

Las preferencias políticas en octubre de 2003: la mano dura de ARENA

A principios del mes de octubre, el Instituto Universitario de Opinión Pública realizó un estudio de la opinión pública para conocer cómo se distribuían las preferencias políticas de los ciudadanos salvadoreños de cara a la elección presidencial del próximo año. El sondeo intentaba recoger no sólo las intenciones de voto de la población, sino también examinar el estado general de la opinión política, en un momento en el cual la campaña electoral no ha comenzado aún, pero cuando los partidos políticos se han lanzado ya, de manera decidida, a promocionar a sus candidatos, sus mensajes y, en algunos casos, sus propuestas de gobierno.

La encuesta fue hecha con una muestra total de 1,291 entrevistas a adultos, en todo el país, esto es, en los catorce departamentos. La muestra es probabilística y se utilizó un muestreo polietápico, lo cual aseguró la representatividad de toda la población mayor de dieciocho años de El Salvador. El margen de error general estimado es de más-menos 0.027 (más-menos 2.7 por ciento). Este breve artículo presenta algunos de los resultados más importantes del sondeo en cuestión e intenta señalar algunos elementos que pueden servir para explicar esos mismos resultados.

Aunque la pesquisa exploraba diversos aspectos de la dinámica política, desde las mismas preferencias electorales hasta las opiniones sobre aspectos coyunturales de la vida política del país, los resultados más importantes de la encuesta tienen que ver, a juicio del IUDOP, con cuatro grandes puntos. En primer lugar, el notable ascenso de las simpatías políticas hacia ARENA y su candidato; en segundo lugar, las dificultades del FMLN para seguir creciendo en las preferencias políticas de los

ciudadanos; en tercer lugar, el amplio apoyo de los salvadoreños hacia el plan “mano dura”, lo cual ha tenido una fuerte incidencia política; y, en cuarto lugar, el aparente y renovado interés de buena parte de la población en el proceso electoral.

Un análisis de los resultados de la encuesta muestra que todos esos aspectos están muy imbricados entre sí y que la forma en que los salvadoreños están planteando sus opiniones sobre la realidad sociopolítica es parte de sistemas de pensamiento relativamente coherentes. En otras palabras, el hecho de que la mayor parte de la gente vea con buenos ojos determinadas acciones del gobierno tiene implicaciones partidarias, y la forma en que muchos ciudadanos ven a los personajes políticos de la contienda por la Presidencia de la República también tiene implicaciones partidistas y sociales.

1. Los resultados políticos

La mayor parte de los resultados más importantes del sondeo se explica en relación a la distribución de opiniones sobre el apoyo a los partidos políticos y los candidatos. En el Cuadro 1, se exponen los resultados de tres diferentes preguntas sobre las preferencias políticas de los salvadoreños. En primer lugar, el partido de preferencia; en segundo lugar, la intención de voto y, en tercer lugar, la preferencia por el candidato a presidente. Como puede verse, cada pregunta dio resultados diferentes, y esa diferencia constituye un primer paso para explicar las dinámicas de apoyo político, las cuales llevan a la distribución de las fuerzas políticas, a principios del mes de octubre, un poco más de cinco meses antes de los comicios.

Cuadro 1
Las preferencias políticas de los salvadoreños a octubre de 2003
(En porcentajes)

Partido/candidato	Partido de preferencia	Intención de voto	Opinión sobre el mejor candidato
Ninguno	43.8	10.7	13.7
ARENA/Tony Saca	28.7	41.1	48.0
FMLN/Schafik Hándal	17.3	22.3	14.6
CDU-PDC/Héctor Silva	2.2	7.4	16.7
PCN (No había candidato)	1.9	2.9	—
No sabe, no responde	6.2	15.9	6.9

