

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

# **Elecciones 2009 y campaña política.. Desafíos para la democracia salvadoreña.**

Nelson de Jesús Quintanilla Gómez.

Cita:

Nelson de Jesús Quintanilla Gómez (2009). *Elecciones 2009 y campaña política.. Desafíos para la democracia salvadoreña. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/957>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# **Elecciones 2009 y campaña política. Desafíos para la democracia salvadoreña**

*Nelson de Jesús Quintanilla Gómez  
Universidad de El Salvador  
Facultad Multidisciplinaria Oriental,  
Sección de Ciencias Sociales,  
San Miguel, El Salvador, C.A  
nelquint@hotmail.com*

## **RESUMEN**

La idea central de presente ponencia es sistematizar el proceso electoral salvadoreño del 2009 destacando principalmente las diversas formas de la campaña de los partidos políticos contendientes, así como otras instituciones que participan de la campaña sin ser partido político y a partir de ello, explicar los principales desafíos para la democracia salvadoreña.

Se explica el proceso a partir de la convocatoria oficial que efectuara el Tribunal Supremo Electoral (TSE), pasando por la definición e inscripción de las respectivas candidaturas y luego se profundiza en las diversas formas de campaña política de las fuerzas políticas contendientes.

Posteriormente se explica el papel de los principales medios de comunicación salvadoreños en la campaña, destacando su cumplimiento o no de su verdadero papel o si se adecuan a las demandas del partido en el gobierno; luego se analiza el mensaje de los candidatos presidenciales y las estrategias que utilizaron sus partidos, se presenta un condensado de las ofertas de campaña por partido político y candidato que las presenta.

Se explica las principales actividades de campaña que realizaron respectivos candidatos y candidatas y sus instituciones partidarias y si estas se apegaron a las normas establecidas en el país en materia electoral, además de apegarse a las expectativas del pueblo y a los principios de la democracia representativa.

No podía faltar en esta ponencia un espacio de reflexión sobre la campaña sucia que realizó la derecha representada no solo en el partido ARENA, sino en el PCN, el PDC, el FDR, FUERZA SOLIDARIA Y PERSONAJES COMO EL ALCALDE DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL: JOSE WILFREDO SALGADO, se hace énfasis en los improprios de la campaña política que obviamente riñen con el proceso democrático del que tanto alarde se hace en el país.

Se realiza un análisis del voto deseado de los jóvenes y las mujeres, primero porque son dos sectores sociales que juegan un papel destacado en el proceso electoral, y porque también los jóvenes son no solo el futuro de la sociedad, son también el presente y la chispa que le pone entusiasmo a las actividades políticas y las mujeres son el sector social mas grande de la ciudadanía salvadoreña y a pesar de ello, tienen muy pocos espacios de participación e históricamente han sido marginadas de la toma de decisiones fundamentales para el futuro de la nación.

Al final se presentan las conclusiones en las que se destacan los avances principales sobre el proceso electoral y los aportes que para la democracia se fueron configurando en el marco de la campaña política, sobre todo el papel de la ciudadanía y del pueblo en general en pro del proceso de cambios que no solo derrotaron el miedo y el fraude electoral montado por la derecha, sino el hecho de hacer valer que el poder es del pueblo.

## **INTRODUCCION: REFLEXIONES PRELIMINARES SOBRE EL PROCESO ELECTORAL SALVADOREÑO.**

El primero de Septiembre del 2008 el Tribunal Supremo Electoral (TSE) convocó a elecciones en El Salvador para elegir Diputados y Diputadas a la Asamblea Legislativa, al Parlamento Centroamericano, Consejos Municipales y Presidente y Vice-Presidente de la República, al día siguiente el Frente Farabundo Martí Para la Liberación Nacional (FMLN) inscribió su formula presidencial integrada por Carlos Mauricio Funes Cartagena y Salvador Sánchez Ceren, mientras tanto, el partido en el gobierno Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) no pudo inscribir su formula porque hasta principios del mes de octubre aun no había definido su candidato a Vice-Presidente al igual que el resto de partidos políticos contendientes existentes en el proceso electoral del 2009.

