

# Las elecciones presidenciales desde el comportamiento de la opinión pública

*José Miguel Cruz\**

## Resumen

En este artículo se intentan explicar los resultados más importantes de las elecciones presidenciales de 2004, utilizando los datos de las encuestas del IUDOP. Según el autor, los resultados de los comicios son el producto combinado de varias condiciones que comenzaron a interactuar mucho antes del inicio de la campaña electoral. Entre tales factores se mencionan la selección de los candidatos presidenciales, el plan mano dura, el inicio anticipado de la campaña, la dinámica de polarización y rechazos, en el entorno político, y la intervención de algunas encuestas de opinión pública, que anunciaban una elección competitiva.

Las elecciones presidenciales del 21 de marzo de 2004 constituyen, sin lugar a dudas, un punto de inflexión en la dinámica política salvadoreña. Con lo sucedido en esas elecciones no solo ha cambiado radicalmente el sistema de partidos salvadoreños —aunque aún falta por ver si algunos de los que fueron cancelados por el Tribunal Supremo Electoral logran un decreto que los salve—, sino que también se han modificado de forma significativa los parámetros de la participación política en El Salvador.

Desde la firma de los acuerdos de paz y desde que este país se propuso un sistema político no

autoritario, la participación de los ciudadanos en las elecciones jamás había superado el 50 por ciento. A decir verdad, el nivel más alto de participación alcanzado en cualquier elección ocurrió en la elección de alcaldes de 1994, con más de 1 300 000 votos. Desde entonces, la participación electoral había disminuido, excepto por un leve repunte en las elecciones legislativas de 2003. Esas elecciones dejaron un escenario político particular, por haber sido las primeras en las cuales el mayor partido de oposición, el FMLN, ganó muchos más votos que el partido gobernante y conquistó la mayor parte de los escaños de la Asamblea Legislativa. A

\* Director Ejecutivo del Instituto Universitario de Opinión Pública de la UCA.

juzgar por esos resultados y por las tendencias que se habían estado registrando en las últimas elecciones legislativas, parecía que las elecciones presidenciales de 2004 serían la oportunidad para que la izquierda, representada en el FMLN, llegara, al fin, al poder. Sin embargo, los resultados finales de los comicios de 2004 han mostrado que eso no sucedió así: ni la izquierda llegó al poder ni la mayoría de los salvadoreños se quedó en su casa.

La elevada participación de los ciudadanos en las elecciones, después de más de una década de transición política, plantea muchas interrogantes y es, probablemente, el fenómeno más destacado de las elecciones. Sin embargo, lo que más ha suscitado debate es el resultado mismo: que ARENA, luego de gobernar durante casi quince años y después de haber sido derrotados en las elecciones legislativas de hace un año, ganara las elecciones presidenciales con un amplio margen y sin discusión. Y eso sucedió en el contexto de una campaña en extremo sucia, tensa, polarizada y violenta.

Uno de los distintivos fundamentales de la campaña electoral para elegir al Presidente de la República 2004-2009 es que la misma parecía ser el punto de quiebre definitivo de las correlaciones políticas de la historia salvadoreña. Después de la victoria del FMLN, en 2003, para la izquierda y para muchos otros sectores había razones para pensar que el año 2004 sería el momento de asegurar la alternancia, en el ejercicio del poder. No obstante, las elecciones sí constituyeron un punto de quiebre, pero no porque hayan producido el cambio anticipado por muchos y temido por no pocos, sino porque movilizaron a más de dos tercios de los votantes salvadoreños y definieron con mucha claridad al ganador y a los perdedores. Como ha apuntado William Barnes<sup>1</sup>, en un análisis privado de las elecciones: en estos comicios, entre más han cambiado las cosas, más se mantienen igual. ARENA ha recuperado la hegemonía, el FMLN ha pasado a hacer la única fuerza legal de oposición y el resto de partidos, la mayor parte de ellos con una amplia tradición política, han desaparecido.

¿A qué se debió este resultado? ¿Cuáles fueron las motivaciones de la ciudadanía para votar de esa manera? ¿Qué la llevó a participar de manera

inusual para los estándares salvadoreños? Este artículo se propone contestar estas preguntas, desde la información que ofrecen las encuestas preelectorales de opinión pública del Instituto Universitario de Opinión Pública (IUDOP) de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”. En otras palabras, esas preguntas se responden desde lo que los mismos ciudadanos anticipaban como su conducta electoral, sus opiniones sobre el proceso político y las razones para comportarse electoralmente de la manera en que lo hicieron.

Este artículo parte de ciertas premisas que es necesario dejar claras para comprender los alcances de lo que aquí se dice. En primer lugar, el resultado final de las elecciones refleja con cierta fidelidad la manera general cómo los salvadoreños votaron el 21 de marzo de 2004. Sin negar que estas elecciones estuvieron marcadas por una notable deficiencia del Tribunal Supremo Electoral, el cual no pudo garantizar el cumplimiento de las reglas ni garantizó que los comicios se desarrollaran en condiciones más o menos justas para todos los partidos participantes, lo cierto es que las irregularidades —que no fueron pocas— ocurridas durante la campaña, y sobre todo el mismo día de las elecciones, no son de una magnitud tal que lleve a pensar que, en otras circunstancias, el resultado hubiese sido muy diferente. En segundo lugar, se parte del convencimiento de que las encuestas de opinión pública bien realizadas y responsablemente utilizadas constituyen un instrumento muy útil para aproximarse a las razones del comportamiento político de la ciudadanía. Los sondeos de opinión no son la fuente de la verdad absoluta para comprender lo que sucede en la conciencia ciudadana, pero sí proporcionan un importante cúmulo de información sistemática que, de otra forma, sería difícil obtener. Las encuestas sirven para complementar los análisis políticos, a partir de información recogida objetivamente, y tienen la ventaja de ser menos vulnerables —aunque de ninguna manera exentas— a la interpretación subjetiva de los analistas. Y en tercer lugar, este trabajo parte del supuesto de que, como en casi todos los fenómenos sociales, el resultado de un proceso electoral es el producto de una serie de factores de diverso tipo, cuya combinación crea las condiciones para que la gente se

1. El autor agradece a William Barnes por sus comentarios a las versiones previas a este artículo. Algunas de las ideas del mismo surgieron de intensas y prolongadas discusiones con él sobre el resultado de las elecciones y de las encuestas preelectorales. Sin embargo, los errores de apreciación o de análisis de este artículo son de entera responsabilidad del autor.

comporte de la manera como lo hace. En otras palabras, el resultado electoral no es el fruto de una sola causa; no es un suceso, ni es una simple la que determina el desenlace final de las elecciones. Más bien, es la concurrencia de una diversidad de factores, que interactúan entre sí para crear el entorno que lleva a los salvadoreños a votar de una determinada forma.

Con estas premisas en mente, en este artículo se analiza el resultado de las elecciones, atendiendo a todas las posibles condiciones que, desde las opiniones de los ciudadanos, recogidas por las encuestas de opinión pública del IUDOP, dieron lugar al resultado electoral. Dado que toda esa información corresponde a encuestas y evaluaciones realizadas antes del evento electoral —con excepción de los datos de la encuesta de salida de urnas—, la mayor parte de ideas y planteamientos que se hacen en este trabajo deben ser entendidas como hipótesis de trabajo, antes que como hechos ciertos y conclusiones firmes. La contundencia solo sería posible luego de una evaluación sistemática postelectoral y después de tener oportunidad para analizar los datos más objetivos sobre las características de las personas que votaron<sup>2</sup>. En todo caso, uno de los propósitos de este artículo es contribuir al debate analítico sobre el resultado de las elecciones y sus posibles causas, desde posiciones objetivas y evitando las lecturas interesadas y parcializadas, muchas de las cuales han llenado las columnas de opinión de los medios locales.

### 1. Un repaso metodológico

Este trabajo se fundamenta en los datos arrojados por las encuestas de opinión pública del IUDOP. Sin embargo, no se trata del análisis de una sola encuesta particular o solo de un conjunto de preguntas. Se trata de un examen basado en el conjunto de encuestas preelectorales, las cuales van desde mayo de 2003 hasta febrero de 2004, además de la información obtenida a través de la encuesta de salida del propio día de las elecciones. También se echa mano de los datos de las encuestas de los procesos electorales anteriores como parámetros para valorar mejor las transformaciones, las diferencias y las implicaciones de este nuevo proceso electoral.

2. Funcionarios del Tribunal Supremo Electoral han anunciado, no de forma oficial, que en esta ocasión será posible contar con una base de datos con la información sociodemográfica de los votantes. De concretarse el anuncio, sería una inestimable fuente de información objetiva, que daría pistas sobre la composición de los votantes e, indirectamente, sobre los motivos de su comportamiento político como colectividad social.

Las encuestas en las que se fundamenta este trabajo son todas de representatividad nacional, es decir, sus muestras representan a toda la población adulta del país. A menos que se indique lo contrario, los datos reflejan el pensamiento de una muestra representativa de todas las personas que tienen más de diecisiete años y que viven en el país. No se excluye a aquellos que no tienen el documento único de identidad (DUI), como tampoco a los que decidieron no votar. Y es que en el análisis del comportamiento político, es importante tomar en cuenta no solo las opiniones y las actitudes de los electores activos, sino también a aquellos que, por una razón u otra, han decidido o no han podido hacerlo. La mayor parte de las encuestas utilizadas fue llevada a cabo sobre muestras nacionales de alrededor de 1 200 entrevistas, con excepción de la última encuesta preelectoral, cursada en febrero de 2004, en la cual se entrevistó a más de 1 500 personas, y de la encuesta de salida de urnas, cuya muestra ascendió a un poco más de 5 400 entrevistas.

Todas las encuestas regulares son hechas sobre la base de entrevistas personales, en visitas a los hogares seleccionados a lo largo del país. La muestra se decide por un proceso multietápico de selección, en el cual primero se escoge la cantidad de encuestas que deben ser hechas por departamento, de acuerdo con su distribución poblacional respecto a todo el país. Así, por ejemplo, si en Santa Ana vive alrededor del 9 por ciento de las personas en edad de votar del país, el 9 por ciento de las 1 200 encuestas será hecha en Santa Ana, y así para todos los departamentos. En segundo lugar, los municipios a visitar se deciden al azar, siguiendo un procedimiento de selección sistemática: se listan los municipios del departamento de menor a mayor y se hace una sumatoria acumulativa de las poblaciones de cada uno; luego se obtiene un intervalo poblacional sobre la base de la cantidad de encuestas que deben ser hechas en el departamento; ese intervalo poblacional es el que determina en qué municipios se harán las encuestas. Por ejemplo, si en el departamento deben ser realizadas 100 entrevistas, y de antemano se ha estipulado que en cada municipio se deben hacer 30, se divide la población total del departamento entre el número de municipios que será necesario visitar para obte-

ner las 100 encuestas. Esto da como resultado la razón de intervalo poblacional, sobre la cual se eligen a los municipios.

