARENA les sacó una ventaja de 500,000, cifra bastante considerable que ni el mismo partido de derecha se esperaba.

¿Qué factores podrían ayudar a explicar este fenómeno? Ese es el objeto del presente análisis, que dicho sea de paso, sólo es un punto de vista más, con el cual se puede estar de acuerdo o no.

## 1. La estrategia electoral

Desde el punto de vista de la estrategia electoral ¿a qué le apostaron ambos partidos? ARENA apostó a una visión

\* Ponencia presentada al Foro: Análisis de las Elecciones del 2004, celebrado el 30 de marzo de 2004 en la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad de El Salvador.

NOTA: El presente artículo analiza el proceso electoral del 2004 a partir de dos partidos: ARENA y FMLN, como los contendientes más importantes. No analiza, por tanto, el rol de los llamados partidos minoritarios (PCN y Coalición CDU-PDC), lo cual requeriría un artículo aparte.

de país del presente, y se recurrió al pasado pero sólo con fines propagandísticos (aquí cabe la campaña gris). El FMLN apostó al DEBER SER. El tiempo se presentó en futuro y se hizo a un lado el presente.

Para desarrollar esta estrategia en presente ARENA hizo uso de los logros del gobierno en materia de infraestructura y servicios : carreteras, pasos a dos niveles, centros comerciales, bancos, telefonía, internet, etc. Esto es lo que podría llamarse lo PICTÓRICO porque es lo que la gente ve, independientemente de que se tenga vehículo o no, o que se tenga o carezca de la capacidad adquisitiva para comprar en los gigantescos supermercados. La lógica de la gente va más encaminada al hecho de ver lo que está allí, concreto, y que antes no se tenía. Además toda esta infraestructura y servicios se presentó como el paso de lo tradicional a lo moderno, es decir como el mejor signo de la entrada de El Salvador al mundo global.

Hábilmente ARENA presentó este nuevo paisaje de <<modernización y desarrollo>> en contraste con lo que sucedió durante la guerra: destrucción de la infraestructura y de la economía. Prácticamente, a través de un lenguaje SUTIL y teóricamente bien elaborado, colocó al FMLN como un partido que nunca le ha interesado el país y qué pasaría si algún día llegasen a gobernar.

En efecto la guerra psicológica de ARENA se centró en el pasado y explotó estratégicamente los antecedentes de la organización y de sus

figuras, en especial la de su figura más importante, Schafik Hándal, que muchas veces dio pie a través de exabruptos en los medios de comunicación para que su pasado se abultara aún más.

Jugar a la inseguridad fue crucial en el discurso de ARENA. ¿Cuál va a ser el futuro del país si el FMLN gana? ¿Nos convertiremos en otra Cuba o Venezuela? ¿Qué pasará con los hermanos lejanos y sus remesas en los Estados Unidos?. Lo que El Salvador tiene hoy, aunque ha tenido un costo, se derrumbaría si el FRENTE logra su objetivo. De hecho, si hay algo a lo que la gente teme es a la inseguridad, a lo incierto, sobre todo después que se ha salido de una guerra. Por otra parte, ARENA aprovechándose del estado de inseguridad que vive la ciudadanía y sobre todo por el flagelo de la delincuencia común (maras y pandillas), creó el estereotipo PAIS SEGURO bajo el slogan <<mano dura contra la delincuencia>>, prometiéndose convertir a El Salvador en el país más seguro de América Latina.

Todo el engranaje anterior funcionó perfectamente y cada paso fue fríamente calculado, desde la escogitación del candidato hasta los slogans y spots propagandísticos. El matrimonio perfecto entre la elite política de ARENA con los grupos empresariales de poder y algunos medios de comunicación, potenció al cien por ciento la estrategia y terminó neutralizando la alternativa de cambio presentado por el FMLN.