Desde el 11 de Noviembre del 2007 el FMLN proclamo su formula presidencial en el estadio Cuscatlán ante miles de simpatizantes y militantes del partido y de ahí en adelante se inicio una **caravana roja**, llamada también como la **caravana de la esperanza**, es decir, inicio una pre-campaña para posicionar la formula presidencial, esta situación provocó que ARENA adelantara su proceso de selección para definir la formula presidencial a través de un mecanismo que según sus dirigentes es democrático en tanto realizan consulta con sus bases sometiendo una diversidad de aspirantes a un proselitismo interno que les genera desgaste, por cuanto la dirigencia incide de manera directa en las bases para que levanten la mano por quien ellos dicen, esto mas que beneficiarles les genera división interna.

Según el Art. 227 del Código Electoral (C.E.) Salvadoreño **la propaganda electoral constituye un derecho de los partidos políticos o coaliciones debidamente inscritos. Cerrado el periodo de inscripción de candidatos el derecho a hacer propaganda corresponderá únicamente a los partidos políticos o coaliciones contendientes, pudiendo hacerse por todos los medios lícitos de difusión sin más limitaciones que las que establecen las leyes de la materia, la moral y las buenas costumbres.** Al respecto es importante tener presente que en El Salvador esta disposición es violentada constantemente ya que surgen en tiempos de campaña organizaciones y personas fantasmas realizando campaña a favor o en contra de un determinado candidato, partido político o coalición contendiente y nadie dice nada, es decir, nadie hace algo para detener tal situación que es dañina para la pacificación del país y para estimular una participación ciudadana activa en pro de fortalecer el ejercicio democrático.

Según el Art. 228 del C.E. los que con ocasión a la propaganda electoral, injurien, difamen, o calumnien, dirijan, promuevan o participen en desordenes públicos u ocasionen daños a la propiedad serán castigados de conformidad con las leyes comunes. En este mismo orden en el inciso tercero de este mismo artículo se establece que: queda prohibido a través de la propaganda electoral lesionar la moral, el honor o la vida privada de candidatos o líderes vivos o muertos. Esta disposición tampoco se respeta, tanto en el pasado como en el presente electoral se injurian personajes de la oposición, se difama con el fin de descalificar a líderes, funcionarios o instituciones que se percibe tienen posibilidades reales de triunfo, al respecto se debe poner orden si se quiere fortalecer la democracia electoral, eso implica que las instituciones encargadas de aplicar justicia lo hagan sin privilegios de nada y sin preferencias de estatus de las personas o las instituciones que participan en la contienda electoral.

La campaña política debe ser una oportunidad para que el pueblo conozca los candidatos y candidatas, así como las propuestas o plataformas de gobiernos tanto municipales como nacionales, además, debe ser un espacio de discusión de los distintos puntos de vista de cómo resolver los principales problemas que viven los municipios, los departamentos o el país en general.

Las elecciones del 2009 en El Salvador generaron un despertar en la población en el sentido que se desarrollo un entusiasmo por cambiar el rumbo del país, esto suponía el cambio de partido en el gobierno central y en muchos gobiernos municipales y la principal razón que señalaba la ciudadanía era la mala gestión del actual gobierno (políticas anti populares, corrupción, deficiente atención al público, toma de decisiones sin consulta con el pueblo, la falta de atención a las necesidades de las comunidades, etc.), o por la falta de liderazgo de muchos candidatos y funcionarios, pero que llegan a los cargos por amiguismos o compadrazgos y en algunos casos por lazos de familiaridad de los máximos dirigentes partidarios, obviamente, cada partido político posee su propio marco normativo que a veces no se cumple, así como su propia visión de cómo resolver la problemática social.

Lo novedoso de las elecciones del 2009 y de la campaña política en El Salvador es que la derecha política por primera vez en la historia realiza una jugada política según ellos al definir separar las elecciones para consejos municipales y de diputados a la Asamblea Legislativa y al Parlamento Centroamericano de las elecciones presidenciales, el propósito fundamental según ellos era bajar la moral a quienes perdieran en los municipios el 18 de enero y no lleguen con entusiasmo victorioso a las presidenciales el 15 de marzo, además, hacen una campaña en la que regalan gallinas, le piden a los Estados Unidos que intervengan en las elecciones porque el FMLN puede obtener un triunfo