¿Es válida esta diferenciación de preguntas y, sobre todo, de resultados? Sí y sobre todo es muy útil para resolver los entresijos de la distribución de los apoyos políticos. La primera columna del Cuadro 1 se refiere a los resultados de la pregunta sobre el partido de preferencia. Ésta recoge las simpatías generales por los partidos y suele aproximarse mejor a los votos duros de los partidos. Lo primero que salta a la vista es que la mayor parte de la gente —más del 40 por ciento— no posee un partido político de preferencia, es decir, no se identifica con uno, y un poco más del 6 por ciento no respondió a la pregunta, lo cual, según la experiencia de recoger la opinión pública, por lo general, significa personas que no tienen clara su afiliación partidaria. Esto implica que la mitad de los salvadoreños no tienen una afiliación partidaria definida, mientras que la otra mitad sí la tiene. Es en esa mitad donde se definen las bases de los votos duros de los partidos. Así, ARENA obtiene el 28.7 por ciento de preferencias del total de la población, mientras que el FMLN reúne un poco más del 17 por ciento. La Coalición CDU-PDC y el Partido de Conciliación Nacional aglutinan un porcentaje reducido de afiliación. Entre ambos, apenas reúnen a un poco más del 4 por ciento de la población total del país, en edad de votar.

Sin embargo, y aunque las preferencias partidistas determinarían buena parte del voto electoral, este dato no representa directamente la forma en que los mismos ciudadanos votarían, en caso de que las elecciones se llevaran a cabo en los días en que se realizó la encuesta. En este caso, el primer dato que se destaca en las respuestas es que sólo el 10.7 por ciento de la gente dijo que no votaría por partido alguno y un poco menos del 16 por ciento no respondió u ocultó su intención de

voto. Eso significa un crecimiento de casi el 25 por ciento, en las declaraciones de simpatía por los partidos políticos respecto a los resultados del partido de preferencia. Es decir, que cuando se trata de votar, hay más gente dispuesta a apoyar a los partidos políticos y esa gente, en lo fundamental, proviene de los ciudadanos que no se sienten comprometidos con un partido político. En estas circunstancias, ARENA reúne el 41.1 por ciento de las intenciones de voto de la población, mientras que el FMLN, el 22.3 por ciento. La Coalición de centro se queda con el 7.4 por ciento de esas intenciones y el PCN con el 2.9 por ciento. En estas circunstancias, ARENA obtendría una ventaja de casi 19 puntos porcentuales sobre el FMLN, lo cual significa una fuerte recuperación de la intención de voto por este partido.

Una simple comparación entre estos resultados y los correspondientes a las preferencias partidarias señala que ARENA consigue un 12.4 por ciento adicional de apoyo ciudadano, de cara a las elecciones, sobre lo que puede ser considerado como su base de simpatías; en cambio, el FMLN y la Coalición CDU-PDC sólo consiguen alrededor de un 5 por ciento adicional. El PCN, con un punto porcentual más, en la práctica, no consigue crecer. Así, ARENA obtiene una parte importante de su ventaja sobre el resto de partidos y en especial sobre el FMLN debido a su aparente habilidad para conseguir más intenciones de voto y nuevos apoyos de la población que el resto de partidos.

Aunque un examen de los resultados de las preferencias partidistas sugiere que ARENA ya contaba con una ventaja importante (alrededor de 11 puntos porcentuales) sobre el FMLN, son las intenciones de voto las que dan la ventaja significativa al partido en el gobierno. ¿De dónde provie-

nen esos nuevos apoyos que aumentan la ventaja de ARENA? ¿Qué es lo que explica el aparente buen desempeño del partido gobernante de cara a las elecciones? En realidad, existen varios factores que pueden estar detrás de ese crecimiento, pero la encuesta permite identificar dos variables claves para entender ese crecimiento contundente, respecto a la correlación de fuerzas de hace un poco más de cuatro meses. La primera puede ser intuitiva con sólo examinar las respuestas de los ciudadanos a la pregunta sobre el mejor candidato a presidente del país. La segunda proviene de otro grupo de resultados de la encuesta: los que tienen que ver con el plan “mano dura”, impulsado por el gobierno central.