En la otra cara de la moneda el FRENTE apostó al cambio ( EL

CAMBIO ES HOY), pero con una visión de futuro. La base de sustentación de esta apuesta estuvo en el Programa de gobierno que implementaría en caso de ganar las elecciones.

El slogan <<El cambio es hoy>> tuvo su efecto según lo reflejaron algunas encuestas (UTECH y UFG), pero no fue suficiente para revertir los resultados finales, lo cual indica que la sola necesidad y deseo de cambio, por sí mismo, actuó como un espejismo que llevó a un exceso de confianza.

Al parecer el FRENTE consideró que el grado de deterioro de las condiciones de vida de una buena parte de la población era más que suficiente para derrotar a ARENA, y que no había necesidad, por tanto, de recurrir a la guerra psicológica e ideológica y que la suerte ya estaba echada (alea jacta est).

En efecto este exceso de confianza condujo a tres errores estratégicos: ingenuidad, mecanicismo y voluntarismo, como si se tratase de una izquierda sin la más mínima experiencia. No indica esto que algunos miembros de la Dirección Nacional no se percataron del hecho, pero cuando esto sucedió el proceso se encontraba en la recta final, es decir, era demasiado tarde para reaccionar.

Por otra parte, el FRENTE concurrió a unas elecciones marcadas por la polarización en donde lo que la gente percibió fue una constante confrontación que se agudizó en la fase final. El FMLN no fue capaz de desembarazarse de este embrollo y fue cayendo fatalmente en la lógica de este discurso, a sabiendas de que era muy difícil que pudiera revertirlo

porque no contaba con los ingentes recursos económicos, ni comunicacionales en paridad con ARENA. Su plataforma programática basada en la construcción de una sociedad justa y democrática (la gente es primero) empezó a diluirse y las reglas del juego electoral empezaron a quebrarse.

Ciertamente fue ARENA quien inició este quiebre, pero lo hizo porque al medir las fuerzas del paralelogramo (según la expresión de José Fouché) se dio cuenta que el FRENTE tenía probabilidades de triunfo.

El temor se apoderó de ARENA y aumentó aún más por el solo hecho de pensar que el líder histórico del Partido Comunista, Schafik Hándal, podía llegar a ser presidente constitucional.

En este sentido es que el discurso de ARENA se volvió más visceral y empezó a tocar puntos claves: las relaciones con los Estados Unidos, las remesas familiares, la libertad de cultos, etc. En un acto casi desesperado el candidato Hándal se hizo ungir por un pastor evangélico en la Plaza Barrios, como una forma de hacerle entender a la población que la libertad de cultos sería respetada. Obviamente esto no fue suficiente porque se requería más imaginación y audacia para neutralizar la maquinaria de ARENA.

Con esto y todo el FMLN hizo muy poco en términos creativos y continuó confiando en que el pueblo, cansado de tres gobiernos de ARENA, le daría la victoria. La cuestión no es mecánica, en tanto que la psicología de

los pueblos es más que cansancio y no necesariamente una cosa lleva a la otra.

A lo anterior habría que agregar que el FMLN asistió a estas elecciones bajo una pugna interna soterrada debido a la imposición de Schafik Hándal como candidato presidencial. Mientras duró el proceso electoral esta pugna se tapó o disimuló, pero una vez se conocieron los resultados, las contradicciones afloraron de nuevo. En otras palabras Hándal compite en estas elecciones sin haber alcanzado el consenso necesario de las bases del partido.

El FMLN pudo haber hecho más si se hubiese puesto a pensar que no estaba compitiendo contra un partido que acaba de nacer. ARENA representa la heredera histórica del conservadurismo de derecha en El Salvador, y como tal, depositaria de una larga experiencia política que data desde la fundación del Estado nacional salvadoreño. Con puro voluntarismo no se puede derrotar a un partido así. Una cosa es la estrategia de la guerra y otra la de la política.