electoral y eso significaría perder las libertades del país, movilizan a los militares retirados que estuvieron vinculados durante la guerra civil del 80 al 92 a crímenes masivos de la sociedad civil y de líderes del movimiento social e incluso de líderes religiosos como el caso de Monseñor Oscar Arnulfo Romero aduciendo que el candidato del FMLN va abolir la ley de amnistía que resulto de los acuerdos de paz y que los va a meter presos, el presidente de la República le pide a los empresarios de la Asociación Nacional de la Empresa Privada(ANEP) que hablen con sus empleados para que no voten por el frente porque se pone en peligro las libertades, en los últimos días de la campaña presidencial realizaron una campaña “sucía” en la denigraban a través de spot televisivos al ciudadano candidato a la vice presidencia por el FMLN(Salvador Sánchez Ceren) y al candidato presidencial (Carlos Mauricio Funes Cartagena), los tildaron de mentirosos, de asesinos, de vende patrias, dijeron que si ganaba el frente quien iba a gobernar era Hugo Chávez (Actual Presidente Venezolano), pusieron vallas publicitarias con la foto de Mauricio acompañado de la foto de Fidel Castro, Hugo Chávez y Evo Morales), otras vallas con la lectura YO NO ENTREGO EL SALVADOR, etc.

Se firmo un pacto de no agresión en la campaña electoral entre los principales dirigentes de los partidos políticos y la Procuraduría para la defensa de los Derechos Humanos (PDDH) que no se respeta en tanto se actúa con violencia física contra algunos dirigentes de oposición y se pasa spot televisivos que llaman a la violencia en donde se señala al candidato presidencial del frente como si fuese a actuar como un títere del presidente Hugo Chávez de Venezuela, además se dice que se pone en peligro las remesas de los compatriotas en EE.UU. así como el TPS que se otorga a algunos salvadoreños para que puedan trabajar sin dificultades en el país norteamericano.

En concreto algunas de las características del proceso electoral salvadoreño del 2009 son la siguientes: Desgaste natural de cuatro gobiernos consecutivos de ARENA, la crisis socio económica y de seguridad ciudadana que afecta a las grandes mayorías de salvadoreños y salvadoreñas, el candidato presidencial del FMLN no depende de su dirigencia histórica y es muy conocido y fue electo sin internas, sino con unanimidad votos de su dirigencia atendiendo al clamor popular, El candidato de ARENA es de bajo perfil y fue electo en un proceso que tuvo cuestionamientos internos; en los sectores empresariales y en ARENA hay conciencia de la gravedad de la crisis que impacta al país, es la primera vez que ARENA no puede ocultar sus diferencias internas entre el grupo que gobierna y el grupo que detenta el poder económico tradicional.

## CAMPAÑA EÑECTORAL: PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

No cabe duda que los medios de comunicación como parte del aparato ideológico del Estado, además de ser propiedad privada de algunos empresarios se ponen al servicio del partido en el gobierno en la mayoría de casos y muchas veces ofertan espacios para los partidos y candidatos que creen no serán ningún problema para ellos en caso de obtener un triunfo electoral, a pesar que el Código Electoral salvadoreño regula los espacios para la campaña, esto no se cumple ni se respeta por el hecho mismo de ser propiedad privada y de contar con el beneplácito de los funcionarios e instituciones que deben aplicar la ley e incluso algunos funcionarios y candidatos poseen sus propios medios para hacer su campaña de manera permanente utilizando recursos de las instituciones que dirigen para financiar programas que promuevan su figura personal o la bandera del partido al que pertenecen.

Muchos de los dueños o directores de prensa e incluso periodistas y reporteros de los principales medios de comunicación en El Salvador se ponen al servicio del partido en el gobierno para realizar publicidad a favor de sus candidatos a distintos cargos de elección popular para lograr que les compren espacios o les den dinero por tales favores, esto hace que no se respeten las normas sobre la campaña ya que, el que posee mas dinero tiene las mejores condiciones de promover sus imágenes e incidir en la voluntad de la ciudadanía para lograr su apoyo a través del voto, esto por supuesto no contribuye al fortalecimiento y desarrollo democrático de la sociedad salvadoreña.

Los medios de comunicación debieran promover espacios de debate con reglas claras y concretas entre los candidatos y dirigentes de los partidos políticos para que la ciudadanía pueda evaluar quienes poseen las mejores **propuestas de solución a los problemas del país**, esto además, fortalecería la democracia y generaría una nueva cultura de participación popular y por consiguiente, se gestaría el inicio de la construcción de una democracia participativa y no solo representativa, esto naturalmente requiere de voluntad política de quienes toman las decisiones en esta materia.