En tercer lugar, dentro de cada municipio se eligen las zonas a visitar. Para ello se divide el municipio urbano en segmentos, a partir de la cartografía de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), mientras que el municipio rural se divide en cantones. Los segmentos urbanos contienen un promedio de 300 viviendas cada uno, mientras que en los cantones, el número de viviendas es muy variado. Dentro de cada municipio, se escogen al azar tantos segmentos o cantones como sea necesario, considerando que en cada uno deben realizarse no más de diez entrevistas. Así, por ejemplo, si en el municipio de Jucuapa deben hacerse 28 entrevistas —20 rurales y 8 urbanas—, se escogerán dos cantones en donde se realizarán diez entrevistas en cada uno, y un segmento urbano, en donde se realizará las ocho restantes. En cuarto lugar, en cada segmento se escogen las viviendas a encuestar partiendo de un punto de inicio, especificado en el mapa y siguiendo una aproximación no sistemática al resto de viviendas. Finalmente, las personas residentes en la vivienda se escogen en función de cuotas por edad y sexo. Cada cuestionario tiene las características de edad y género de la persona que deberá ser entrevistada con ese cuestionario. Al llegar a la vivienda, el encuestador pregunta si hay una persona con esas características, por ejemplo, mujer menor de 35 años. Si la hay y la persona accede, se realiza la encuesta; si no, se elige la siguiente vivienda, según el procedimiento establecido por los supervisores de campo.

Todas las encuestas del IUDOP ocupadas en este trabajo tienen márgenes de error muestral sobre los resultados generales de alrededor del 2.8 por ciento, lo cual significa que, en la realidad, esos resultados pueden variar ese porcentaje hacia arriba o hacia abajo. Por otro lado, cuando se hacen comparaciones de las tendencias de opinión, en la mayor parte de los casos, se efectúan con preguntas que tienen la misma redacción, en las diversas encuestas, o que, al menos, resultan comparables por su contenido.

## 2. El acertijo de las tendencias electorales

Los aspectos más destacados del resultado de las elecciones presidenciales de 2004 son tres. En primer lugar, el elevado nivel de asistencia y parti-

cipación electoral. Como ya se ha apuntado arriba, desde cualquier punto de vista, estas elecciones han sido las más participativas de la historia de la postguerra salvadoreña. No solo por haber registrado el número y el porcentaje más alto de salvadoreños que acudieron a votar, sino también por haber movilizado en todo el proceso a un mayor número de ciudadanos. El aumento de la participación electoral no solo debe ser medido por la cantidad de votantes de la jornada electoral, sino también por la magnitud de personas que, en esta ocasión, participaron en el proceso electoral, que expresaron de forma abierta sus puntos de vista políticos, a través de símbolos partidarios, que mostraron interés en todo el proceso y que acudieron a los mítines y a los otros eventos de la campaña.

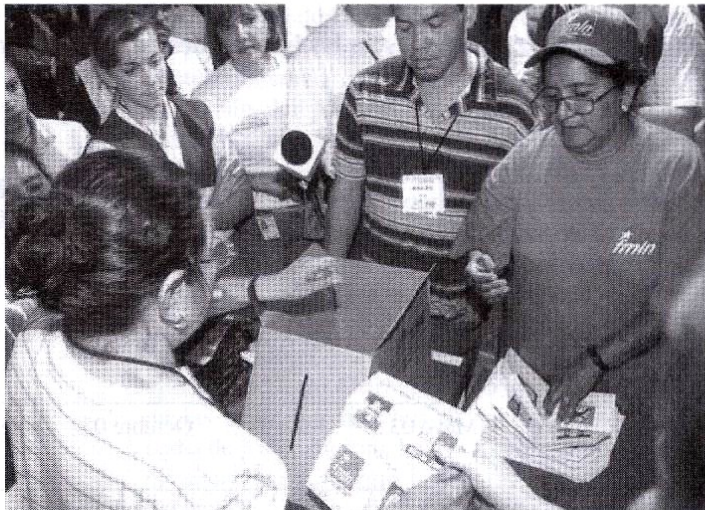
En segundo lugar, las elecciones dejaron un sistema de partidos y, por consiguiente, un escenario electoral, básicamente dominado por los dos grandes y por una dinámica muy intensa de polarización. Contrario a lo que podía esperarse, dadas las condiciones de desencanto político prevalecientes en la ciudadanía, la fuerte concurrencia del público a las urnas no se tradujo en apoyos políticos más diversos; en otras palabras, más gente en las urnas no significó más votos para todos los partidos, sino más votos para los dos partidos más grandes y la desaparición de los demás, a pesar de su trayectoria histórica en el escenario político nacional. Es muy significativo que con el resultado de estas elecciones, el cual reconfigura una nueva dinámica extrema de polarización partidaria, hayan desaparecido el PDC y el PCN, los representantes de la polarización y del enfrentamiento político del pasado de los años sesenta y setenta. En el fondo, se trata de unas elecciones que definieron con mucha claridad quiénes son los interlocutores de la política.

Y en tercer lugar, las elecciones dejaron un ganador indiscutible: al Partido ARENA, lo cual le permite reengancharse por cuarta vez consecutiva en el poder ejecutivo, pese a un notable crecimiento del FMLN. ARENA ganó las elecciones en medio de una dinámica de intenso crecimiento de los dos partidos, pero sin que ello implicase una elección realmente competitiva. El partido gobernante ganó en primera vuelta por un amplio margen de votos, y a juzgar por los resultados nacionales, dicha ventaja no fue nunca superada ni cuestionada, en ninguno de los departamentos del país. En otras palabras, ARENA ganó y lo hizo por mucho.

Estas tres particularidades de la elección presidencial de 2004 son muy diferentes y, en ocasiones, exactamente opuestas a las características fundamentales de las elecciones legislativas de 2003. En dichos comicios, aunque el índice de participación electoral subió un poco respecto al pasado, no llegó a revertir el fenómeno del absentismo, el cual aún prevaleció por encima del 60 por ciento de la población en edad de votar. En segundo lugar, en esas elecciones, el número y el porcentaje de ciudadanos que votaron por los partidos pequeños fue mucho mayor, en comparación con cualquier otro proceso electoral anterior. Si bien es cierto que los partidos más grandes, ARENA y FMLN, obtuvieron más votos, los partidos que más crecieron fueron el PCN, el CDU y el PDC. Precisamente los que desaparecen en esta última elección<sup>3</sup>. Finalmente, en las elecciones legislativas de 2003, el partido ganador —aparte del resultado favorable del PCN— fue el FMLN. El Frente no solo obtuvo más votos que ARENA, sino que, además, ganó el número más grande de escaños de la Asamblea Legislativa.

Así, las elecciones de 2004 representan un vuelco respecto a los resultados del año anterior y sugieren un cambio rápido e intenso en las condiciones que motivaron el comportamiento electoral, más allá del tipo de elección. ¿Cuáles fueron esas condiciones? Responder a esta pregunta implica responder a la cuestión de lo que provocó que la gente participara y votara de la manera que lo hizo. Implica buscar las razones del resultado electoral en el comportamiento de la gente.

Para entrar en materia, es necesario echar un vistazo a las tendencias de las preferencias políticas ciudadanas, que desembocaron en los resultados de las elecciones. Como bien lo consigna la Figura 1, poco menos de un año antes de las elecciones de 2004, el escenario de los apoyos políticos era particularmente distinto. En mayo de ese



año, el FMLN se había consolidado como la primera fuerza política del país y gozaba del apoyo de un poco más del 40 por ciento de la población en edad de votar, un porcentaje jamás alcanzado antes por este partido. El apoyo del FMLN era de tal magnitud que, en la práctica, doblaba, en porcentajes, las preferencias por ARENA.

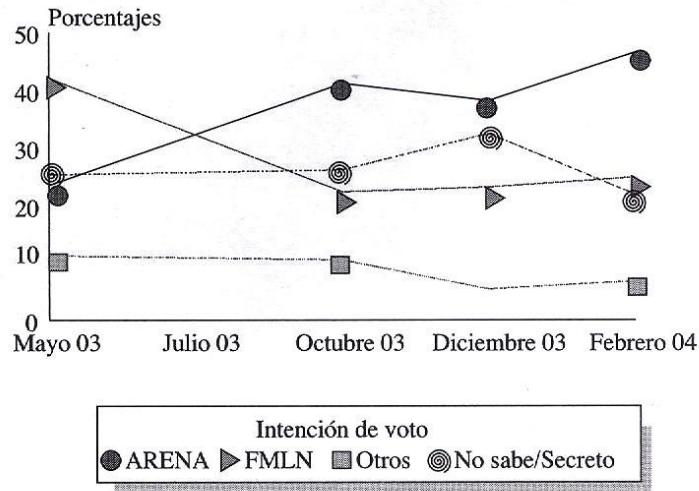
Sin embargo, la siguiente medición política del IUDOP, realizada hasta en el mes de octubre del mismo año, dio cuenta de un cambio drástico en las tendencias políticas. En más o menos cinco meses, ARENA pasó a ocupar el primer lugar de las preferencias ciudadanas; mientras que los apoyos para el FMLN se derrumbaron, con lo cual el partido quedó en una posición francamente desventajosa. De ahí en adelante, los datos de las encuestas sugieren que las tendencias no hicieron otra cosa que consolidar las posiciones de todos los partidos políticos participantes y reducir la proporción de los indecisos y posibles abstencionistas.

Así, la clave para comprender el resultado de las elecciones parece estar en la exploración de lo que sucedió entre mayo y septiembre de 2003<sup>4</sup>, cuando hubo un trasvase de intenciones de voto, el cual le dio la vuelta al escenario político. Según esto, el cambio de las preferencias electorales no

3. Al momento de redactar este artículo, el PDC y el PCN aún estaban buscando formas legales y políticas para evitar la extinción estipulada por la ley, a raíz del resultado de las elecciones.

4. Una encuesta, llevada a cabo a principios de septiembre para evaluar la opinión de la ciudadanía sobre la corrupción en las instituciones públicas, encontró que al preguntar sobre la disposición de los partidos políticos para combatir la corrupción, las respuestas de distribuyeron de forma muy similar a las simpatías partidistas, que habría de arrojar la encuesta política de octubre (ver Martín de Vega, 2004).

**Figura 1**  
**Tendencias en las intenciones de voto, según encuestas del IUDOP**



Fuente: elaboración propia, según informes del IUDOP.

se dio en marzo de 2004 ni tampoco en los meses de campaña formal, la cual comenzó en noviembre de 2003, se dio mucho antes, apenas unos meses después de las elecciones legislativas de 2003. De acuerdo con esas tendencias, el desenlace electoral se fundamenta, precisamente, en ese breve período, que va de mayo a septiembre. Ni la dinámica política ni la campaña electoral parecen haber modificado o revertido el cambio, que tuvo lugar hacia mediados del año. ¿Qué pasó en la realidad política salvadoreña, en esos cuatro meses, que hizo cambiar de forma tan drástica las preferencias partidarias?