Tal como lo muestra la última columna del Cuadro 1, el candidato del partido de gobierno, Antonio Saca, concentra casi el 50 por ciento de opiniones favorables, mientras que, en este caso, es el candidato de la Coalición CDU-PDC, Héctor Silva, quien ocupa un distante segundo lugar, con el 16.7 por ciento de las respuestas favorables; Schafik Handal, el postulante del FMLN, se sitúa, en este caso, en el tercer lugar¹. Esto supone una notable ventaja para ARENA, pues la figura del candidato reúne más simpatías públicas que el resto de contendientes juntos. Así, el candidato Saca no sólo sale más favorecido que el supuesto voto duro de ARENA, sino que también supera las intenciones de voto de dicho partido. De hecho, en la composición de la intención del voto de ARENA, casi el 90 por ciento del mismo está conformado por simpatizantes de Antonio Saca, dejando poco espacio para admiradores de otros candidatos.

En el caso del FMLN, el escenario parece ser completamente distinto. El candidato del partido de izquierda no sólo no logra mantenerse al mismo nivel de las intenciones de voto de su partido sino que, por un par de puntos, es incapaz de sostener el mismo porcentaje que alcanza su voto duro. En este caso, en la intención de voto por el FMLN, sólo el 61 por ciento del mismo está compuesto por los admiradores de su propio candidato, Schafik Handal; el resto se decanta de la siguiente manera: el 23.3 por ciento prefiere a Héctor Silva, el 4.5 por ciento valora a Saca y casi el 10 por ciento restante no tiene candidato preferido. Esto signifi-

ca que Handal tiene menos capacidad de convencer a su propia clientela política.

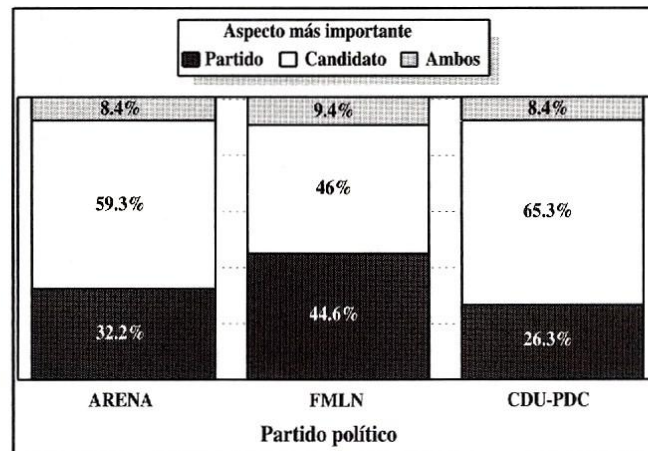
Finalmente, la comparación de los resultados de la Coalición de centro y su candidato muestra que, en este caso, la dinámica es dominada por el candidato. Su figura obtiene, en cualquier circunstancia, apoyos mucho más sustanciales que las intenciones de voto hacia los partidos políticos que representa y, sobre todo, que su mismo voto duro. En la composición del voto de la alianza PDC-CDU, el 75 por ciento está conformado por seguidores de Héctor Silva, mientras que casi el 15 por ciento está integrado por admiradores de Antonio Saca y el resto se divide entre los que no tienen un candidato preferido y los que prefieren a Handal.

Todo lo anterior significa que en las intenciones de voto de los partidos ARENA y la Coalición CDU-PDC, el candidato de cada uno juega un papel importante a la hora de atraer los votos que suman a su respectivo voto duro; en cambio, en la intención de voto del FMLN, el candidato tiene un papel menos protagónico, en términos de crecimiento. El papel de las personalidades de los candidatos puede verse más claramente en la Figura 1. Según ésta, para la mayor parte de los ciudadanos con intención de votar por ARENA y la Coalición de centro lo más importante, a la hora de decidir el voto, es quién es el candidato del partido. Alrededor del 60 por ciento de los votantes de esos partidos privilegian la figura del candidato antes que al partido y eso podría significar que buena parte de los votos recogidos por esos partidos son producto de la simpatía que genera cada uno de los respectivos candidatos. En cambio, en el caso del FMLN, la importancia atribuida al candidato es comparativamente menor, aunque mantiene un porcentaje significativo.