Los medios de comunicación en su mayoría en El Salvador se inclinan a favor de la derecha política precisamente porque su propósito principal es obtener ganancias económicas y no lo que en teoría deben hacer, promover información veraz y objetiva e imparcial al pueblo, son muy pocos los medios de comunicación que tratan de cumplir su verdadero papel y los que se inclinan por esa posición muchas veces son tildados de revoltosos o que hacen los mandados a los comunistas, esta situación tampoco contribuye al ejercicio democrático que se trata de desarrollar.

Un ejemplo claro de la parcialidad con que algunos medios actúan en los momentos de campaña política electoral, es la manera de cómo la PRENSA GRAFICA estuvo publicando una serie de encuestas a través de LPG DATOS en las que en muchos casos plantea la existencia un empate técnico entre el FMLN y ARENA o entre Mauricio Funes y Rodrigo Ávila y la otra situación fue la entrevista que impulsaron los canales 2,4 y 6 sobre el proceso electoral y que dirigió el periodista Jorge Hernández en la que se inclinaba la balanza a facilitar el discurso o las opiniones de los candidatos de la derecha; por otro lado, se cuestiona y a veces poco espacio se le da a los candidatos de izquierda para hacerlos quedar mal ante la tele audiencia.

Algunas radios emisoras tienen programas en los que se pasaba criticando la vida privada de los candidatos de la oposición, se recurre al pasado conflicto armado para denigrar a quienes participaron directamente en ese proceso y muchas veces se ridiculizaba la personalidad de los contendientes tratando de explotar las debilidades personales y no se ataca las propuestas de solución a los problemas económicos, sociales y políticos, no se promueve el debate de altura, sino el golpe bajo y a veces hasta mal educado con palabras soeces.

En el Diario de Hoy tienen espacio muchos columnistas que opinan sobre el acontecer político electoral de manera demagógica y generalmente son personajes de tendencia derechista que obviamente buscan defender el sistema y el modelo económico vigente, por lo general plantean como amenaza el hecho de que el pueblo este opinando a favor del cambio y se llama la atención que esta en peligro las libertades del sistema, por lo que convocan a la población a no dejarse engañar, como si la ciudadanía no tuviera la capacidad de pensar con cabeza propia a partir de sus propias realidades, estos medios y estos personajes midieron muy mal creyendo que el pueblo les iba a seguir creyendo, el pueblo estaba convencido que el cambio no solo era posible sino necesario para reorientar al país por nuevos derroteros de desarrollo, democracia y justicia social.

Es de aclarar que en el caso de Radio Sabrosa y TVO que son propiedad del Señor Wilfredo Salgado, alcalde municipal de San Miguel después que firmo un compromiso de campaña con el señor Rodrigo Ávila, candidato de ARENA, dedicaron espacios permanentes a la campaña del entonces partido oficial al extremo que ni la tele corporación salvadoreña programo de manera permanente (cada hora) una película de la guerra en la que se denigro al candidato presidencial y a la vicepresidencia del FMLN, esta situación fue mal vista por la población y el electorado, la gente quería hacer algo: tirarles piedra, hacer tomas pacificas de los mencionados medios, sentadas frente a

sus locales, manifestaciones de protesta contra los medios y su propietario, al final esa situación no dio el resultado esperado para la derecha, mas bien favoreció a la izquierda en el caso de San Miguel( uno de los departamento de mayor importancia electoral de El Salvador), pues el resultado electoral fue de 58,327 votos para el FMLN contra 34,901 de ARENA y WIL SALGADO, es decir, el FMLN obtuvo 23,426 votos mas que esa alianza perversa de la derecha en el municipio de San Miguel en la elección presidencial.

## **MENSAJES DE LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES Y ESTRATEGIAS DE ALIANZAS Y COALICIONES**

El 14 de Noviembre inicio la campaña electoral para la presidencia de la República de El Salvador a través de visitas al territorio, es decir en los 14 departamentos y en los 262 municipios, así como en el plano mediático, principalmente la televisión, la radio y los principales medios escritos como son la Prensa Grafica y el Diario de Hoy.

