

2008-09: NOTAS SOBRE LA CAMPAÑA ELECTORAL DE FRENTE AMPLIO

César A. Aguiar

Equipos MORI

Versión Preliminar para Discusión

No Citar

Diciembre 2009

I. INTRODUCCION

El objetivo de este documento es presentar algunas ideas sobre la campaña electoral del año 2009, con foco en el análisis de la estrategia de campaña y el desempeño electoral del Frente Amplio, buscando integrar una visión retrospectiva de mediano y corto plazo que incluye referencias a la evolución del sistema de partidos, a la configuración del espacio político y a las estrategias de comunicación utilizadas en la campaña. El trabajo es una primer presentación de ideas y resultados en el marco de un análisis más amplio del conjunto de la campaña a la luz de la evolución del sistema de partidos uruguayos. En instancias complementarias se intentará completar este análisis con un estudio más detallado de las estrategias y desempeño de la oposición.

El análisis parte de una revisión sucinta de los resultados de las elecciones del ciclo 2004/5 para avanzar luego hacia una caracterización de la situación al año 2007 –bastante antes de la campaña en sentido estricto-. A partir de allí se procede a analizar con algo más de detalle los movimientos del año 2008 orientados a la definición de las candidaturas y a las internas de los partidos. A partir de allí se realiza una breve evaluación de los resultados de las elecciones internas (junio 2009), para pasar a analizar la campaña y los resultados de la primera vuelta de las elecciones nacionales (octubre 2009) y llegar finalmente a la caracterización y evaluación del desenlace en el ballottage (noviembre 2009). El documento se cierra con algunas conclusiones.

II. PUNTO DE PARTIDA

Como es sabido, las elecciones del año 2004/2005 marcan un punto de inflexión en la historia política del país: se manifiestan allí en forma visible varias transformaciones del comportamiento electoral y del sistema de partidos que habían arrancado muy atrás y que ya habían generado cambios decisivos aunque menos visibles en octubre de 1999. Luego de un crecimiento lento pero firme de casi treinta años, el FA había alcanzado la mayoría absoluta en la primera vuelta de las elecciones presidenciales de 1999, dando fin a uno de los sistemas bipartidistas más duraderos del mundo¹, y desde esa fecha en adelante, aunque no había alcanzado la presidencia, había seguido creciendo en forma regular. En su inmensa mayoría los analistas y el público visualizaban una victoria del FA en el 2004, y los pronósticos más rigurosos, realizados a fines de los 90, estimaban que si se mantenían las tendencias del ciclo 1971 – 1999, el Frente Amplio ganaría la elección en primera vuelta superando apenas el 50 % de los votos². Un análisis clásico del tema había sido realizado por GONZALEZ (1999) poco antes de las elecciones de 1999, y a poco que se tratara de profundizarlo los resultados no hacían más que confirmar abrumadoramente esos pronósticos: la tendencia se verificaba en todos y cada uno de los departamentos del país aisladamente considerados, y en muchos casos ajustaban a una exponencial mejor aún que a una recta, siendo inusitadamente altos los

¹ SOTELO RICO, M. (1999): “La longevidad de los Partidos Tradicionales uruguayos desde una perspectiva comparada”, en GONZALEZ, L.E. et al.: “Los Partidos Políticos Uruguayos en Tiempos de Cambio”, Fundación Banco de Boston - Universidad Católica, Montevideo, 1999

² GONZALEZ, L. (1999): “Los Partidos Establecidos y sus Desafiantes”, en GONZALEZ, L.E. et al., op. Cit.

coeficientes de correlación³. A ese análisis cabía agregar que la gravísima crisis económica y social superviniente en el año 2002 permitía imaginar, además, que muy probablemente el FA pudiera triunfar por un margen más amplio, en la misma medida en que como consecuencia de la crisis muy probablemente habría aumentado el descontento con el gobierno y eventualmente con el conjunto de los partidos históricos⁴.