Sin embargo en este cuadro no todo es negro para el FMLN. Tuvo más respeto por las reglas del juego electoral que ARENA y fue capaz de presentar un programa mucho más coherente en términos de desarrollo humano, pero no lo supo potenciar estratégicamente. Algo así como cuando dos equipos de fútbol se enfrentan y el que ha jugado mejor termina perdiendo.

He aquí que el reto para el futuro no está en que no hayan reglas de juego ni programa, sino en saberlas potenciar estratégicamente, que es lo que le faltó al FMLN en esta contienda.

## 2. Caracterización de los candidatos

### 2.1 Elías Antonio Saca

Cuando se dieron las elecciones para elegir alcaldes y diputados en el 2003, ARENA no dejó de sentirse derrotada porque perdió alcaldías muy importantes como la de San Salvador, Santa Ana y Santa Tecla y el FMLN aumentó su número de diputados

En tanto el FRENTE se durmió en sus cenizas y la confianza producto de la victoria, ARENA dio un banderillazo de salida pensando en que tenía que enfrentar las elecciones presidenciales del 2004, y nada mejor que efectuar cambios de refresco en el organismo de dirección del partido, el COENA. Empresarios de gran influencia y poder como Ricardo Poma, Roberto Murray Meza, José Antonio Salaverría se apartaron para darle paso a un rostro nuevo, aunque no desconocido puesto que provenía de las filas de ANEP: Elías Antonio Saca.

¿Fue la suerte quien llevó a Saca al seno del COENA? Para nada. Fue obra del cálculo, o, como diría Benson, del laboratorio de ciencia política, pero nunca de la casualidad. Había demasiadas cosas en juego como para ponerse a jugar a la gallina ciega.

¿Qué fue entonces lo que a ARENA llamó la atención de Saca? Una ligera revisión de su record de vida indica que Saca no estuvo directamente comprometido con el conflicto armado de los ochentas, y menos se le puede considerar de la vieja guardia del partido. Esto no quiere decir ausencia de identidad ideológica, la cual

probablemente la tuvo, aunque no la haya hecho explícita. Por tanto un rostro fresco, comunicativo y sin ligas con el pasado es a lo que ARENA le apostó, y es por esto que el estribillo de las <<manos limpias>> surtió su efecto y actuó como un mazo demoledor a la hora de la verdad. De nada le sirvió al FMLN el señalamiento de que si bien Saca no tuvo nada que ver con las violaciones a los derechos humanos en el pasado, tras de él se escondían los mismos (la Tandon, Cristiani, Calderón Sol, etc.). Precisamente en esto consistió el cálculo porque el FRENTE hizo todo lo contrario.

Muy bien sabía ARENA que tenía que presentar una nueva imagen, al punto de convertir a su candidato en una especie de superhombre, dispuesto a dar el todo por el todo a los salvadoreños y el único capaz de llevar a El Salvador a la meta del desarrollo. Esto no podía lograrlo con viejas figuras, o al menos se le hubiese dificultado más. Alguien jovial, con habilidades en el mundo de las comunicaciones, sin ataduras con el pasado fue su mejor carta. A esto apostó contra la figura de Schafik, el más temido de todos los candidatos de la oposición.

Así, Elías Antonio Saca sin ser cien por ciento desconocido, irrumpe en el mundo de la política, y para prepararle el terreno se le nombra presidente del Consejo Ejecutivo Nacional (COENA), lo que estaba indicando, por la proximidad de las elecciones, luz verde para su candidatura presidencial. Lo que vino de ahí en adelante cayó por su propio peso.

## 2.2 Jorge Schafik Hándal

A diferencia de Saca, Hándal tiene en su haber una larguísima carrera política, de militancia continua y sostenida en uno de los partidos más antiguos: el partido comunista salvadoreño fundado en 1930. En este sentido ambos son distintos, pues si se quisiera medir la carrera política de uno y otro, la distancia es grande.