El candidato presidencial del partido oficial, el Ingeniero Rodrigo Ávila, ex director de la Policía Nacional Civil, buscaba superar el desgaste de 19 años de gobierno del partido ARENA autoproclamándose como **el presidente del empleo**, además planteaba que era una nueva cara de la derecha definiendo su plan de gobierno de **país mas justo**, por otro lado prometió crear con el sector privado, profesional y académico **la gran alianza nacional por el empleo** mediante la cual pretendía crear 200,000 puestos de trabajo; el problema se complica mucho mas cuando la ciudadanía revisa la realidad que ha estado viviendo y la realidad del presente que por mas discursos y mensajes apantalladores ya no creen en promesas encubiertas por compromiso que se firman en la campaña y se pretenden cumplir mañana, es decir cuando llegaran al gobierno.

Por su parte, el candidato presidencial del FMLN, el periodista Mauricio Funes Cartagena, sostenía en sus mensajes que representaba **el cambio seguro** y prometía mejorar los servicios de salud, educación y elevar los niveles de seguridad publica; sin embargo, la situación del país es bastante delicada en lo social, económico y político; la ciudadanía quiere el cambio, lo expresaba en las distintas encuestas de opinión publica, el reto era no solo llenar de esperanzas a la población sino cumplir en lo mínimo necesario para iniciar un proceso de transición que superara poco apoco la difícil situación del país.

La formula presidencial del PCN, el Licenciado Tomas Chevez y el exjefe de la División Rural de la PNC, Rafael Antonio González Garciguirre, aseguraban que el país iba por mal camino y que era

necesario la alternancia en el poder en el sentido de cambiar al presidente y al Partido en el Gobierno, además sostenían **que hay que romper la polarización** y hacer cambios moderados en la forma de gobernar si se llega a la presidencia; por otro lado, planteaban **combatir la corrupción** que tanto daño le ha hecho al país y reactivar la agricultura. Se proponían además, combatir las maras, los vicios de las drogas y el alcoholismo.

La formula presidencial del PDC, representada por el Licenciado Carlos Rivas Zamora, presidente y Merlín Peña, Vice presidenta, sostenían que: “se debe crear una cartera de estado para la Mujer, la Niñez y la Juventud”<sup>1/</sup>, esto es la columna vertebral de su plan de gobierno, con ello buscan ser una opción y enganchar el voto femenino;

---

1/(Diario CoLatino), 2008: Octubre 17.

otro elemento importante en el mensaje del candidato presidencial es la critica permanente a las extremas, es decir a la derecha y a la izquierda para ganar protagonismo en el electorado.

El gran problema de Rivas Zamora era que fue Alcalde de San Salvador por el partido FMLN y luego decide pasarse al PDC para seguir siendo opción en una candidatura presidencial, pues se cree que quien pasa por la alcaldía capitalina tiene las credenciales necesarias para ser candidato presidencial, la población lo percibió como alguien sin principios y que lo único que buscaba era ganar notoriedad publica personal.

Después de los resultados del 18 de Enero para Consejos Municipales y la Asamblea Legislativa, el partido ARENA busco a través de los máximos dirigentes de los partidos PCN y PDC hacer una alianza política con la que según ellos lograrían unir a la derecha, desincubieron las formulas de estos partidos independientemente de la opinión de los candidatos y de las bases respectivas, ello por supuesto creo un descontento que favoreció a la formula del FMLN ya que por ejemplo la formula del PCN pidió el apoyo para Mauricio y Salvador, algunos alcaldes electos del PCN y del PDC se sumaron a la campaña junto a la formula presidencial del frente y trabajaron en la defensa del voto el día 15 de marzo; hubo otros como el candidato del PDC en Santa Ana que apoyo a ARENA, así como el alcalde de San Miguel que utilizo muy mal su supuesto liderazgo realizando un show publicitario para definir su apoyo al candidato Ávila a través de un compromiso que firmaron y una campaña “sucía” que realizo en sus medios de comunicación (TVO y Radio la Sabrosa) recurriendo al pasado conflicto armado, e incluso albergando en la alcaldía, en sus establecimientos comerciales y en

casas particulares de su propiedad y de su familia a personas de Nicaragua que trajeron para que participaran en el proceso electoral, esto por supuesto fue denunciado y repudiado por la población Migueleña, el repudio se expreso en las urnas porque su misma gente que mando al aparato de defensa del voto, apoyo al frente y la población que creía en el también la dio el voto al FMLN, esto se demuestro en que de las 384 urnas del municipio de San Miguel, 383 las gano el frente y solo una gano ARENA, son 58,327 votos validos para el FMLN contra 34,901 de ARENA, es una victoria que da un impulso contundente al triunfo de la Izquierda salvadoreña.