En resumidas cuentas y de acuerdo a los datos, el crecimiento de las intenciones de voto en los partidos ARENA y la Coalición CDU-PDC, respecto a su propia base partidaria, se explicaría, en parte, por la personalidad de sus respectivos candidatos presidenciales. Esto significa al mismo tiempo que un segmento importante de su fuerza electoral caería sobre los hombros de estas figuras y no sobre la identificación partidista, lo cual podría implicar un voto más volátil, en función de cómo se desarrolle la campaña electoral, en los meses venideros.

1. El candidato del PCN, Rafael Machuca, no figura en los resultados de la encuesta, porque cuando se hizo el trabajo de campo, el partido todavía no lo había designado.

Figura 1
Aspecto más importante a la hora de votar,
según intención de voto por partido político



Todo lo anterior muestra que es imposible explicar la fuerza electoral de los partidos políticos solamente por sus afiliaciones tradicionales. Variables como la personalidad del candidato y la manera en que éste ha sido presentado hacen diferencias importantes, cuando la gente se decide a votar. Sin embargo, eso no explica todo el movimiento de la opinión política; en realidad, aquí intervienen muchas más variables, algunas de las cuales pasan inadvertidas en las pesquisas públicas. En esta ocasión, no obstante, existe una variable que parece estar desempeñando un papel fundamental en los movimientos de las preferencias políticas de los ciudadanos, ésta es el así llamado plan “mano dura”, impulsado por el gobierno desde Casa Presidencial.

2. El plan “mano dura”

El sondeo realizado por el IUDOP dedicó algunas preguntas a recoger las opiniones de los salvadoreños sobre el plan “mano dura” y la ley antimaras, impulsados por el gobierno, desde finales del mes de julio. Básicamente, se preguntaron tres cosas relacionadas con dicho plan: qué tan de acuerdo o en desacuerdo estaba la gente con él, qué tanto creía que reduciría la delincuencia, provocada por las pandillas, y qué tanto le parecía que tenía una intención política conseguir votos para el partido gobernante. Los resultados son muy elocuentes y ayudan a explicar el aparente éxito de ARENA, en conseguir el respaldo de un porcentaje importante de la población salvadoreña.

Más del 85 por ciento de la población se mostró de acuerdo con el plan y solamente el 10 por ciento de la población estuvo en desacuerdo; ello significa un elevadísimo respaldo para esta medida, impulsada desde Casa Presidencial. Aunque el respaldo varía un poco en intensidad, en función de las afiliaciones políticas de los ciudadanos, el nivel es tan alto que, incluso entre los simpatizantes de los partidos de oposición, predominan las opiniones favorables. Así, por ejemplo, mientras en ARENA el respaldo a la campaña contra las maras es del 97 por ciento, entre los votantes de la Coalición es del 90 por ciento y entre los del FMLN, del 72 por ciento. Esto significa que el apoyo al plan se sobrepone a las orientaciones ideológicas, marcadas por las preferencias partidarias. Aunque la gente de izquierda se mantiene un poco más escéptica respecto al plan, la mayoría de este grupo lo respalda.

Pero cuando se trata de evaluar si el plan va a dar resultados o no, las opiniones comienzan a diferenciarse un poco más y algunos juicios positivos dan lugar a posiciones más suspicaces. Al preguntar si el plan contribuirá a resolver el problema de la delincuencia, un poco más de la mitad de los salvadoreños (52.9 por ciento) dijo que contribuirá mucho, el 21.3 por ciento contestó que ayudará en “algo” y cerca del 25 por ciento dijo que contribuirá poco o nada a combatir la violencia criminal de las maras. Pero las opiniones que sí dividen a la población son aquellas que tienen que ver con la intencionalidad política de este plan, lo cual se en-

cuentra relacionado, en cierta medida, con la alineación partidista de los ciudadanos. En este punto —como en muchos otros—, la gente se divide básicamente por la mitad. El 47.6 por ciento piensa que el plan ha sido impulsado con el objetivo de ganar votos, mientras que el 44.6 por ciento considera que no ha sido diseñado con ese propósito.