Sin embargo no porque la distancia es grande las cosas serían fáciles, como pensaron muchos. Lo que Saca tuvo a su favor y Hándal en contra es algo más que una gran distancia: fue el poder económico y mediático, que son quienes al final terminaron inclinando la balanza. Pero al mismo tiempo resulta un tanto incomprensible la posición de Hándal, de considerarse triunfador por el solo hecho de representar las necesidades más sentidas por los salvadoreños. Todo esto es contrario al pragmatismo político. Y resulta aún más incomprensible porque se supone que Hándal no es un niño en política, que como tal debió medir las posibilidades reales de triunfo. Paradójicamente optó por empecinarse, lo que al final se tradujo en una derrota y en un daño para la imagen del FMLN.

Es de vital importancia señalar, por otra parte, que Hándal muchas veces cayó en la trampa que le tendieron algunos medios de comunicación. Hubo, por ejemplo, preguntas que pertenecían al ámbito privado y que no tenía por qué responderlas o ponerse en un <<dime qué te diré>> con los entrevistadores. No es posible que sus asesores no le hayan advertido sobre este peligro, y si

lo hicieron, significa que Hándal no siguió instrucciones. Así, en este juego de palabras y de imágenes propio de la vídeo-política y del marketing, Hándal no fue hábil y trató de resolver en varias ocasiones con exabruptos.

Obviamente todo esto fue calculado y diseñado a la medida de ambos candidatos. En tanto que a Saca se le dio toda la cobertura y se le presentó como un superhombre, a Hándal se le hizo añicos y se le desprestigió a través de la propaganda gris. El problema es que Hándal contribuyó a esto al no encontrar más respuesta que la acusación mutua.

Generalmente lo que se impuso fue su fuerte personalidad y esto es precisamente lo que sus adversarios políticos explotaron al máximo. Hubo un columnista de La Prensa Gráfica que llegó a decir que el próximo presidente del país <<no podía ser un hombre bravo>>, porque eso da mala imagen.

¿Que se quería decir con esto? Que Saca era la otra cara de la moneda: buena imagen, jovial, simpático. Todo lo contrario de Hándal.

Otro punto que ARENA aprovechó al máximo fue el pasado del candidato del FRENTE. Por supuesto que esta propaganda gris no la calzó con su nombre, pero parece obvio que tras los prestanombres no podía dejar de estar el partido y toda su red. Tampoco en esta batalla, quizá la más dura, Hándal salió bien librado. El FMLN pensó que ARENA respetaría por lo menos las reglas mínimas del juego y no se preparó para afrontar esta tormenta, la cual ciertamente rebasó los límites de lo que

en una democracia está permitido.

No obstante los vacíos señalados y el carácter desigual de la contienda, los más de 800,000 votos logrados puede considerarse como una <<victoria relativa>>, que del mismo como podrían esfumarse en el futuro también podrían agrandarse si se aplican los correctivos pertinentes. Esto está en manos del FRENTE.

### 3. Hegemonía y sociedad

El pensador italiano Antonio Gramsci (1891-1937) fue quien desarrolló por primera vez y de manera sistemática el concepto central de HEGEMONÍA.

Según Gramsci la hegemonía es el liderazgo cultural ejercido por la clase dirigente. Por tanto, hablar de una clase dirigente implica hablar de una elite intelectual, responsable de la conducción ideológico-cultural de la sociedad, y que de otro modo, Gramsci llamaba <<intelectuales orgánicos>>.

¿Qué pasó entre ARENA y el FMLN en cuanto a este liderazgo cultural? Importante porque ARENA ha creado durante sus tres gobiernos, y sin duda lo continuará en el que viene, con el concurso de su maquinaria <<mediática>> (prensa, radio, televisión, internet) y de las crecientes remesas, un nuevo estilo de vida o una nueva cultura basada en el consumismo.