Y así llegamos a las elecciones en las que el Frente Amplio efectivamente supera en primera vuelta el 50% pronosticado, y los partidos históricos tienen un comportamiento marcadamente divergente: el Partido Colorado, con una muy mala votación, apenas alcanza el 10 % de los votos, muy por debajo de lo que permitía suponer la tendencia de declinación arrancada casi 60 años atrás, y el Partido Nacional obtenía una votación relativamente buena, que ilustraba nuevamente la variabilidad de su desempeño en el corto plazo, superando ocasionalmente su tendencia decreciente. De esta forma, en las elecciones presidenciales del 2004 el FA ganó por amplia mayoría, aunque el triunfo en primera vuelta sólo lo obtuvo “por la nariz”. Si no hubiera ganado en primera vuelta casi seguramente hubiera ganado en segunda por un margen atendible, aunque la oposición sumada hubiera superado seguramente el 45 % de los votos, quizás con alguna amplitud. En cualquier caso, lo verdaderamente interesante es que, experimentada la crisis, la votación del FA alcanzó los niveles que podían pronosticarse **sin crisis**, por lo que cabe concluir que (a) o la crisis no tuvo ninguna incidencia o (b) la histórica tendencia al crecimiento del FA había comenzado a erosionarse. Como parece muy difícil admitir que la crisis no tuvo incidencia en el comportamiento electoral, aunque sea muy difícil de verificar empíricamente, parece razonable admitir que en alguna medida el FA había comenzado a erosionarse antes del 2004. De todas formas, la erosión casi no fue advertida por los analistas. De hecho, cumpliendo sus objetivos, ganó en primera vuelta, y una vez producido el triunfo en las elecciones presidenciales de octubre el FA consolidó ese triunfo meses después con una victoria abrumadora en las elecciones departamentales de mayo del 2005. Y dados los resultados obtenidos por los partidos fundacionales en octubre, no era irrazonable esperar que el sistema volviera a consolidarse como un bipartidismo altamente inclusivo, en el que el Partido Nacional estaba llamado a constituirse en el corazón articuladores de la oposición.

Más allá de las tendencias agregadas, en términos más analíticos, ¿por qué ganó el Frente Amplio en el 2004? En las interpretaciones estándar de los resultados electorales del año 2004 tendió a prevalecer una visión unidimensional⁵ del espacio político uruguayo: un sistema distribuido sobre un eje izquierda – derecha, en el cual podían alinearse con bastante claridad

³ En el análisis de González, los dos partidos fundacionales eran tomados en conjunto, enfrentados a los partidos que podían considerar desafiantes. La serie que ilustraba la tendencia de voto de los dos partidos fundacionales mostraba una fuerte pendiente negativa, pero de alguna forma ocultaba que la evolución de cada uno de los dos partidos históricos era marcadamente diferente: mientras el Partido Colorado registraba una caída sistemática a lo largo del tiempo, en el Partido Nacional también aparecía una tendencia decreciente pero con mucha más variabilidad, apareciendo con frecuencia ciclos cortos de inversión de la caída.

⁴ La idea del FA como receptáculo institucionalizado del descontento con los partidos históricos aparece especialmente formulada en LOPEZ, S. (2004): “Partidos Desafiantes en América Latina”, Monografía Final para optar al Grado de Licenciado en Ciencia Política, Instituto de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República, Montevideo

⁵ HINICH, M. y MUNGER, M.: “Teoría analítica de la política”, Gedisa, Barcelona, 2004

los electores, los partidos y los candidatos. Para una interpretación⁶, el FA habría ganado porque en alguna medida los electores se habrían corrido a la izquierda, permaneciendo relativamente fijos candidatos y partidos. Para otra⁷, el triunfo del FA se explicaría porque en alguna medida partidos y candidatos situados a la izquierda se habrían corrido al centro, permaneciendo relativamente fijos los electores. Probablemente las dos explicaciones puedan combinarse en alguna medida, pero en cualquier caso el supuesto latente en las explicaciones estándar es el mismo: un modelo espacial unidimensional, configurado por el esquema derecha / izquierda.

No es necesario desechar del todo la visión estándar para sugerir una visión alternativa, que reconoce la importancia del eje izquierda / derecha, pero que sugiere, sin embargo, que los resultados del 2004 se explican mejor si a ese eje se agrega otro que distribuye electores, partidos y candidatos en base a la dimensión gobierno/oposición, que puede tratarse de diferente manera pero que, operacionalmente, analizaremos en términos de acuerdo / desacuerdo con la gestión presidencial⁸. De esta forma, el espacio político electoral quedaría configurado por dos dimensiones independientes, que eventualmente permitirían una distribución más precisa de electores, candidatos y partidos.