Ahora bien, ¿quiere decir esto que la gente en el fondo no apoya el plan? No. A juzgar por el grado de respaldo expresado, en las primeras opiniones. Eso no impide, sin embargo, que muchos ciudadanos vean la intencionalidad política detrás del plan, y aun así, estén dispuestos a apoyarlo. Cerca del 50 por ciento que apoya decididamente la ley antimaras y el plan considera que su interés es ganar votos. Esto muestra el enorme atractivo que este plan posee, a pesar de que mucha gente es consciente de su intención política partidista.

Es, precisamente, este entorno de opinión favorable el que ha beneficiado el crecimiento del Partido ARENA, y en esto hay que tomar en cuenta la forma en que el mismo plan ha sido presentado a la población, esto es, con una fuerte dosis de implicaciones políticas. Desde que fue presentado, a finales del mes de julio, el presidente Flores se esforzó por definir el terreno de lo que luego sería la batalla política. Presentó el plan como un esfuerzo particular del gobierno, que debía ser aprobado y respaldado por todas las fuerzas políticas, con la advertencia de que otra respuesta implicaría el apoyo no sólo a los pandilleros, sino también a la delincuencia, en general. Una vez iniciada la discusión sobre el plan, las reiteradas apariciones públicas, en los medios de comunicación, fueron utilizadas para reforzar esa idea y para subrayar que cualquier propuesta diferente sólo constituía un intento por defender a la delincuencia.

La propuesta gubernamental fue, además, acompañada por una campaña más informal, en la agenda noticiosa de los medios de comunicación. De la noche a la mañana, las noticias relacionadas con las pandillas juveniles se convirtieron en notas de portada y titulares, cuando durante la mayor parte del tiempo pasado, ocupaban las páginas y los segmentos dedicados a la nota roja. Los homicidios y los delitos cometidos por los pandilleros se volvieron importantes y los delitos sobre los cuales no



había claridad sobre quién había sido el responsable pasaron a ser delitos supuestamente cometidos por jóvenes pandilleros. Esto tuvo un enorme impacto sobre la opinión pública. La campaña contra las maras no sólo consistía en ofrecer el plan “mano dura” y convencer a la ciudadanía —y a la Asamblea Legislativa— de la necesidad de la ley, sino que también buscaba colocar el tema de las pandillas y la delincuencia común como el problema fundamental de la sociedad salvadoreña.

La encuesta registró muy claramente este impacto. Luego de varios meses, en los cuales los temas económicos dominaban la agenda de la opinión pública y puntuaban en el *ranking* de las mayores preocupaciones de la población salvadoreña, la encuesta de octubre señaló que casi la mitad de los salvadoreños señalaban los temas de inseguridad pública como los más importantes del país, por encima de problemas tales como la pobreza, el desempleo y la economía. Más aún, casi el 21 por ciento señaló, en particular, como el problema principal las maras juveniles. Nunca, en la historia de las encuestas del IUDOP sobre la problemática nacional, el problema de las pandillas había sido señalado con tanta frecuencia. Con la campaña contra las maras, el gobierno colocó el fenómeno de las pandillas como el reto social fundamental y propuso como solución el plan “mano dura”. Esto generó un entorno favorable al partido de gobierno.

En el pasado, las encuestas han mostrado que la forma como los ciudadanos conciben las principales problemáticas nacionales posee implicaciones para las preferencias políticas. Es decir, la gente fa-

vorece a uno u otro partido, entre los dos más grandes, dependiendo del tipo de problemas que dominan la opinión pública y dependiendo de su discusión en los medios de comunicación. La campaña alrededor del plan "mano dura" ha servido para que los salvadoreños privilegien los temas de la inseguridad sobre los económicos, lo cual ha favorecido claramente al partido gobernante.

En los cuadros 2 y 3 se presentan los resultados de los cruces entre las problemáticas naciona-

les y las alineaciones partidarias (partido de preferencia e intención de voto). Los problemas han sido agrupados en tres grandes áreas: inseguridad, la cual incluye las referencias a violencia, crimen y maras; economía, que agrupa problemas como el desempleo, la pobreza, el alto costo de la vida y la dolarización; y, otros problemas, donde se incluyen problemas como la corrupción, la salud, etc. Los datos son muy reveladores y siguen mostrando esa vinculación entre la percepción sobre las dificultades nacionales y las simpatías políticas.