## **ACTIVIDADES DE CAMPAÑA DE LOS DISTINTOS PARTIDOS POLITICOS**

ARENA es el partido que defendía el estatus quo social y a su vez el partido de gobierno, además de representa los intereses de la clase dominante, posee los recursos económicos y materiales suficientes para realizar una campaña millonaria y utilizar la mayor parte de espacios de los principales medios de comunicación, con lo que saturan al electorado con mensajes propagandísticos de sus principales figuras y de sus principales propuestas de campaña y por supuesto, dedican bastante espacio al discurso demagógico y critica personalizada a los candidatos contrincantes y partidos de oposición que se presentan como su principal amenaza para seguir en el poder.

ARENA realizo su campaña fundamentalmente por medio de spot de televisión y cuñas radiales, así como campos pagados en los medios escritos tales como: La prensa Grafica y el Diario de Hoy; no menos importante fue la pinta y pega que realizaron en postes del tendido eléctrico en todo el territorio nacional, también hicieron concentraciones y mítines en colonias y cantones, realizaron también perifoneo masivo en la ciudad y el campo con mensajes de sus candidatos promoviendo sus compromisos de campaña según la elección de que se tratara.

Hasta finales del mes de diciembre del 2008 y según informaciones de “un estudio de Transparencia Internacional muestra que ARENA es la fuerza política que entre Abril y noviembre mas gasto en propaganda: el 75% del total. Segundo fue el FMLN y tercera fue un no partido: Fuerza Solidaria”<sup>2/</sup>

Se estima 7.6 millones de dólares gastados en campaña y mucha de ella no para proponer soluciones a los problemas, sino para denigrar a Mauricio Funes y al FMLN, esto lo hace de manera constante Fuerza Solidaria en complicidad con el partido de gobierno y de la derecha aglutinada en el TSE, esta situación no es buena para el país y menos para entusiasmar a la ciudadanía a la participación, mas

bien, se deja en evidencia la necesidad de tener control sobre el origen del financiamiento de la campaña electoral de todos los partidos políticos contendientes.

El FMLN por su parte centra su campaña en la visita casa por casa en la que se busca tener un contacto directo con la ciudadanía para intercambiar sobre la situación del país, así como de lo que se piensa del gobierno y del partido en el poder, además se pregunta si cree que el país necesita un cambio o si debe continuar tal y como esta, se pregunta sobre el apoyo al FMLN y a sus candidatos, en este contacto también se descubren los indecisos, a quienes se debe visitar para convencerlo que vote por el frente, además se identifica a los militantes duros de la derecha para no perder tiempo en una próxima visita; también se realizan caravanas de vehículos, pega de afiches de los candidatos en los postes del tendido eléctrico, se hace hojas volantes en las que se da a conocer los candidatos y las propuestas de trabajo, se realizan murales con los rostros de los principales candidatos, se hacen algunas vallas publicitarias con el rostro de los principales candidatos y candidatas, se compran espacios radiales para promover el perfil y las plataformas de gobierno, se realizan campañas medicas sobre todo en la zona rural, se patrocina torneos de futbol, se realiza perifoneo con la voz y propuestas de los candidatos sobre la solución de los principales problemas del municipio, departamento o el país según sea el caso.

## **LA CAMPAÑA SUCIA: LOS IMPROPERIOS DE LA CAMPAÑA POLITICA**

Casi siempre en las campañas político-electorales en El Salvador se da la campaña “sucia” y normalmente la realiza una persona o una institución “fantasma” que generalmente esta ligada al partido en el gobierno, en las elecciones del 2009 no fue la excepción, existió una institución llamada “Fuerza Solidaria” que se encargo de denigrar la formula presidencial del FMLN y al principal partido político de izquierda tratando de confundir a la ciudadanía con el pasado conflicto armado, señalándolo que posee grupos armados;

---

2/(El Faro), 2008: 22 de Diciembre.

que posee relaciones con Hugo Chávez o con Cuba; sin embargo, ese tipo de campaña no dio los resultados esperados por la derecha, dado que la población vive una situación económico- social y política que no necesita mensajes mediáticos para entenderla, en todo caso, los representantes de Fuerza Solidaria han llegado a los Hoteles y a las empresas a realizar reuniones en las que presentan

videos tergiversando el papel del presidente Venezolano y Cubano para infundir miedo a los trabajadores de esas instituciones para que no voten por el FMLN, ese tipo de campaña tampoco dio los resultados esperados a la derecha aglutinada en ARENA.