En función de esta discusión, podrían aceptarse dos “matrices” diferentes que darían lugar a tres versiones distintas de interpretación de los resultados de las elecciones del 2004: dos matrices estándar -la matriz “unidimensional” en su versión Moreira, la matriz “unidimensional” en su versión Yaffé- y una versión alternativa que propone partir de una matriz bidimensional que combina “autoidentificación ideológica” con evaluación de gestión del gobierno. Con claridad, nos afiliamos a esta versión. De acuerdo a ella, el FA ganó las elecciones porque logró sacar ventajas en el eje izquierda/derecha -ya sea en la versión Moreira, en la versión Yaffé o en cualquier combinación de ambas- **y además** logró captar votantes, más bien de centro o de centro derecha- definidos esencialmente por su descontento con la gestión de los partidos históricos y particularmente del Partido Colorado. Por el momento no estamos en condiciones de decidir cuánto pesan cada uno de los ejes que conforman el espacio definido ni en qué medida cada uno de ellos contribuye a explicar el resultado final.

Los Cuadros 1 y 2 presentan alguna información empírica que contribuye a sustentar nuestro argumento. En el Cuadro 1 se presenta la distribución simultánea del electorado del 2004 según autoidentificación ideológica e intención de voto, pocas semanas antes de la elección de octubre, clasificando la autoidentificación ideológica en tres categorías⁹. Como puede verse, la

⁶ Esta es probablemente una buena caracterización de visión de MOREIRA, C. (2005): “Final de Juego”, Trilce, Montevideo

⁷ Esta es probablemente una caracterización razonable del análisis de YAFFE, J. (2005): “Al Centro y Adentro”, Linardi y Risso, Montevideo

⁸ Hay otras formas. Probablemente sería más apropiado tratar este tema utilizando una pregunta del tipo de la utilizada por el CERC en Chile: “¿Cómo se considera Ud. en cuanto a sus ideas políticas: partidario del gobierno del Presidente o partidario de la oposición?”. La respuesta considera la posibilidad “ni lo uno ni lo otro”.

⁹ En las mediciones espaciales de “autoidentificación ideológica”, habituales en las encuestas de opinión pública en Uruguay, la cantidad y el nombre de las categorías resultantes es arbitraria y depende plenamente de decisiones del investigador. En este caso se utilizan tres categorías. Si fueran cinco hablaríamos de “izquierda”, “centro izquierda”, “centro”, etc. Si fueran siete se podría hablar de

mayoría del FA se recluta en la “izquierda”, pero no hubiera ganado si no hubiera tenido una porción atendible de votos de “centro” y aún de “derecha”, y, al mismo tiempo, aunque el FA resulta claramente victorioso en la “izquierda”, también gana en el “centro”. Sin una adecuada combinación de votos de “izquierda” y “centro” el FA no hubiera ganado en el 2004, al menos en primera vuelta.

Cuadro 1: Distribución del electorado según Autoidentificación Ideológica e Intención de Voto, circa la primera vuelta de las elecciones nacionales del 2004

VOTO	Autoidentificación ideológica				
	Izquierda	Centro	Derecha	NS/NC	TOTAL
PC	0	2	5	2	9
PN	2	10	15	5	31
FA	23	14	2	7	45
PI	0	1	0	0	2
Otros	3	6	2	2	13
TOTAL	27	32	25	16	100