A juzgar por el análisis de los datos, las respuestas se encuentran en dos conjuntos de sucesos. Uno social, con implicaciones de gran trascendencia política: el plan mano dura y la propuesta de legislación antimaras; y otro de naturaleza política: la selección de los candidatos por parte de los partidos ARENA y FMLN.

### 3. Las cartas sobre la mesa

A mediados de 2003, y como producto de las elecciones legislativas, ARENA era un partido derrotado, que buscaba con desesperación reconstituirse para enfrentar el desafío de la elección presidencial; mientras que, por el otro, el FMLN estaba embriagado con su reciente triunfo, que interpretó como señal inequívoca de su victoria presi-

dencial en 2004. Estas condiciones impulsaron movimientos políticos en cada uno de los partidos que, a corto plazo, habrían de tener consecuencias en las elecciones presidenciales. Mientras ARENA interpretó la derrota como un desafío para conseguir todos los apoyos necesarios para mantenerse en el poder; el FMLN interpretó la victoria como un signo de que el momento para llegar a Casa Presidencial había llegado, con independencia de las circunstancias. Así, ARENA se propuso hacer lo necesario para conseguir los votos que le permitieran mantenerse en el poder; en tanto que el FMLN —que ya veía los votos en su bolsillo— hizo todo lo necesario para que la “inminente” victoria fuera administrada con la mayor pureza ideológica posible. Ello, obviamente, definió las estrategias de manera diferenciada.

#### 3.1. La selección de los candidatos

El primer paso para poner las cartas sobre la mesa fue la selección de los candidatos a presidente. Siguiendo la lógica apuntada, ARENA buscaba un candidato que le permitiera ganar votos, más allá de la base leal de su partido; mientras que el FMLN, al menos su cúpula, buscaba un candidato que diera confianza a buena parte de la militancia de izquierda y que garantizara que la administración del poder nacional se haría desde los principios más importantes de la izquierda.

**Cuadro 1**  
**Mejor candidato de ARENA, en mayo de 2003**

Candidato de ARENA	%
Ninguno	19.5
Evelyn Jacir	21.5
Alfredo Cristiani	11.8
Antonio Saca	10.9
Roberto Murray	9.0
Mauricio Sandoval	7.8
Carlos Quintanilla	4.5
Cecilia Gallardo	4.0
Otras	1.3
No responde	9.8

Fuente: IUDOP (2003c).

En ARENA, la tarea no fue fácil y, a diferencia de la selección de Francisco Flores, en 1998, implicó un proceso nada dócil y con disputas internas. Para el partido de gobierno, el candidato debía reunir ciertas cualidades: debía ser carismático frente a la opinión pública, no debía estar tan vinculado con la imagen institucional de partido, pero debía ser alguien suficientemente conocido y previsible dentro de las filas de la derecha y el empresariado salvadoreño. Sin embargo, las diferentes corrientes del partido no lograron ponerse de acuerdo a la primera sobre el mejor candidato. Durante varios meses, varias personalidades fueron propuestas y cabildeadas dentro de ARENA: Mauricio Sandoval, Carlos Quintanilla Schmidt, Armando Calderón Sol y Antonio Saca, entre otros más que llegaron a ser mencionados. De todos ellos, el que al final resultó ganador fue Antonio Saca, gracias a una serie de acuerdos y dinámicas dentro del partido, que no vale la pena comentar ahora. Saca apareció con las características que más se apegaban al perfil del candidato que mucha gente de ARENA consideraba ideal. Con una imagen carismática, producto de su trayectoria en los medios de comunicación, pero, por otro lado, con un recorrido político menos visible y menos vinculado institucionalmente al Partido ARENA, Saca proyectaba la imagen de renovación dentro de un instituto que necesitaba con urgencia mostrar cambios, a causa de la derrota electoral reciente. De hecho, la encuesta de mayo del IUDOP presentaba a Saca como el personaje con la mejor posición en la opinión pública nacional, de entre quienes competían por esa candidatura.

Por su parte, en el FMLN, la dinámica de selección del candidato siguió un camino diferente.

En el partido de izquierda, el proceso estuvo marcado por el anuncio temprano de Schafik Handal de postularse como candidato de ese partido. Así, el desarrollo del proceso se caracterizó por la pugna entre la cúpula y algunos militantes del FMLN, quienes querían elegir a Handal, y otros sectores del mismo Frente, quienes se oponían a esa elección. Varias personalidades de diversos sectores de izquierda o afines a ella fueron propuestos para competir con Handal: Mauricio Funes, Arturo Zablah, Óscar Ortiz, Violeta Menjívar e, inclusive, Héctor Silva, quien había dejado el FMLN meses atrás. Pero de todos ellos, solo Óscar Ortiz llegó a competir con Handal en las primarias internas del partido, dado que el resto de los mencionados no llegó a postularse por diversas razones, entre las cuales estaba la imposibilidad de que una persona externa al partido pueda constituirse en su candidato, según los estatutos del FMLN. Vale la pena mencionar aquí que uno de los mencionados como posible precandidato, Mauricio Funes —reconocido periodista—, gozaba de una fuerte simpatía en la opinión pública. Funes parecía heredar el apoyo que la salida de Silva había dejado en orfandad dentro de la izquierda. De hecho, en la encuesta de mayo del IUDOP, el periodista aparecía como el de mayor simpatía nacional, por encima inclusive de los posibles candidatos de la derecha.

**Cuadro 2**  
**Mejor candidato del FMLN, en mayo de 2003**

Candidato del FMLN	%
Ninguno	12.4
Mauricio Funes	39.5
Schafik Handal	9.2
Arturo Zablah	7.9
Óscar Ortiz	7.8
Marina de Avilés	7.3
Violeta Menjívar	1.7
Otras	0.8
No responde	13.4

Fuente: IUDOP (2003c).

Las primarias internas del partido dieron como ganador a Handal en un proceso muy reñido, pues la diferencia de votos con Óscar Ortiz fue mínima. A pesar de ello, la mayoría de la militancia del partido dio su consentimiento a la elección y se dispuso a trabajar por la candidatura presidencial de Handal. Sin embargo, con su elección, los mili-

tantes del FMLN no solo no eligieron una figura carismática y empática con la población, sino que seleccionaron a una de las figuras más controversiales del escenario político salvadoreño. De esta manera, privilegiaron el apego al ideario partidista antes que la necesidad de reunir la mayor cantidad de votos posibles, dado que, en cualquier caso —según la tesis del FMLN—, éstos iban a ser logrados por la inercia del partido.

Así quedaron establecidas las condiciones de la competencia entre ARENA y el FMLN ocho meses antes de las elecciones. ARENA eligió a una personalidad con poca experiencia política, con poca historia de vinculación partidaria, pero con muy buena imagen en amplios sectores de la población; mientras que el FMLN eligió a uno de las personalidades más emblemáticas de la política salvadoreña de izquierda, pero cuya imagen era más bien polémica y adversa. Esto se evidencia en los resultados de la encuesta del IUDOP, cursada en octubre. En ese momento, el candidato de ARENA fue calificado con una nota promedio de 6.62 (en una escala de 0 a 10), por encima incluso de la nota adjudicada al presidente Flores, en la misma fecha (6.06); mientras que el candidato del FMLN obtuvo un promedio de 4.77, muy por debajo de los dos anteriores. La selección de los candidatos implicaba que tanto ARENA como el FMLN habían logrado elegir a sus candidatos, según sus propósitos, pero la cuestión es que para ganar las elecciones, la selección de Saca parecía más apropiada.

Estas dinámicas de selección de candidatos suscitieron el primer replanteamiento del escenario político, después de las elecciones de 2003. Entre finales de marzo y mediados de julio de 2003, ARENA y el FMLN dispusieron que las nuevas condiciones de la lucha política estarían marcadas por la relación entre la figura del candidato y la fortaleza del partido. Así, mientras que, por el lado de la derecha, el problema fundamental era el partido y no su candidato; por el lado de la izquierda, el problema básico era el candidato y no el partido. Esto determinó los desafíos de cada uno de los bandos en contienda de cara a la campaña electoral. ARENA debía fortalecer urgentemente la imagen de su partido y promover el potencial de su candidato; el FMLN debía mejorar de manera significativa la figura de su candidato, al tiempo que reforzaba la noción de que el partido, al fin, se había convertido en la alternativa posible del tan ansiado cambio social.

### 3.2. El plan mano dura

Desde que los resultados de las elecciones legislativas se declararon firmes, ARENA y en especial el gobierno comenzaron a buscar la forma de ganar el terreno perdido entre la población. En mayo de 2003, la nota promedio del desempeño del gobierno era 5.1, la segunda peor nota obtenida por el gobierno de Flores en sus hasta entonces cuatro años de gestión. Por lo tanto, la necesidad de mejorar la imagen del gobierno y, con ello, su capacidad de conducción eran apremiantes. La primera reacción, pocas semanas después de los comicios, fue la propuesta del presidente Flores de ciertas medidas de tipo económico para atender al llamado del pueblo, el cual “había sido escuchado y comprendido”. Entre otras cosas, el gobierno proponía revisar el costo de la electricidad, estudiar la posibilidad de aumentar los salarios mínimos y revisar el sistema de pensiones. El anuncio fue recibido con cierta indiferencia por la mayoría de la población, con sospecha por el lado de los sectores de izquierda y de rechazo por la gente de la derecha y los militantes tradicionales de ARENA. La encuesta de mayo del IUDOP mostró que la población se encontraba dividida, en cuanto a las opiniones sobre la propuesta gubernamental: casi el 47 por ciento de la gente pensaba que tales medidas contribuirían a mejorar la situación económica del país; mientras que un poco más del 50 por ciento dijo que, con esas medidas, las cosas seguirían igual o que, incluso, empeorarían.

El dato más elocuente del impacto del anuncio del gobierno para enfrentar la crisis política, creada por el resultado de las elecciones, es que la mayoría de la gente pensaba que el presidente anunció las medidas como respuesta al fracaso electoral. De acuerdo con los resultados de la misma encuesta, el 42 por ciento de la gente consultada de forma abierta dijo que el presidente propuso esas medidas a causa del fiasco electoral y por la preocupación ante las próximas elecciones, el 14 por ciento dijo que el propósito era mejorar la imagen del gobierno y el 8.2 por ciento dijo que el gobierno propuso esas medidas como respuesta a la “presión popular ejercida en las elecciones”. Menos del 11 por ciento de los encuestados dio razones que apuntaron hacia un interés genuino del gobierno: el 7.1 por ciento dijo que la razón principal era “ayudar al pueblo”, el 2.1 por ciento dijo que las propuestas buscaban mejorar la economía y solo el 1.2 por ciento sostuvo que el presidente anunció las medidas para mejorar el país.