En algunos municipios de mayor importancia electoralmente hablando como San Salvador se ha realizado acciones como el hecho de botar la basura en pleno centro de la capital para mostrar a la población que el principal problema es la recolección de la basura, a partir de ello se realizaron spot televisivos de campaña para influir en el electorado; en otros casos como el municipio de San Miguel, el señor alcalde municipal actual acostumbra a poner **apodos** a los rivales y actúa de manera informal y mal educado ante los contendientes e incluso explota públicamente los problemas personales y familiares de sus oponentes todo con el objetivo de llamar la atención de quienes tienen alguna simpatía por su persona, es decir, busca convertirse en un populista de la zona oriental del país.

Todos esos impropiedades de la campaña no contribuyen a construir una sociedad en la que la reconciliación y la paz duradera sean principios del nuevo país que se quiere construir, además, se estaría desperdiciando la oportunidad que el pueblo salvadoreño tiene de producir un cambio que le beneficie en todos sus aspectos y principalmente en la nueva cultura democrática que demandan los tiempos actuales.

## **EL VOTO DESEADO: JOVENES Y MUJERES**

Los partidos políticos salvadoreños en la campaña política del 2009 trataron de atraer el voto de los jóvenes proponiendo situaciones como mi primer empleo, además ofertaron propuestas enfocadas al deporte, protección de sus derechos, mayor educación y atención a la niñez, sin embargo, estas propuestas no parecieron motivar a la juventud dado que los espacios que se les brindó fueron muy restringidos, exceptuando al FMLN que posee en sus estatutos cuotas de poder para los jóvenes en instancias de dirección del partido y en la escogitación de los candidatos y candidatas a cargos de elección popular, en este caso, la cuota establecida es del 25%.

El sector de las mujeres resulta ser la población mayoritaria en El Salvador según los últimos censos poblacionales, a partir de ello, se convierten en un atractivo electoral a conquistar para aumentar en caudal de votos en todas las elecciones de que se trate, sin embargo, dada la cultura machista y el régimen de dictadura que aun persiste en el país las mujeres son el sector que menos espacios de participación tiene en los procesos electorales, generalmente son los hombres los que participan

mayoritariamente tanto en los organismos de dirección partidaria, como en los cargos de elección popular y al igual que con los jóvenes, es el FMLN quien por estatuto garantiza la participación de mujeres en las instancias antes señaladas, el porcentaje establecido es de 35%.

Las mujeres y los jóvenes son segmentos poblacionales que deben considerarse siempre en las campañas políticas no para utilizarlos en la misma, sino para crear mayores niveles de participación ciudadana y de esta manera fortalecer la democracia participativa que en estos momentos es incipiente en El Salvador, es importante además, promover el apoyo a estos sectores para generar una cultura democrática que permita precisamente construir un país mas justo y humano.

## **COCLUSIONES**

En la recta final de la campaña las propuestas y compromisos de los distintos candidatos y candidatas y de los partidos políticos contendientes no se terminaron de concretar puntualmente, ya que en la practica la campaña tubo mas de un año en estarce desarrollando de manera disfrazada (pre-campaña), la ciudadanía no tenia en esos momentos una propuesta que recogiera la problemática concreta de país, mas bien, existió planteamientos bastante generales, esto por supuesto tenia a la base la visión particular de cada punto de vista del candidato o partido que lo planteaba en términos de publicidad.

Cada partido y cada candidato poseía su plataforma de gobierno tanto en lo local como en lo nacional, el problema era que en la campaña apenas se mencionaban algunos ejes de las propuestas, en muy pocos casos se hizo debates en los que se profundizara en las propuestas de solución a los problemas, casi siempre se estuvo pensando en lo que la ciudadanía quería escuchar y en base a ello se hizo la campaña, en otras palabras se estuvo pensando y actuando en función del voto y no en la persona o el ciudadano.

A lo anterior debe agregársele que la crisis mundial requiere de tomar decisiones orientadas a palear de manera concreta los efectos económicos, sociales y políticos que de hecho ya impactan la mayoría de sectores populares e incluso a las empresas productivas del planeta, el capitalismo esta en crisis, por tanto, es urgente construir un nuevo modelo de sociedad en la que la participación ciudadana sea el eje fundamental de las decisiones que se tomen.