Fuente: Equipos MORI / Encuesta Nacional de Hogares / Octubre 2004

Pero es el Cuadro 2 el que se nos antoja más ilustrativo, al menos si se agrega al anterior en la búsqueda de una interpretación global. De acuerdo al mismo, asumiendo que se trata de un modelo muy simplificado, puede decirse que el electorado del FA en el 2004 estaba compuesto de tres grupos de electores diversos: los que llamamos los “viejos creyentes” -que habían votado regularmente al FA al menos en las últimas tres elecciones- los que llamamos los “jóvenes creyentes”, que lo habían votado en al menos dos de las últimas tres- y los que llamamos los “hartos”, que sólo lo votaron en el 2004. Como puede observarse en la segunda columna del Cuadro 2, los “viejos creyentes” estaban bastante a la izquierda del votante promedio del FA, los “jóvenes creyentes” estaban en el medio y los “hartos” bastante más corridos hacia el centro. Lamentablemente, no estamos en condiciones de evaluar aquí la hipótesis de que los “viejos creyentes” eran más cercanos a las viejas tradiciones socialistas y antiimperialistas, los “jóvenes creyentes” más cercanos a las nuevas tradiciones socialdemócratas y los “hartos” más bien orientados por la evaluación de la gestión de gobierno y llenos de desazón por las últimas gestiones de los partidos históricos y especialmente el Partido Colorado. (Obviamente, creemos que esta hipótesis es harto razonable).

“extrema izquierda”, “izquierda”, etc. Los rótulos “izquierda”, “centro” y “derecha” carecen, por lo tanto de cualquier significado semántico y sólo se usan con intención pragmática. Obviamente, esta es una fuerte debilidad del sistema de encuestas, que no han advertido hasta el momento los analistas que utilizan abundantemente la información de encuestas en estos temas como si tuviera significado sustantivo. El punto puede verse con detalle en HINICH, M. y MUNGER, M. (1997): “Ideology and the Theory of Political Choice”, The University of Michigan Press, 1994.

Si es así, entonces, decir que en octubre del 2004 “ganó la izquierda” o (a) es un esquema demasiado grueso o (b) es un error de análisis importante. En rigor, el EP/FA, un agrupamiento con origen en la izquierda clásica, ganó las elecciones reuniendo a la tradicional oposición de izquierda un segmento de electores cuantitativamente muy importante, ubicados más bien en el centro y especialmente orientados a la gestión. El corolario es muy obvio: desde el primer día el nuevo gobierno, si aspiraba a legitimarse y a volver a tener una opción electoral en el 2009, tendría que atender a aquella proporción del electorado centralmente preocupado por la gestión –los resultados-, eminentemente más pragmático que los “viejos creyentes” que habían construido el FA en el pasado y que se orientaban más bien por posiciones ideológicas. De esta forma, desde el primer día, el gobierno del FA experimentaría como uno de sus principales problemas técnicos el conflicto entre su militancia –la “orgánica”, la estructura-, sus simpatizantes y aquellos votantes muy necesarios que no “compraban” ni socialismo ni militancia, y se orientaban más directamente por los resultados de gestión. Sería responsabilidad de los “nuevos creyentes” articular y mantener unidos a los tres segmentos. (Para exagerar las cosas: ese sería el principal problema técnico del gobierno tanto para gobernar como para poder ser una opción nuevamente viable en el 2009).

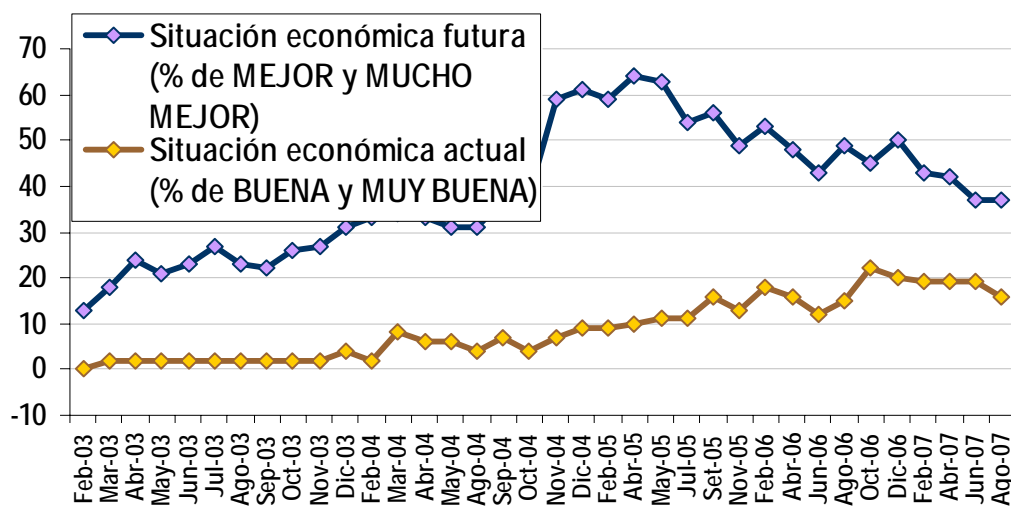
Cuadro 2: Tipos de votantes del FA en octubre del 2004