Estos resultados muestran que la mayor parte de la población estaba lejos de creer que el gobierno hiciera tales propuestas por convencimiento e interés genuino en ella. Muchos salvadoreños no solo comprendían que la motivación fundamental del anuncio presidencial era ganar espacio político, en el plano electoral, sino que, además, buena parte de ellos estaba convencida de que esas medidas no ayudarían a resolver el problema económico del país. Dicho con otras palabras, la mayoría no creyó el mensaje populista del gobierno. Y no lo creyó porque contradecía su posición económica, a lo largo de sus años de gobierno. Muchos ciudadanos dudaban de que el gobierno de Flores, en realidad, fuera capaz de subir el salario mínimo, revisar las pensiones o controlar las compañías distribuidoras de electricidad, entre otras cosas. Esta reacción de la ciudadanía demuestra que el anuncio gubernamental no tuvo el interés ni causó el efecto político que el gobierno de ARENA esperaba. En consecuencia, las propuestas fueron rápidamente abandonadas en silencio.

El partido gobernante, sin embargo, no interrumpió sus esfuerzos para ganarse a la población con anuncios o medidas imprevistas. El gobierno de Flores se embarcó, entonces, en una campaña de publicidad de sus logros, al mismo tiempo que buscaba áreas en las cuales podía dar golpes de efecto. Así, los proyectos de mejora de la infraestructura vial con el FOVIAL y las negociaciones del tratado de libre comercio entre Centroamérica y Estados Unidos saturaron los medios de comunicación en esos meses, con la intención de reparar la dañada imagen gubernamental. El segundo tema, el tratado con Estados Unidos, fue promovido de una manera muy intensa. El mensaje fue que la firma de ese tratado traería más comercio y, por lo tanto, más posibilidades de inversión y empleo para los salvadoreños. Algunos de estos mensajes se colaron en la conciencia ciudadana y tanto el tema del tratado como del FOVIAL aparecieron como los dos logros más importantes del gobierno, a la hora de evaluar su desempeño a mediados de 2003.

El primer golpe efectivo y uno de los grandes aciertos de la campaña política de ARENA vinieron, sin embargo, con otro gran problema nacional: la delincuencia y las maras. En la búsqueda afanosa por ganarse a la población, a finales de julio de 2003, el gobierno presentó un plan para combatir a las pandillas, el cual era contrario a los preceptos constitucionales y los derechos civiles;

pero, aparentemente, “limpiaba” de tajo ese problema de las pandillas juveniles, el cual tenía angustiada a buena parte de la población. El plan se llamaba “mano dura” y estaba acompañada de una propuesta de ley, que penalizaba la pertenencia a estas organizaciones, la ley antimaras. El plan mano dura era, en lo fundamental, autoritario en su proceder y primitivo en su marco legal, pero astuto en su estrategia publicitaria y muy político en su intencionalidad. Con dicho plan, el gobierno no solo logró remozar al Partido ARENA ante la opinión pública, sino que atacó y puso en desventaja discursiva a la oposición y al FMLN, a los cuales acusó de proteger el crimen.

El plan ganó rápidamente apoyo entre la mayoría de los salvadoreños, que lo vio como la respuesta adecuada a los elevados niveles de violencia e inseguridad, provocados por las pandillas juveniles, las cuales de repente fueron señaladas como las responsables de la mayor parte de los crímenes y hechos de violencia del país. A pesar de que casi la mitad de la población consultada, en el sondeo del IUDOP de octubre de 2003, pensaba que el gobierno había impulsado este plan para ganar votos a favor de ARENA, casi todos los salvadoreños, el 88 por ciento, se mostraron de acuerdo con su implementación y más del 52 por ciento pensó que reduciría la violencia producida por las pandillas. En un primer momento, el apoyo al plan mano dura superó las suspicacias tradicionales de los militantes de la izquierda ante las acciones gubernamentales: el 70 por ciento de los simpatizantes del FMLN llegó a aprobar esta política en contra de las pandillas.

Los elevados niveles de aprobación de la opinión pública y el éxito de imagen, conseguido con el lanzamiento del plan, estimularon al gobierno y a ARENA a aumentar el esfuerzo de publicidad política en torno al mismo. El presidente se dedicó a aparecer en los medios de comunicación para explicar el plan, pero sobre para atacar a la oposición política por criticar la propuesta y por negarse a aprobar la ley antimaras en la Asamblea Legislativa. Los medios de comunicación corporativos apoyaron de forma directa la iniciativa gubernamental y promovieron la percepción pública de que las maras eran las principales culpables de la violencia y la inseguridad, al mismo tiempo que aplaudían los operativos policiales de limpieza y se hacían eco de los ataques dirigidos contra de los críticos de la ley y del plan.

En un inicio, el plan mano dura fue implementado solo en algunas zonas de la capital, pero la publicidad pagada y gratuita hizo que los efectos políticos se propagaran por todo el país. Los mayores niveles de aceptación del plan (más del 90 por ciento) ocurrieron en las áreas rurales y en las zonas del interior del país más alejadas de la capital, donde el apoyo a ARENA había decaído en las elecciones de 2003, pero donde el plan tardó varios meses en llegar. En cambio, y paradójicamente, en las zonas metropolitanas, donde la incidencia de las pandillas es mucho mayor, la aprobación del plan fue menos unánime —aunque siempre mayoritaria—.

En septiembre de 2003, más del 12 por ciento de los salvadoreños señalaba el problema de las maras como el principal del país, muy por encima de los porcentajes usuales obtenidos por ese fenómeno. En octubre de 2003, el porcentaje de personas que veía en las pandillas el principal problema nacional llegó al 20.8 el cual, junto con otros problemas relacionados con el crimen, convirtió la seguridad pública en el problema más citado por la gente. En cambio, en todos los meses anteriores, los problemas económicos dominaron la agenda de la opinión pública. El gobierno y los grandes medios se encargaron de mantener el tema en la agenda y en convertirlo en la mejor arma política contra la oposición. Instituciones no deliberativas, como la policía y la fiscalía —ésta en menor medida—, lanzaron críticas contra los partidos de oposición y los acusaron de ser responsables de la persistencia de los crímenes de las maras, al no aprobar la ley, al principio, ni sus reformas, más tarde. En diciembre de 2003, el plan todavía era relevante para la

opinión pública, pese a que la actividad de las pandillas aún generaba inseguridad y que el plan era completamente inefectivo porque, a causa de varios vacíos y de la falacia de la ley, los pandilleros no lograban ser condenados en los tribunales. Más del 80 por ciento continuaba aprobando el plan, casi dos terceras partes de la población creía que le era beneficioso y más del 75 por ciento de la gente pensaba que había que apoyar el plan del gobierno, aun cuando violara la Constitución y los derechos fundamentales de las personas.

Así, el plan mano dura, impulsado por el gobierno, a mediados de año, para enfrentar la crisis de credibilidad política, resultó ser la iniciativa más popular del gobierno de Flores en toda su gestión. Enfrentaba, al nivel del discurso, el gran problema nacional que preocupaba a toda la población. Con el plan y sus medidas de populismo represivo, el gobierno no solo se erigió como el gran luchador contra la violencia y la inseguridad, sino que también puso en desventaja política a la oposición, al acusarla, frente a la opinión pública, de ser la causante de la violencia por no apoyar los esfuerzos para reprimir a las maras. Esta medida revalidó a ARENA como el único partido capaz de enfrentar el problema de la violencia y le dio el impulso necesario para convertirse de nuevo en una opción política real. En la encuesta de diciembre de 2003, preguntada la opinión pública por el partido más capaz de combatir la criminalidad, el 48 por ciento apuntó al partido de gobierno y solo el 21 por ciento mencionó al resto de partidos, incluido el FMLN. En otras áreas, como la creación de fuentes de trabajo, la reducción de la pobreza y el combate a la corrupción, las diferencias a favor de ARENA fueron mucho menores.

**Cuadro 3**  
**Opiniones sobre el partido más capaz para enfrentar diferentes desafíos**  
**(Datos de diciembre de 2003, en porcentajes)**

Desafío	Partido					No sabe
	Ninguno	ARENA	FMLN	PCN	CDU-PDC	
Combatir la delincuencia	18.1	48.0	18.8	1.0	1.6	12.0
Reducir la pobreza	26.1	30.2	26.0	1.0	2.7	13.9
Luchar contra la corrupción	23.8	33.4	25.7	1.3	2.5	13.3
Bajar los precios de los servicios básicos	27.2	26.5	30.4	1.0	1.6	13.4
Abrir fuentes de trabajo	20.9	40.6	23.6	1.1	2.1	11.6

*Fuente:* IUDOP (2003a).

ARENA enlazó este plan con su campaña electoral y con su propuesta de gobierno, al darle el título "País seguro". De esta forma, intentó que los réditos logrados con el lanzamiento del plan mano dura fueran traspasados a la imagen del partido y del candidato, lo cual logró en buena medida. El plan mano dura y la candidatura de Saca contribuyeron a renovar la imagen pública del partido antes del comienzo de la campaña electoral; en tanto que el FMLN, al igual que otros partidos de oposición, se vio enfrascado en la necesidad de defender su postura pública de no apoyar la medida represiva contra las maras.

Todo esto sentó las bases definitivas para la competencia electoral. La elección de los candidatos, en julio de 2003, y el lanzamiento del programa antimaras, en la tercera semana del mismo mes, convirtieron al mes de julio en el período político más importante del proceso electoral. Al finalizar este mes, las cartas estaban echadas sobre la mesa. El gobierno se había recuperado de la debacle electoral de marzo anterior, al apelar al populismo más tradicional de la derecha: el punitivo, y éste se había convertido en la antesala de la campaña de ARENA; al mismo tiempo que el partido renovaba su imagen pública, al elegir a un candidato relativamente carismático y con poca vinculación con los errores y desaciertos del gobierno. Por su parte, el FMLN no fue capaz de utilizar el impulso logrado en las elecciones legislativas para promover un programa o una serie de propuestas atractivas para la población. Antes bien, se vio en la necesidad de defenderse de las acusaciones del gobierno por su oposición al plan antimaras; y aunque el FMLN promovió mucho el tema económico dentro del debate de las políticas nacionales, no logró conseguir, en las primeras etapas, un discurso creíble sobre su capacidad para transformar las realidades problemáticas del país. A ello se sumó la elección de un candidato que constituía, de entrada, una desventaja para conseguir el apoyo de sectores de la población tradicionalmente no vinculados al FMLN ni a la izquierda. Es más, con la

---

El plan mano dura era, en lo fundamental, autoritario en su proceder y primitivo en su marco legal, pero astuto en su estrategia publicitaria y muy político en su intencionalidad.

Con dicho plan, el gobierno no solo logró remozar al Partido ARENA ante la opinión pública, sino que atacó y puso en desventaja discursiva a la oposición y al FMLN, a los cuales acusó de proteger el crimen.