Existió campaña sucia, es decir campaña que denigro instituciones políticas adversarias al partido oficial y personajes (candidatos y dirigentes) para desacreditarlos y bajar popularidad a fin de crear la

posibilidad de mantenerse en el poder o llegar al mismo de cualquier manera, el punto era tratar de lograr que la ciudadanía se inclinara por respaldar con su voto a determinado partido contendiente, sin importar que la democracia exige una cultura política que posibilite la tolerancia y la discusión franca, respetuosa y directa sobre los problemas de la sociedad sin violentar los derechos elementales de las personas.

En esta campaña todavía prevaleció la demagogia, el golpe bajo, el fraude electoral, la compra de voluntades, el uso excesivo de los recursos del Estado a favor del partido oficial y muchos otros aspectos que no ayudan al fortalecimiento de la democracia salvadoreña.

También existen personajes e instituciones que creen que el pueblo se puede manejar a su antojo, o que su voluntad se puede comprar o negociar por obras o dinero, como si las personas no tuvieran capacidad de pensar, eso es un insulto a la inteligencia de las personas, en todo caso la voluntad del pueblo se expresa en las urnas cada vez que hay elecciones, a juzgar por los resultados.

Al final de la campaña y del proceso electoral salvadoreño el pueblo es quien tiene la última palabra y en honor a la verdad la perspectiva siempre fueron favorables para que el poder del pueblo se expresara en las urnas y con ello, contribuir a dar un paso más en la construcción de la democracia participativa que tanto se necesita en el salvador.

Finalmente queda claro que los principales desafíos para la democracia salvadoreña en los procesos electorales y en las campañas políticas son: cumplir y hacer cumplir las normas establecidas en materia electoral, crear y cumplir nuevas normas que garanticen la igualdad de oportunidades a los partidos contendientes en materia de campaña, prohibir definitivamente la participación en campaña de personas e instituciones que se dedican a denigrar candidatos y candidatas o partidos políticos contendientes, crear una cultura política en la que se promueva el debate y la sana crítica de las propuestas de solución a los problemas socio económicos y políticos del país, la creación de un mecanismo de fiscalización del financiamiento de las campañas políticas para evitar la intromisión de procesos ilícitos en los procesos electorales, la regulación de los medios de comunicación en cuanto a su papel en las campañas políticas así como el establecimiento de un reglamento de ética política para los partidos, candidatos, medios de comunicación y periodistas que se involucran en actividades proselitistas, el como evitar la participación de extranjeros en los procesos electorales de manera directa y en calidad de electores.

## Bibliografía

- ARENA, (2008). Plataforma de gobierno 2009-2014, San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
- Diario Co Latino, (2008). Octubre, San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
- FMLN, (2008). Programa de Gobierno 2009-2014, nace la esperanza, viene el cambio, 11 de Agosto, San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
- <http://surasway.blogspot.com/>
- Periódico Digital el Faro, (2008). \$7.6 en 8 meses de propaganda. 22 de Diciembre, San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
- Periódico Nuevo Enfoque, (2009). ¡Presidente de Izquierda por primera vez en 188 años!, No 49, primera quincena, Abril, San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
- Prensa Digital, (2009a). Borge da Ganador a Ávila; UTEC, UFG y Gallup a Funes. Revista **Contra Punto**, No 101, Febrero 26, El Salvador, Centroamérica.
- Prensa Digital, (2009b). ARENA y FMLN pulseando con todo en final electoral. Revista **Contra Punto**, No 102, Marzo 6, El Salvador, Centroamérica.
- Prensa Digital, (2009c). La recta final de la campaña electoral. Revista **Contra Punto**, No 103, Marzo 10, El Salvador, Centroamérica.
- Prensa Digital, (2009d). La hora de las definiciones en el Salvador. Revista **Contra Punto**, No 103, Marzo 10, El Salvador, Centroamérica.
- Prensa Digital, (2009e). La Revolución Salvadoreña derrota a la Oligarquía. Revista **Contra Punto**, No 105, Abril 10, El Salvador, Centroamérica.
- Tribunal Supremo Electoral, (2006). Código Electoral. San Salvador, El Salvador, Centroamérica.