La fuerte emigración hacia los Estados Unidos ha favorecido este cambio de cultura, pues más de 2 millones de salvadoreños viven en el país del norte, y aunque la mayoría de ellos

continúan considerándose salvadoreños o salvadoreñas por añoranza o porque sus raíces de encuentran en El Salvador, la verdad es que se trata de un <<nuevo salvadoreño>>, culturalmente híbrido, y según el decir de muchos de ellos, sobre todo los que tienen ciudadanía estadounidense, <<un salvadoreño de éxito>>, entendiendo por éxito que pudo lograr la meta del sueño americano.

Esta fuerte emigración y el constante ir y venir de salvadoreños no sólo ha generado dólares sino asimismo una intensa transferencia cultural, basada en la imagen de que El Salvador es el país que va a la vanguardia en toda Centroamérica. Es común oír decir a los salvadoreños que llegan de vacaciones que <<el país ha cambiado mucho y que no tiene nada que envidiarle a los países desarrollados>>. Obviamente este motivo de orgullo está basado en lo PICTÓRICO, en lo que la gente ve, sin tomar en cuenta otras variables, también muy importantes para medir el desarrollo.

Es innegable que ARENA ha aprovechado muy bien para sus propios intereses el cúmulo de remesas y la transferencia cultural. Por ejemplo las remesas le sirvieron de sustentación para implementar la Ley de Integración Monetaria (dolarización), cuyas consecuencias culturales ya se dejan sentir al perderse la identidad monetaria. Y la transferencia cultural le ha servido para crear una imagen de cristal y poner en las manos de la gente centenares de artículos de consumo y tarjetas de crédito. Por supuesto que esta es una lógica cultural mundial debido a la globalización, pero de la cual ARENA se ha apropiado y la ha convertido en un

estilo de vida. Al parecer este estilo de vida es el que gusta a la gente, y es también por el que se votó porque se desea continuar en lo mismo.

Aquí se ve otro error del FMLN en el sentido de no acentuar o <<subrayar>> la hegemonía y el liderazgo cultural. Durante la guerra el FRENTE fue capaz de mantener RADIO VENCEREMOS, prácticamente con cobertura nacional. Durante el tiempo de paz debió haber convertido esta radio en una verdadera plataforma de hegemonía cultural, e igual pudo haberlo hecho con los medios impresos o televisivos, porque la conciencia de las masas no se despierta desde un curul legislativo o del cómodo sillón de una alcaldía.

Si a esto agregamos el distanciamiento gradual del FRENTE con sus propios intelectuales orgánicos y sus propias bases, y las continuas disputas internas, muy difícilmente se estaba en capacidad de <<persuadir>> a la gente que el programa de este instituto político era el que mejor convenía, y no porque fuera malo sino porque se carecía de los instrumentos para hacerlo asequible.

Es evidente el peso cultural de ARENA que ha creado todo un modus vivendi aprovechándose al máximo de las remesas y de la transferencia cultural con los Estados Unidos y haciéndole creer a la gente a través del bombardeo publicitario que El Salvador es en Centroamérica el <<mejor de los mundos posibles>>, inclusive sobre Costa Rica. En tanto que ARENA tenga convencida a la población de que esto

es así y de lo que se trata es de defender el sistema de libertades y la cultura cristiana occidental, no solo para el FMLN sino para cualquier otro partido político, va ser cuesta arriba ganarle, a no ser que suceda algo extraordinario fuera de este contexto de análisis.

De hecho el FMLN tiene ante sí el reto de replantearse esta política cultural, pero no es factible que avance mucho si se continúa viendo esta cuestión como algo secundario. Esto que parece superficial tiene lógica si se analiza el hecho de que el salvadoreño, especialmente urbano, le interesa más la imagen que la realidad. De aquí que el replanteamiento tiene que ser hecho de raíz, porque en la medida que ARENA va consolidando su modelo cultural es más difícil revertirlo, sobre todo si continúan llegando masivamente las remesas y la gente no deja de emigrar, lo cual parece que es improbable que suceda en el corto y mediano plazo.