---

selección del candidato Handal, el FMLN no solo debilitó su propio potencial, sino que, dada su figura controvertida, le proporcionó recursos a su contrincante para que pudiese atacarlo de manera más efectiva.

A mediados del mes de agosto, ARENA estaba en franco proceso de recuperar la hegemonía política de cara a las elecciones de 2004, mientras que el FMLN comenzaba a cargar con los desaciertos de su estrategia.

#### 4. El inicio anticipado del juego

Una vez que los dos partidos grandes habían elegido a sus candidatos, ARENA se lanzó, de manera prematura, a la campaña electoral y paseó a su candidato a lo largo del país, mientras difundía propaganda en los grandes medios de comunicación. La campaña, que a todas luces violaba la norma electoral de no hacer publicidad política antes de los cuatro meses previos a la elección, fue diseñada para promover el conocimiento y el contacto —aunque fuese mínimo— del candidato presidencial de ARENA con la gente. En la primera semana del mes de octubre, un poco más del 20 por ciento de los salvadoreños encuestados por el IUDOP, señalaron que el candidato de ARENA ya había visitado su comunidad o había celebrado una reunión pública cerca de su lugar de vivienda. Las actividades proselitistas del resto de partidos, en conjunto, no habían alcanzado más del 6 por ciento de la población en esa fecha.

Aunque hubo ciertas denuncias y quejas, por parte de sectores de la sociedad y de los partidos, de esta violación de la normativa, el Tribunal Supremo Electoral y, en cierta forma, el FMLN dejaron pasar la infracción de ARENA. Es más, posteriormente, el FMLN se sumó a la trasgresión de la normativa al lanzar también su campaña publicitaria. Aunque con muchos menos recursos y presencia en los medios que el partido oficial, el Frente también violó las reglas que prohibían el inicio

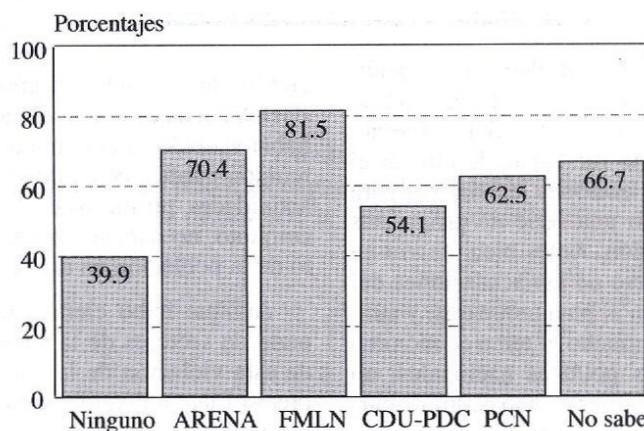
anticipado de la campaña. En estas circunstancias, ARENA consolidó su estrategia de inundar el ambiente público con sus mensajes políticos con fines electorales. A pesar de que el FMLN quiso contrarrestar este esfuerzo publicitario con su propia propaganda, el potencial económico del partido de derecha rápido marcó una diferencia con su presencia en los medios. Esto fue posible gracias a la complicidad de los grandes medios de comunicación, los cuales difundieron de forma positiva las actividades de ARENA y criticaron las posturas e iniciativas del partido de izquierda.

A comienzos de octubre de 2003, el efecto combinado de estos factores (elección de candidatos presidenciales, plan mano dura e inicio anticipado de la campaña) ya había cristalizado y las encuestas políticas mostraron un cambio radical respecto a las tendencias que se habían venido manifestando recientemente. La encuesta de octubre del IUDOP reveló intenciones de voto que ponían a ARENA con casi 19 puntos por encima del FMLN; al mismo tiempo mostraba que, en términos de simpatía por los candidatos, Antonio Saca reunía las preferencias de casi la mitad de los salvadoreños, en tanto que Schafik Handal alcanzaba menos del 15 por ciento, incluso por debajo del candidato de la Coalición. El mismo sondeo daba cuenta de que ARENA debía ese impresionante crecimiento a la

contribución de votantes nuevos y de ciudadanos que habían votado por otros partidos en el pasado.

Así, cuando llegó el arranque de la campaña, en la tercera semana de noviembre, la carrera política se inició con una significativa ventaja a favor de ARENA. La encuesta de octubre reveló también que, para esas fechas —la primera semana de octubre—, la mayoría de salvadoreños, el 61 por ciento, ya habían decidido cómo votar; el porcentaje es aún más alto (75 por ciento) entre quienes dijeron que tenían mucho interés por asistir a votar<sup>5</sup>. Esto significa que los sucesos que ocurrieron antes de comenzar la campaña tuvieron un impacto significativo, en el desenlace de los comicios. La mayor parte del resultado electoral fue decidido antes del 21 de noviembre. Como puede verse en la Figura 2, la mayor parte de la gente con intención de votar por alguno de los partidos grandes ya había decidido firmemente su voto, mucho antes del comienzo formal de la campaña electoral. Esto significa que buena parte del porcentaje de las intenciones de voto, expresadas un poco más de un mes antes del inicio de la campaña electoral, estaba ya ganado por los partidos políticos más grandes. Esto es especialmente cierto para el caso del FMLN, que mostraba la mayor proporción de voto definido.

**Figura 2**  
**Personas cuya intención de voto es definitiva, según partido**  
**Datos de octubre de 2003**



Fuente: elaboración propia, según datos de encuesta de octubre de 2003.

5. La encuesta de salida de urnas llevada a cabo por el IUDOP, el mismo día de las elecciones, en distintos municipios, en el ámbito nacional, arrojó que alrededor del 70 por ciento de los salvadoreños que asistieron a votar habían decidido su voto antes del inicio de la campaña electoral.

Lo anterior no hace más que confirmar las sospechas de que buena parte del comportamiento electoral estaba ya decidido varios meses antes de la celebración de los comicios. A pesar de ello, los partidos, sobre todo los de oposición, que se encontraban en franca desventaja, tenían el desafío de convencer a los ciudadanos que aún se declaraban como indecisos o como posibles abstencionistas, en donde se encontraban los porcentajes más bajos de certidumbre sobre sus preferencias.

En todo caso, cuando la campaña arrancó, ARENA tenía ya una notable ventaja sobre el resto de partidos y, en especial, sobre el FMLN. Dicha ventaja ya había sido claramente percibida por la mayor parte de la población, y el partido de gobierno comenzaba a proyectar la imagen de partido ganador. De hecho, la encuesta de octubre de 2003 registraba un cambio drástico en las opiniones sobre el partido político con más probabilidades de ganar las elecciones, en comparación con las opiniones externadas sobre el mismo tema en la encuesta del mes de mayo. En ese mes, un poco más del 60 por ciento de la gente dijo que el FMLN era el partido con más probabilidades de ganar las elecciones y solo el 23 por ciento señaló a ARENA. En octubre del mismo año, cinco meses después, las percepciones habían cambiado y ARENA aparecía con el porcentaje más alto de opiniones como el probable partido ganador, casi el 53 por ciento. El FMLN, por su parte, ya no aparecía como el partido ganador para la mayoría de la gente y solo el 26 por ciento lo mencionó como tal.

El comienzo anticipado de la campaña trajo dividendos a los partidos grandes, que definieron las reglas del juego y mostraron lo que estaban dispuestos a hacer con tal de ganar las elecciones, en especial ARENA. Además, tanto ARENA como el FMLN dominaron, desde el inicio, la dinámica de la competencia al plantear sus propias campañas como la antítesis del contrincante. Ello no solo contribuyó a polarizar la dinámica política, sino que, además, anuló por completo la viabilidad del resto de partidos participantes.

### **5. La campaña electoral: la polarización y el rechazo**

A pesar de que buena parte de los votos emitidos el 21 de marzo ya estaba decidida antes que comenzara formalmente la campaña electoral, el desarrollo de ésta aportó también al desenlace de los comicios, al convencer a los que se encontra-

ban indecisos y al reafirmar las intenciones de voto de aquellos que ya habían decidido su voto con anterioridad. En tal sentido, la campaña se montó sobre una intensa dinámica de rechazo y polarización, la cual se manifestaba de diversas formas en el contexto electoral.

Por un lado, ARENA montó una estrategia de mensajes, que enfatizaba el tema de la seguridad y la necesidad de que todos los ciudadanos se sintiesen incluidos en la nueva plataforma de gobierno. Estos mensajes resumían supuestos aspectos del programa del gobierno, que estaban deliberadamente dirigidos a ciertos grupos sociales, caracterizados por la indiferencia política en el pasado: mujeres, jóvenes y campesinos. El mensaje de la seguridad no solo incluía referencias a la criminalidad y a la necesidad de estar protegidos de las pandillas juveniles, sino que, además, deslizaba alusiones a la importancia de mantener al país estable, en términos políticos, y sin alternancia para asegurar el desarrollo que supuestamente “está por venir”. Esta estrategia de ARENA fue completada con una campaña menos institucional, pero más intensa, constituida por ataques directos al FMLN y, en especial a su candidato, Schafik Handal, y llevada a cabo por organizaciones de fachada de la derecha, por personeros de ARENA, por el mismo gobierno y, en buena medida, por ciertos medios de comunicación corporativos. Con el desarrollo de la campaña, y en la medida en que se acercaba el momento electoral, este tipo de propaganda sucia fue tomando más protagonismo hasta dejar de lado los mensajes más propositivos.

El FMLN, por su parte, desarrolló una campaña menos sucia, pero más crítica respecto al gobierno, los empresarios y la derecha. Con un mensaje centrado en la apelación al cambio, el FMLN concentró buena parte de su campaña en responsabilizar al gobierno, a los ricos y a los empresarios de la crisis económica del país y de mantener a amplios sectores de la población sumergidos en la pobreza. A diferencia de ARENA, que mantenía una especie de doble discurso —con mensajes positivos que calzaba con su firma y la campaña sucia que canalizaba a través de testaferros—, el FMLN emitió un discurso más coherente de rechazo hacia la continuidad del gobierno, pero también hacia los sectores empresariales y poderosos del país, al erigirse como el representante de las clases más empobrecidas. A la campaña sucia de la derecha, el FMLN respondió, en las últimas semanas, con la misma dureza y, a diferencia de otros procesos electorales, se

embarcó en una escalada de mensajes rudos contra ARENA y su candidato, lo cual contribuyó aún más a la dinámica de polarización.