Cuadro 2
Partido de preferencia, según problemática nacional
(En porcentajes)

Problema	Partido de preferencia				
	ARENA	FMLN	CDU-PDC	Otros	Ninguno/ No sabe
Inseguridad	36.3	11.6	2.2	1.4	48.4
Economía	21.7	22.8	1.8	2.1	51.6
Otros	20.6	22.4	3.7	4.6	48.6

Cuando se trata de la inseguridad, es decir, cuando los salvadoreños identifican los problemas de violencia como el problema, ARENA obtiene una ventaja muy notable sobre el resto de partidos, sobre todo cuando se trata de la intención de voto. En cambio, cuando se trata de los problemas económicos, el FMLN y el resto de partidos logran un mejor desempeño, al tiempo que el partido gobernante desmejora sustancialmente. Sin embargo, en el rubro de la intención de voto, esto no coloca al FMLN por encima de ARENA; aunque aquél logra mejorar mucho su desempeño entre la población, la ventaja del partido de derecha en la intención de voto lo mantiene en el primer lugar. Por otro lado, es interesante notar que cuando se trata de otras problemáticas, como corrupción, salud, me-

dio ambiente, etc., en general, los partidos de la oposición tienen un mejor desempeño que ARENA, frente a la opinión pública.

Lo anterior significa que el entorno de opinión pública que más favorece al partido gobernante es aquel en el cual prevalece el miedo y la inseguridad, generadas por el crimen y la violencia. Mientras la agenda de la discusión pública nacional, en los medios de comunicación, se encuentre dominada por la inseguridad, a través del señalamiento del problema de las maras y la delincuencia juvenil, ARENA tendrá ventaja política sobre el FMLN y sobre los otros partidos. Eso explica, en parte, el crecimiento del partido gobernante, después de dos meses de plan antimaras.

Cuadro 3
Intención de voto por partido, según problemática nacional
(En porcentajes)

Problema	Intención de voto por partido				
	ARENA	FMLN	CDU-PDC	Otros	Ninguno/ No sabe
Inseguridad	49.7	16.1	6.6	1.9	25.7
Economía	32.3	27.4	8.3	3.4	28.6
Otros	35.8	31.2	7.3	9.2	16.5

En resumen, la recuperación de ARENA, en las preferencias electorales, hacia el mes de octubre de 2003, se explica, en parte, por una combinación de condiciones, la cual ha sido muy bien manejada por este partido, complementadas, en buena medida, por una serie de desaciertos de la oposición política, en particular del FMLN. ARENA no sólo eligió al candidato que, en términos de imagen, podía ayudarle a romper el techo tradicional partidista, sino que también construyó con cuidado el entorno de la opinión pública, donde su desempeño, en las percepciones políticas, es probadamente mejor: el manejo del miedo, a causa de la inseguridad. Frente a ello, la oposición política no supo decantarse por el mejor candidato, quien, considerando la imagen de apertura que proyecta el de ARENA, implicara una apuesta por los ciudadanos que están fuera del FMLN. Más bien, optó por el candidato, cuyo mensaje es la pureza y la fidelidad ideológica, antes que la simpatía de los ciudadanos no alineados. Junto a ello, la oposición política tampoco pudo proponer un discurso alternativo al de la inseguridad, promovido por el gobierno. El manejo discursivo de los problemas económicos no ha resultado ser tan impactante mediáticamente como el de la inseguridad y, sobre todo, no ha podido competir con el hecho de que, a través del plan “mano dura”, a muchos ciudadanos se les limpie —como sea— el barrio y la colonia de las aparentes causas de inseguridad.

Todos esos factores no sólo han realineado las preferencias políticas, sino que también han contribuido a un inusual interés por el proceso electo-

ral. Interés que no ha sido común, en los procesos políticos del pasado.