#### 4. Reflexión final

Cuando acontece un hecho como las pasadas elecciones del 21 de marzo lo sensato es revisar críticamente lo que sucedió, no para darse golpes en el pecho o rasgarse las vestiduras sino para actuar de modo distinto. Todo fracaso implica que hay que ver hacia afuera pero también hacia adentro. Si una determinada estrategia no dio los resultados que se esperaban, pues lo lógico es cambiarla o modificarla, si ese fuera el caso. El jefe de campaña de ARENA, René Figueroa, manifestó en una entrevista televisada poco después de las elecciones que muchos militantes

del partido de derecha les habían solicitado que no pararan la maquinaria para asegurar las próximas elecciones en donde se elegirán alcaldes y diputados.

En efecto, lo más probable es que ARENA simplemente ajuste la maquinaria y la eche a andar de nuevo, con el consiguiente peligro de debilitar todavía más al FMLN. Por ello mismo es prioritario que el FRENTE revise de arriba abajo su estrategia y efectúe los cambios pertinentes de cara al futuro, esto es, si quiere sobrevivir o al menos continuar siendo la principal fuerza de oposición. La verdadera audacia en esto consiste en pensar y actuar dialécticamente y abandonar el dogmatismo, puesto que tampoco ARENA es invencible.

También vale la pena sobre este último punto la siguiente reflexión: ningún triunfo político es <<absoluto>>, lo que implica que no hay partido que no pueda ser derrotado. Entonces ARENA sí puede ser derrotado, pero, lo que quedó claro, no de la manera que quiso hacerlo el FMLN.

Tampoco es predecible cuánto tiempo durará ARENA en el poder, hasta cuándo podrá mantener el mito de la imagen y del discurso distorsionado. Hay algo peligroso a lo que ARENA juega a través del marketing: el artificio de la vídeo-política. Durante el proceso electoral pasado y probablemente el que se aproxima, esta estrategia le ha dado resultado, pero no es seguro que siempre resulte así, sobre todo si la oposición es capaz de anteponer algo diferente y creativo.



Y como efectivamente ARENA sabe que el marketing no es <<permanencia voluntaria>>, es por esto que colocó en el centro de su programa la agenda social. Claro que mucho podría hacer en este campo si tuviera voluntad, pero lo más seguro es que haga poco y a costa del sacrificio de otros (te quito a vos para darle a aquel). Muy difícilmente se atreverá a tocar los bolsillos de los poderosos grupos empresariales.

Lo importante es que esto

<<poco>> que sin duda hará ARENA es lo que utilizará para continuar engordando su caudal de votos en los futuros procesos electorales. Si el FMLN continúa cometiendo errores no sólo permitirá que este caudal engorde aún más sino que corre el riesgo de convertirse en un partido minoritario, con lo cual las aspiraciones de los centenares de muertos durante en conflicto armado de los ochentas quedarían sepultadas.

## Referencias básicas consultadas

- PERIÓDICOS
- La Prensa Gráfica (varios números)
- El Diario de Hoy (varios números)
- Co-Latino (varios números)
- Entrevista Al Día, día martes 23 de marzo, realizada por Mauricio Funes a los jefes de campaña de ARENA, Lic. René Figueroa e Ing. César Funes
- Benson, Oliver. Laboratorio de Ciencia Política. Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1974
- Maquiavelo, Nicolás. El Príncipe. Editorial Porrúa, México, D.F., 1992
- Ritzer, George. Teoría Sociológica Contemporánea. Editorial Mc Graw Hill, Madrid, España, 1995
- Sartori, Giovanni. Homo Videns (La Sociedad Teledirigida). Editorial Taurus, México, D.F., 1997
- Van Dijk, Teun A. Racismo y Discurso de las Elites. Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2003
- Zweig, Stefan. Fouché (biografía). Colección Libros y Revistas BOHEMIA N° 25, Caracas, Venezuela, s/f.