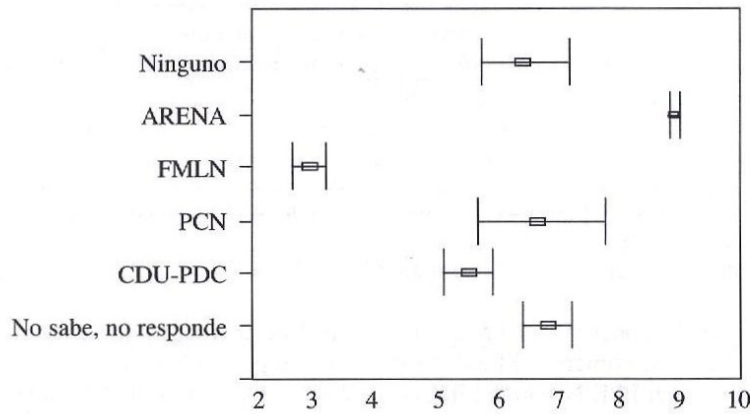
Esta polarización no solo fortaleció a los dos partidos mayoritarios, sino que, además, anuló al resto de los partidos contendientes. Las encuestas realizadas meses antes del inicio de la campaña mostraban que el PCN y la Coalición CDU-PDC acumulaban, entre ambos, más del 10 por ciento de las intenciones de voto (ver la Figura 1). Sin embargo, en la medición de diciembre, las intenciones de voto de estos partidos se habían reducido aún más, presagiando la debacle de las elecciones. Uno de los indicadores más claros del efecto de la polarización sobre las otras fuerzas que no constituyen los polos puede encontrarse en las tendencias de apoyo personal hacia Héctor Silva. El candidato de la Coalición CDU-PDC quien, por cierto, entró tarde a la carrera electoral, estaba algunos puntos arriba en las preferencias populares, por encima de Schafik, en los meses previos al inicio de la campaña, y durante mucho tiempo, mientras militó en el FMLN, gozó de las mejores evaluaciones personales de la opinión pública salvadoreña. No obstante, en la encuesta de diciembre, las tendencias habían comenzado a cambiar, Héctor Silva había sido lanzado al tercer lugar de las preferencias por las figuras presidenciales, por debajo de Handal, lugar del cual ya no pudo recuperarse.

Pero uno de los mejores indicadores del nivel de polarización de la campaña electoral de 2004 es la posición ideológica de los ciudadanos, en el espectro político nacional. De acuerdo con los datos de la encuesta de febrero de 2004, cuando a los encuestados se les pidió que definieran su posición ideológica, en una escala del 1 al 10, en donde 1 significaba ser de extrema izquierda, mientras que 10 significaba ser de extrema derecha, los ciudadanos se colocaron muy claramente en función de sus simpatías políticas. Así, los votantes de ARENA obtuvieron un promedio de autoubicación ideológica que casi llegaba al 9 (8.72), en tanto que los simpatizantes del FMLN se colocaron en el otro extremo, con un promedio de 2.84 (ver la Figura 3). Es interesante observar, además, que los partidarios de otros institutos políticos y las personas que no tenían una opción partidaria definida se ubicaron hacia el centro de la escala, con una enorme tendencia a la dispersión. En cambio, los promedios de ARENA y del FMLN muestran elevados niveles de agrupamiento, expresados por el tamaño del error estándar. Hay que admitir, sin embargo, que

estos niveles de polarización, expresados por los ciudadanos, no son nuevos ni son privativos de este proceso electoral. Ya en las encuestas de procesos electorales anteriores se han registrado niveles similares de polarización (ver Artiga, 2004, y Cruz, 2001). Sin embargo, lo que diferencia estos datos de los correspondientes a procesos electorales anteriores es que, en esta ocasión, el porcentaje de personas que se incorporó a esa dinámica de polarización fue mucho mayor, porque más gente participó en el proceso electoral. Aunque los niveles de polarización parecen ser los mismos que en el pasado, el alcance y la influencia del tensionamiento fueron mucho mayores, porque incluyó a la mayoría de los salvadoreños, algo que no había sucedido.

Este fenómeno de polarización, que debilitó significativamente a los llamados partidos de centro y fortaleció a los partidos grandes de los polos, se fundamentó en una dinámica de rechazos hacia las dos principales fuerzas políticas. Las primeras encuestas preelectorales, realizadas antes de que diera comienzo la campaña electoral, dieron la pauta para que la gente evaluara su posición partidista respecto a las elecciones, y sobre la base de esa evaluación se desarrollaron procesos en los cuales muchos salvadoreños decidieron votar, porque no querían ver una u otra opción llegar al poder. Atendiendo a las debilidades de cada bloque político, apuntadas antes, mucha gente decidió votar por ARENA no porque estuviese convencida de su propuesta política o porque tuviese confianza en su capacidad, sino porque simplemente no quería ver al FMLN, y en especial a Handal, llegar al poder. De la misma manera, eso explica por qué, a pesar de que mucha gente insistía en las encuestas sobre la crisis económica y sobre la necesidad de cambio en el rumbo del país después de quince años de ARENA, a la hora de escoger partido terminaba decidiéndose por ARENA como el mal menor. De hecho y como puede verse en el Cuadro 4, no toda la gente que pedía cambios en el rumbo del país —que era la mayoría, cerca del 70 por ciento de opiniones— tenía intención de votar por el FMLN. Es más, el Frente solo captaba un poco más de la tercera parte de la gente que estaba reclamando cambios, mientras que ARENA era capaz incluso de captar un porcentaje un poco más alto de la gente que pedía cambios. Esto confirma que las motivaciones para votar por uno u otro partido no necesariamente estaban ancladas a la visión sobre la situación del país, sino a cómo mucha gente percibía a los mismos partidos políticos.

**Figura 3**  
**Autoubicación ideológica de los salvadoreños,**  
**según intención de voto por partido**  
**(Promedios 1-10 y errores estándar)**



Fuente: elaboración propia, según informes del IUDOP.

**Cuadro 4**  
**Intención de voto por partido, según opinión sobre el rumbo del país**  
**(En porcentajes)**

¿Cómo va el país?	ARENA	FMLN	Otros partidos	No sabe/ Ninguno
Buen camino	79.2	2.7	2.4	15.7
Va bien, pero necesita mejorar	55.4	6.0	12.0	26.5
Necesita cambios	33.5	34.9	8.2	23.3

Fuente: base de datos de la encuesta de febrero de 2004 del IUDOP.

Lo que diferenciaba y ponía distancia entre los correligionarios de los partidos grandes no era siempre la visión sobre el estado del país, no siempre tenía que ver con su rumbo, así como tampoco tenía que ver invariablemente con el estado de la economía. Tanto los simpatizantes de ARENA como los del FMLN aceptaban, por ejemplo, que el país necesitaba cambios y tanto unos como otros aceptaban que la economía nacional estaba mal. Sin duda, los que pensaban así en el FMLN solían ser más, pero tampoco eran extraños en ARENA. Lo que diferenciaba a unos de otros era el elevado nivel de rechazo hacia el partido contrario. La gente que votaba por ARENA no se veía a sí misma votando por el Frente; en tanto que la gente que elegía al FMLN, no aceptaba la idea de votar por el partido del gobierno. Esto puede verse con más claridad en el Cuadro 5. Según estos datos, la

intención de votar por un partido específico implicaba no votar por el partido opuesto ideológicamente; es decir, los de ARENA, en lo fundamental, no querían votar por el FMLN; mientras que los del FMLN, básicamente estaban en contra de votar por ARENA. Los rechazos hacia el resto de partidos eran más bien mínimos y no estaban relacionados con la decisión de votar por uno de los partidos grandes.

Todas las encuestas de opinión pública preelectoral tenían una cosa en común. Todas mostraban opiniones en las cuales, cuando se trataba de los partidos políticos en contienda, los apoyos estaban divididos de manera muy clara. Por un lado, un bloque grande de población de alrededor del 50 por ciento de la población, se movía alrededor de ARENA, apoyaba a su candidato y solía compartir el discurso de ese partido en sus opiniones (ARENA es

**Cuadro 5**  
**Intención de voto por partido, según opinión sobre el partido**  
**por el cual nunca votaría**  
**(En porcentajes)**

Partido por el que no votaría	Intención de voto por partido				Todos *
	ARENA	FMLN	Otros partidos	No sabe/ Ninguno	
ARENA	0.6	81.1	8.3	10.1	21.5
FMLN	82.6	0.0	5.1	12.4	42.2
Otros partidos	38.7	28.6	10.6	22.1	22.6

\* La sumatoria no llega al 100 por ciento, porque no se muestran los porcentajes de la gente que no respondió o que dijo no saber.

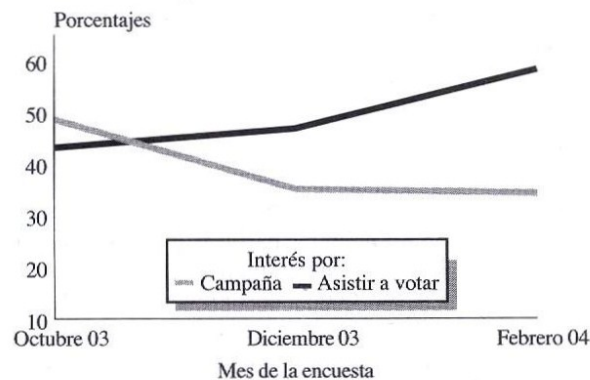
Fuente: base de datos de la encuesta de febrero de 2004 del IUDOP.

el único partido capaz de gobernar, el FMLN no está preparado para llegar al gobierno, El Salvador se volverá comunista con el FMLN y habrá inestabilidad, etc.). Por otro lado, había otro bloque de ciudadanos, de entre el 30 y el 40 por ciento, el cual mostraba simpatía por el Frente, por su candidato —aunque no siempre— y sostenía opiniones muy críticas respecto al desempeño del gobierno y ARENA (con ARENA se privatizará la salud y la educación, con ARENA los ricos se volverán más ricos y los pobres más pobres, etc.).

Esta dinámica significativa de rechazos no solo configuró el escenario de los apoyos políticos, sino que también elevó los niveles de participación electoral. Para evitar que una opción política llegara o se mantuviera en el poder, muchos salvadoreños se decidieron a votar, aun en medio de una fuerte desconfianza en el sistema electoral, y con la sensación de que podía haber fraude en el desarrollo de las elecciones. De hecho, junto al aumento del

nivel de participación, estas elecciones se caracterizaron por un aumento en el interés por votar, casi desde el inicio de la campaña electoral. Una revisión de los datos sobre este interés en la campaña electoral y en la concurrencia a las urnas revela que, desde octubre de 2003, había más gente interesada en todo el proceso que lo que había habido en los procesos electorales anteriores. Sin embargo, con el desarrollo de la campaña electoral ocurrió un fenómeno muy particular. Por un lado, el interés de la población en ella disminuyó de manera sensible, al pasar de casi el 50 al 34 por ciento. En otras palabras, la gente perdió interés en la campaña orquestada por los partidos. Sin embargo, el interés por votar aumentó de forma considerable: en octubre de 2003, el porcentaje de personas que dijo estar muy motivadas para votar era del 43 por ciento; un mes antes de las elecciones, la motivación llegaba a casi al 60 por ciento. En cualquier caso, tales niveles no tenían precedentes en la historia electoral de El Salvador.