3. El interés por las elecciones

El último resultado que vale la pena mencionar de la encuesta en este limitado espacio es el que tiene que ver con el inusual interés de muchos salvadoreños por el proceso electoral, en especial, por votar. Aunque esto puede constituir un fenómeno pasajero, muy influenciado por las circunstancias, en las cuales se llevó a cabo la encuesta, es claro que constituye un resultado novedoso para la dinámica política del país. Nunca antes tantos salvadoreños habían expresado tales niveles de interés por las elecciones. De acuerdo a los datos de la encuesta del IUDOP de la UCA, un poco más del 43 por ciento dijo que tenía mucho interés en votar; el 17.4 por ciento dijo que tenía “algo” de interés, y el 38.4 por ciento dijo que tenía poco o ningún interés en votar.

¿De dónde surge ese interés? De nuevo, hay que considerar muchos factores, pero una de las variables más importantes es el mismo crecimiento de ARENA. El Cuadro 4 muestra cómo, en la medida en que la gente posee más interés en votar, en esa medida, la distribución de las intenciones de voto favorece más al partido gobernante. Esto es porque ARENA ha logrado atraer interés sobre sí mismo, al hacer una campaña basada en el combate de la inseguridad y en un candidato que es mediáticamente vendible. De hecho, las intenciones de voto por ARENA son las que aportan el mayor nivel de interés por la participación en las elecciones.

Cuadro 4
Intención de voto por partido, según interés en asistir a votar
(En porcentajes)

Interés en votar	Intención de voto por partido				
	ARENA	FMLN	CDU-PDC	Otros	Ninguno/ No sabe
Mucho	52.0	28.9	6.1	2.2	10.0
Algo	43.1	21.8	7.6	2.6	24.9
Poco	34.5	18.3	8.3	5.2	33.8
Nada	18.4	12.1	10.1	2.9	56.5

Puesto de otra manera, en su campaña electoral, ARENA ha logrado convencer a ciudadanos, tradicionalmente alejados de la política, para que voten. La renovada fuerza de ARENA no radica tanto en que haya logrado captar los votos tradicionales de otros partidos, cuanto que ha atraído

electores del espectro de los indecisos y de los recién incorporados al padrón para que apoyen su causa. Aspectos como el candidato y el plan contra las maras han logrado convencer a ciudadanos que se han mantenido al margen de la participación política, en el pasado, o que no habían votado

antes y que ahora encuentran razones para apoyar a un partido político.

Esto no significa que este respaldo vaya a mantenerse. En realidad, eso depende de la habilidad del partido gobernante para mantener las condiciones que le han permitido estar en el primer lugar cinco meses antes de las elecciones. Sin embargo, eso también puede implicar un esfuerzo del resto de partidos para convencer a otras fracciones de la población apática a hacer frente al crecimiento del partido oficial, lo cual también contribuiría a mantener un elevado interés en las elecciones. Ahí está el desafío para los partidos de la oposición.

4. En conclusión

La encuesta de opinión pública sobre las preferencias electorales, cursada en octubre por el IUDOP, ha arrojado varias sorpresas, en cuanto a la dinámica política de cara a las elecciones. Más allá de la diversidad de los resultados, que indican

la complejidad de la opinión pública electoral, la encuesta ha puesto de manifiesto cómo ARENA ha sabido manejar la “pre-campaña” para lograr colocarse en el primer lugar, luego de encontrarse en la peor crisis de su historia política. Ello ha sido complementado por una falta de visión estratégica y de parálisis de la oposición, en especial del FMLN, el cual no supo explotar las variables que lo mantenían en el primer lugar. Aunque aun faltan varios meses para las elecciones y la campaña electoral todavía no ha comenzado de manera formal y oficial, es claro que los apoyos políticos son dinámicos y responden de forma muy intensa a los estímulos de la realidad. Hoy por hoy, el partido gobernante ha sido más hábil para manipular esos estímulos a su favor, pero no hay nada que garantice que ello será siempre así. Todo depende de lo que hagan los actores políticos y, en última instancia, de lo que piensen los mismos salvadoreños.

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE OPINIÓN PÚBLICA