**Figura 4**  
**Tendencias en el interés por la campaña electoral y por asistir a votar**



Fuente: elaboración propia, según informes del IUDOP.



Esto significa que el desarrollo de la campaña, que fue muy sucia y, en buena medida, ilegal, defraudó a no pocos ciudadanos. En términos generales, los salvadoreños tampoco mostraron mucha confianza en este proceso electoral. De hecho, la mayoría parecía sentirse más interesada en la campaña electoral que confiada en la transparencia del proceso. Solo el 32.3 por ciento de la población sostuvo, en febrero de 2004, que las elecciones presidenciales serían limpias. El resto de la población mostró algún nivel de sospecha o de incertidumbre. Una comparación de estos resultados con los obtenidos en la víspera de las elecciones legislativas de 2003 muestra que la certidumbre sobre la transparencia de este proceso electoral no fue más alta que la obtenida un año antes. No obstante, este recelo y aparente desilusión respecto a la campaña presidencial no impidió que la mayoría tuviera disposición por ir a votar y que, en efecto, votara a favor de uno u otro partido.

El proceso electoral de 2004 se caracterizó, además, por un inusitado cambio en las actitudes de los salvadoreños hacia la utilidad de las elecciones. Tradicionalmente, en los procesos anteriores, la mayoría solía justificar su falta de interés político, su indecisión para elegir partido y su ausencia de las urnas argumentando que “las elecciones son una pérdida de tiempo porque las cosas nunca cambian”. Por ejemplo, en vísperas del proceso electoral de 1999, más del 45 por ciento de la gente suscribió esa opinión; en 2003, ese porcentaje llegó al 57.7 por ciento, o sea, la mayoría no veía mucha utilidad a su participación. En 2004, en cambio, solo el 40 por ciento opinó de esa manera, mientras que el resto sostuvo que las elecciones sí pueden cambiar las cosas. Es más, preguntados directamente si el voto puede cambiar las cosas en el futuro, más del 70 por ciento dijo que sí. Estas opiniones fueron mucho más frecuentes entre los ciudadanos que tenían su intención de voto ya definida y firme.

Así, el aumento de la motivación para votar tuvo mucho que ver en la dinámica de rechazos, generada durante la campaña electoral, la cual, a su vez, estuvo ligada a la percepción pública de una campaña competitiva. Mucha gente se interesó en el proceso y creyó en la utilidad de las elec-

ciones, en la medida en que se volvió consciente de que su participación podía hacer una diferencia a la hora de evitar que un determinado partido llegara o se perpetuara en el poder y, de esa forma, incidir en el futuro del país. Ese elemento ha faltado en otras elecciones, en las cuales los resultados eran más previsibles y la incertidumbre sobre lo que podía ocurrir luego era mucho menor. En las elecciones de 2004, por el contrario, el escenario del cual parte el proceso —la victoria inesperada del FMLN en 2003— y el papel que desempeñaron algunas encuestas de opinión pública crearon un entorno de incertidumbre, que movilizó a una gran cantidad de personas, quienes no habían votado antes. Ese fue el otro elemento característico de la campaña 2004, el cual será abordado más adelante.

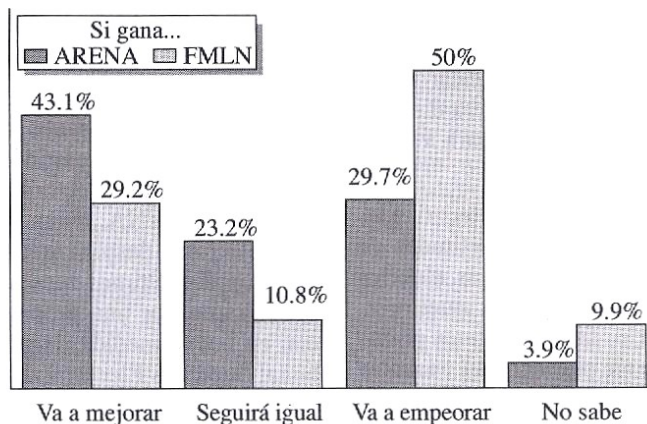
En la dinámica de los rechazos, las animadvertencias de los ciudadanos hacia ciertas figuras o hacia determinados partidos fueron aprovechadas por los estrategias electorales, en especial por los peritos de ARENA, quienes, a lo largo de la campaña electoral, desplegaron una publicidad muy sucia. Los dos últimos meses de la campaña se caracterizaron por una propaganda política muy sucia, en buena medida ilegal, y sin control del Tribunal Supremo Electoral. La derecha, ARENA, los funcionarios del gobierno y la mayor parte de los grandes medios de comunicación se dedicaron a infundir y explotar miedo acerca de las consecuencias que podría tener una victoria política del FMLN. El mensaje del miedo se transmitió de diversas formas y con distintos contenidos. En términos formales, se transmitía desde los anuncios pagados por las organizaciones de fachada de ARENA, hasta las charlas “informativas”, organizadas por las empresas para sus empleados. En términos de contenido, el mensaje del rechazo iba desde el burdo pánico ante el “avance comunista” hasta el sofisticado mensaje de que, en caso de ganar el FMLN, el país se volvería ingobernable. Todos estos mensajes penetraron, en cierto sector de la ciudadanía, sobre todo en el más pobre y menos informado. Este mensaje fue reforzado por la imagen poco carismática del candidato del FMLN, lo cual provocó que mucha gente que dudaba si ir a votar o no y que no había votado en el pasado, se decidiera a hacerlo por ARENA<sup>6</sup>.

6. La encuesta de diciembre de 2003 presentó una excelente perspectiva de los perfiles de los electores de ARENA y del FMLN (IUDOP, 2003a). ARENA obtenía sus votos de los salvadoreños que viven en el interior del país, de bajos recursos económicos, pero sobre todo de quienes tienen bajos niveles de educación. El FMLN, por el contrario, obtenía sus apoyos de quienes viven en las grandes áreas metropolitanas, de las clases medias y, en particular, de los que contaban con más años de educación.

Así, las condiciones establecidas del enfrentamiento, en julio de 2003, operaron para aumentar más las diferencias entre los dos partidos grandes y para enterrar las posibilidades de los partidos pequeños. La mayoría de la gente, sobre todo la más pobre y con menos instrucción, entendió que el voto de 2004 era diferente al de otras ocasiones, porque en esta ocasión se jugaban muchas cosas respecto al futuro del país. Antes que aventurarse por la incertidumbre de un cambio efectivo de gobier-

no y conducción del país, muchos salvadoreños se decidieron por lo viejo conocido, aunque ello no les gustara mucho. Esto puede verse con más claridad en las opiniones sobre el futuro del país, en caso de que un partido u otro ganara las elecciones (ver la Figura 5). En el caso de ARENA, las opiniones sobre el rumbo del país se dividían con una leve tendencia a que el país podía mejorar; en el caso del FMLN, más de la mitad veía con pesimismo la victoria de este partido.

**Figura 5**  
**Opinión sobre la situación del país si gana ARENA o el FMLN**



Fuente: IUDOP (2004b).

Por su parte, el FMLN intentó contrarrestar la campaña de ARENA, erigiéndose como la única opción posible de cambio respecto a aquella. Con una propaganda que entró en la dinámica de acusaciones y mensajes fuertes en las últimas semanas de la campaña y que no tuvo la misma magnitud de la de ARENA, el FMLN intentó también convencer a la gente que votara por él y con este propósito recordó la responsabilidad de la derecha y del gobierno en la historia de violaciones de los derechos humanos, en la pobreza y en la corrupción prevalecientes en el sector público. Este mensaje caló en algunos salvadoreños, quienes se decidieron a última hora a votar a favor de la izquierda, pero no pudo convencer en la misma magnitud en la que lo hizo ARENA. Según los resultados de la encuesta de salida de urnas, cursada el mismo día de las elecciones, el 22.6 por ciento del voto de ARENA fue decidido durante la campaña electoral; en cambio, el FMLN consiguió el 14.2 por

ciento de su voto en el mismo período. Lo anterior significa que ARENA habría conseguido alrededor de 300 mil votos durante la campaña electoral, mientras que el FMLN obtuvo un poco más de 100 mil en el mismo período. Así, por cada voto que consiguió el Frente, entre noviembre de 2003 y marzo de 2004, el partido de gobierno habría adquirido casi tres votos más.

Como ya se ha discutido en los párrafos anteriores, esto no modificó de manera radical las tendencias establecidas en la precampaña, pero sí aumentó las diferencias entre ambos partidos. De hecho, si se hace un cálculo de la cantidad de votos que hubiese obtenido cada partido sin los votos ganados de noviembre de 2003 a marzo de 2004, ARENA hubiese ganado también con cierta ventaja y, muy probablemente, en primera vuelta también, dado que los partidos pequeños no contribuían, junto con el FMLN, a hacer contrapeso a ARENA.

El último factor que durante la campaña contribuyó a impulsar al partido de gobierno y así a aumentar la ventaja fueron las encuestas de opinión pública, que mostraban la existencia de un supuesto “empate técnico” en las tendencias de intención de voto. Desde finales de 2003, aparecieron varios sondeos de opinión pública, realizados por universidades, que mostraban que la brecha entre los dos partidos principales se estaba reduciendo. Una encuesta realizada por la Universidad de El Salvador, en diciembre de 2003, por ejemplo, mostraba que el FMLN se encontraba por encima de ARENA en las preferencias de los ciudadanos que habitan en las zonas urbanas; otra encuesta de la Universidad Francisco Gavidia mostró, en enero de 2004, que la diferencia entre ARENA y el FMLN era de solo cuatro puntos, a favor del primer partido. El golpe definitivo lo dio el sondeo de la Universidad Tecnológica —cuyos sondeos anteriores revelaban una amplia ventaja de ARENA—, según el cual, el FMLN había reducido la distancia a solo 5 puntos porcentuales. Luego, posteriores encuestas, publicadas por las mismas instituciones, continuaron dando resultados que sugerían el mismo escenario de una competencia particularmente cerrada entre los dos partidos más grandes. Dichas encuestas fueron utilizadas con mucha habilidad por el equipo de campaña del FMLN, que las presentó como prueba irrefutable del crecimiento de su intención de voto y como evidencia frente a su propia militancia de que sus posibilidades de llegar al poder eran muy reales. Esto dividió las percepciones de la población acerca de quién podía ganar las elecciones y, a diferencia de procesos electorales anteriores, en los cuales ha habido un acuerdo más o menos generalizado sobre el ganador más plausible, confundió a la ciudadanía respecto al escenario político electoral.

La última encuesta preelectoral del IUDOP, por ejemplo, cursada en febrero de 2004, mostraba que un poco más del 55 por ciento de la gente creía que ARENA ganaría las elecciones y solo el 21 por ciento consideraba que el FMLN. Sin embar-

go, cuando se desagregan los resultados por la preferencia partidaria, contrario a lo que ha sucedido en el pasado, de que ARENA estaba convencido de su victoria, en esta ocasión la mayoría del FMLN estaba convencida de que ganaba. Entre los indecisos, la incertidumbre sobre quién podía ganar las elecciones era mucho más elevada. De esta manera, los sondeos de opinión pública crearon una percepción de incertidumbre en buena parte de la población. Si en algo fueron peculiares estas elecciones, aparte de lo ya mencionado, fue en el hecho de que se desarrollaron en medio de una gran incertidumbre y confusión

sobre lo que podría ocurrir. Las encuestas que mostraban el supuesto “empate técnico” contribuyeron mucho a ello, lo cual tuvo un efecto ineludible en el comportamiento político de los votantes.

Estos sondeos proporcionaron la “prueba” frente a muchos indecisos de que la victoria de la izquierda era plausible y que la amenaza, tan anunciada por la campaña de la derecha, era, por lo tanto, real. En este sentido, es muy probable que esas

encuestas hayan movido a no pocos salvadoreños a votar por ARENA, aun cuando no estaban convencidos de que esa fuera la mejor alternativa para el país. Las encuestas de opinión pública desempeñaron un papel preponderante en estas elecciones. Como ya han apuntado algunos analistas, los sondeos de opinión se convirtieron en actores políticos de la dinámica electoral, pero no tanto porque hayan contribuido a fenómenos como “la espiral del silencio” o “la subida al último vagón”, sino porque, en el fondo, contribuyeron al clima de confusión e incertidumbre, el cual hizo que mucha gente votara para evitar los riesgos, y los riesgos eran, en concreto, que ganara la alternativa opuesta. Las encuestas que hablaban de un supuesto empate técnico o que mostraron las tendencias de apoyo partidista dando tumbos de una semana a otra, convencieron a muchos ciudadanos de la necesidad de ir a votar con tal de evitar que el FMLN de Schafik llegara al poder o que el partido de Flores se reenganchara en el mismo por cinco años más.

---

La gente que votó por ARENA lo hizo a partir de varios factores: ideología de derecha, simpatía por el candidato Saca, valoración negativa sobre el estado del país, si ganase el FMLN, rechazo al candidato Nadal, creencia de que el país se volverá comunista, confianza en la firma del tratado de libre comercio con Estados Unidos y aprobación del plan mano dura.

---

Desde el punto de vista de las estrategias de campaña, la confusión y la incertidumbre solo sirvieron para que ARENA no escatimara esfuerzos en desarrollar una estrategia de ataque y saturación en contra del FMLN y de su candidato, apostándole más a las razones para el rechazo. Los sondeos que mostraban que era posible que el FMLN ganara las elecciones no solo sirvieron para asustar a los estrategas de ARENA y no solo sirvieron para que éstos fortalecieran su campaña de miedo —medida que fue interpretada por la izquierda como desesperación—, sino que, además, fueron empleados para que la gente que dudaba de si iba a votar o no se movilizara, con tal de superar la incertidumbre.

## 6. Reflexiones finales

La elección presidencial de 2004 se basó, en buena medida, en una dinámica de rechazos a gran escala. La estrategia de ARENA de infundir miedo en la población, respecto a la posibilidad de que la izquierda llegara al poder, tuvo asidero original en la conflictiva imagen de la personalidad del candidato del Frente y en una serie de desaciertos del partido de izquierda, lo cual fue astuta e intensamente explotado por la derecha durante la campaña. Pero al mismo tiempo, el FMLN desarrolló una campaña cuyo mensaje fundamental era votar en contra de ARENA, esto es, a favor del cambio. El Frente mismo colocó como eje fundamental no invitar a apoyar su plan de gobierno, sino sacar a ARENA del gobierno. El clima de incertidumbre contribuyó a que la gente fuera a votar, convencida de que con su participación la situación del país podría cambiar. Y en este escenario existe muy poco espacio para las alternativas cargadas de ambigüedad o de indefinición.

Varios salvadoreños optaron por votar a favor de los partidos que representan los polos ideológicos, porque no veían en el resto de opciones la firmeza suficiente para rechazar las amenazas percibidas en el partido antagónico, aun cuando no estaban convencidos de que votar por ARENA o el FMLN fuese la mejor opción. Así, la combinación de todos esos factores —rechazo, incertidumbre, campaña— provocó una movilización grande de personas, quienes concurrieron a las urnas, convencidas de que con su voto podían contribuir a marcar la diferencia en el resultado de las elecciones.

De esta manera, el comportamiento electoral del pasado 21 de marzo se explica por la concurrencia

de todos esos factores. Una serie de análisis de regresión sobre las razones del comportamiento electoral, realizados sobre los datos de la última encuesta preelectoral del IUDOP, parecen confirmar lo visto a lo largo de las páginas anteriores. La gente que votó por ARENA lo hizo a partir de varios factores: ideología de derecha, simpatía por el candidato Saca, valoración negativa sobre el estado del país, si ganase el FMLN, rechazo al candidato Handal, creencia de que el país se volverá comunista, confianza en la firma del tratado de libre comercio con Estados Unidos y aprobación del plan mano dura. Por su parte, entre la gente que votó por el FMLN, las razones predominantes fueron: la convicción de que ARENA no debe gobernar más, la creencia de que la crisis social del país se profundizará, si ganase ARENA, rechazo al candidato Saca y aprobación de Handal, por el otro y, finalmente, la adscripción a la ideología de izquierda.

Todo esto para decir que el desenlace de los comicios presidenciales de 2004 no se gestó el día de las elecciones, ni siquiera se comenzó a gestar en la campaña electoral. El resultado de las elecciones comenzó a producirse desde el momento mismo en que los partidos políticos eligieron a sus candidatos presidenciales y sobre esa base desarrollaron su estrategia de campaña. El haber elegido a Handal como candidato presidencial hizo que el FMLN limitara de modo significativo su capacidad para buscar apoyo entre amplios sectores de la población, pero además, y dada su imagen conflictiva y polémica, aun dentro del Frente, su elección proporcionó las herramientas a los rivales políticos del FMLN para que promovieran el voto de rechazo que, al final, prevaleció. Este es el doble carácter de la debilidad del candidato del FMLN, en un contexto paradójico de crecimiento. Sin duda, esta ha sido la votación más grande del Frente, pero a no ser por el rechazo a su candidato y dadas las condiciones de animadversión de buena parte de la población hacia ARENA, la votación a favor del FMLN pudo haber sido más competitiva, en términos electorales. En este sentido, los ideólogos del FMLN tenían razón cuando sostenían que el partido seguiría creciendo con independencia de las circunstancias o incluso del candidato, el problema es que soslayaron el nivel del rechazo que podría generar la selección de un candidato que no era, precisamente, el más adecuado. El problema, pues, no era solo seguir creciendo, sino evitar que ARENA también lo hiciera. Mucha gente votó por

el Frente, a pesar de su candidato, pero mucha más gente votó en contra del Frente, en parte, por su candidato, esto es, por el rechazo que generó.

A esta dinámica se sumó un inescrupuloso combate de las pandillas juveniles, al amparo del plan mano dura. ARENA no solo ganó porque seleccionó a Saca o porque desarrolló la campaña más abrumadora, ilegal y millonaria de la historia del país, sino que también ganó porque encontró en el tema de la ley antimaras y en el plan mano dura la medida perfecta para el populismo de derecha: más represión y menos prevención. Esto se combinó muy bien con el mensaje de la seguridad como la necesidad más importante de la nueva era política y jugó de manera subliminal a favor de rechazar cualquier alternativa que implicara cambios. Con mano dura, además, ARENA puso sobre la mesa de la discusión pública un tema que, con toda probabilidad, le trajo réditos en el pasado y logró poner en un muy segundo plano —durante buena parte del período preelectoral y la campaña— la cuestión de que la economía es el problema más agobiante. Esto no significa que la gente olvidara estos problemas, pero el plan del gobierno hizo que tuviera más presente, en su conciencia diaria, el crimen y la necesidad de combatirlo, y no la pobreza y la necesidad de superarla con la revisión del modelo económico actual.

Con la mano dura y la selección de los candidatos presidenciales, la estrategia de ARENA se enfocó a no repetir los errores del pasado, cuando ya había dado por ganadas las elecciones. Esta vez se aseguró, por todos los medios, que la gente que podía votar a favor suyo se movilizara y lo hiciera. De ahí su apuro por comenzar antes la carrera electoral, de violar todas las reglas posibles y de asegurar todas las condiciones para que el que quisiera votar en contra del Frente lo hiciera sin problemas. El punto final lo pusieron las encuestas, que hablaron de empates y de elección reñida. Ellas validaron la posibilidad de la alternancia, temida por muchos, pero también esperada por no pocos.

A final de cuentas, ARENA no ganó las elecciones porque los salvadoreños estuviesen persuadidos de que lo “mejor estaba por venir”, sino porque muchos ciudadanos estaban convencidos de que no querían que el FMLN llegara al poder. Pero tampoco ARENA ganó porque la mayoría de la gente estuviese aterrorizada por el FMLN. Mucha gente votó por ARENA porque, en un contexto sociopolítico de por sí límite, simple y racionalmente, encontró en la continuidad, con todos sus problemas, al mal menor.

### Referencias bibliográficas

- Artiga-González, A. (2004). *Elitismo competitivo. Dos décadas de elecciones en El Salvador*. San Salvador, UCA Editores.
- Cruz, J. M. (2001). *¿Elecciones para qué? El impacto del ciclo electoral 1999-2000 en la cultura política salvadoreña*. San Salvador, FLACSO Programa El Salvador.
- Instituto Universitario de Opinión Pública. (IUDOP). (2004a). *Encuesta sobre la jornada electoral del 21 de marzo de 2004*. Serie de informes 104. San Salvador, IUDOP-UCA.
- Instituto Universitario de Opinión Pública. (IUDOP). (2004b). *Encuesta sobre el proceso electoral de 2004*. Serie de informes 103. San Salvador, IUDOP-UCA.
- Instituto Universitario de Opinión Pública. (IUDOP). (2003a). *Encuesta de evaluación del año 2003*. Serie de informes 102. San Salvador, IUDOP-UCA.
- Instituto Universitario de Opinión Pública. (IUDOP). (2003b). *Encuesta de preferencias políticas para las elecciones de 2004*. Serie de informes 101. San Salvador, IUDOP-UCA.
- Instituto Universitario de Opinión Pública. (IUDOP). (2003c). *Encuesta de evaluación del cuarto año de Francisco Flores, Asamblea Legislativa y post-electoral*. Serie de informes 100. San Salvador, IUDOP-UCA.
- Martín de Vega, A. (2004). “La corrupción en El Salvador. Una exploración desde la opinión pública”. San Salvador, IUDOP-UCA (Mimeo).