Tipos de votantes	% votantes 2004	Autoidentificación ideológica (1)
“Creyentes”	51	1,9
“Nuevos creyentes”	17	2.1
“Hartos”	30	2.3
Otros	2	2.4
TOTAL	100	2.1
(1) Escala 1 = Izquierda, 5 = Derecha		
Fuente: Equipos MORI, Encuesta Nacional de Hogares, Octubre 2004		

III. EN MEDIO DEL CAMINO DE LA VIDA (2007)

La llegada de FA al gobierno implicó un cambio relevante en las variables de opinión pública que refieren al “clima de confianza”. Al percibir la inmediatez de un cambio político, los simpatizantes frentistas y aquellos que sin serlo manifestaban un fuerte descontento con la gestión del gobierno anterior, comenzaron a experimentar un aumento acelerado de su optimismo, especialmente en lo que refería a las expectativas sobre el futuro del país. La Figura 1, en base a dos indicadores regulares de la Encuesta Nacional de Hogares de Equipos MORI, muestra con claridad el crecimiento aceleradísimo que desde septiembre del 2004 a marzo del 2005 experimentaron las perspectivas optimistas sobre la economía del país, aún cuando fueran mucho más modestas las mejoras efectivamente experimentadas en la vida cotidiana.

Figura 1: Percepciones sobre la situación económica actual y futura

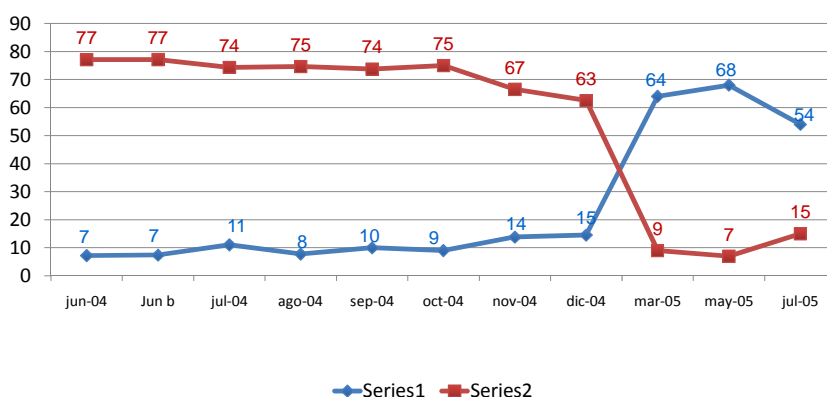


De la misma forma, en pocos meses, el “mood” de los uruguayos cambio radicalmente en su forma de ver la gestión del Presidente de la República. Utilizando nuevamente la Encuesta Nacional de Hogares de Equipos MORI, la Figura 2 presenta la evolución de las series de evaluación de gestión del Presidente en los últimos meses del gobierno de Batlle y en los primeros meses del gobierno de Vázquez. Las gráficas eximen cualquier comentario: el Uruguay de principios del 2005 “rebotaba de optimismo” y una proporción atendible de los electores que habían elegido partidos de oposición veían positivamente las primeras manifestaciones de la gestión Vázquez¹⁰.

Figura 2: Aprobación de gestión últimos meses Batlle, primeros meses Vázquez

¹⁰ Una hipótesis interesante a evaluar refiere a la excelente capacidad de Vázquez y del Frente de manejar los “efectos de contraste” que han sido abundantemente estudiados en psicología social. En síntesis, en la medida en que el público de oposición advierte que “no es tan fiero el león como lo pintan”, lo que antes de la elección se experimentaban como temores pasan a convertirse en juicios positivos. Ya había ocurrido algo similar en los primeros meses de Intendencia del Dr. Vázquez.

EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL PRESIDENTE % “aprueba” y “desaprueba”



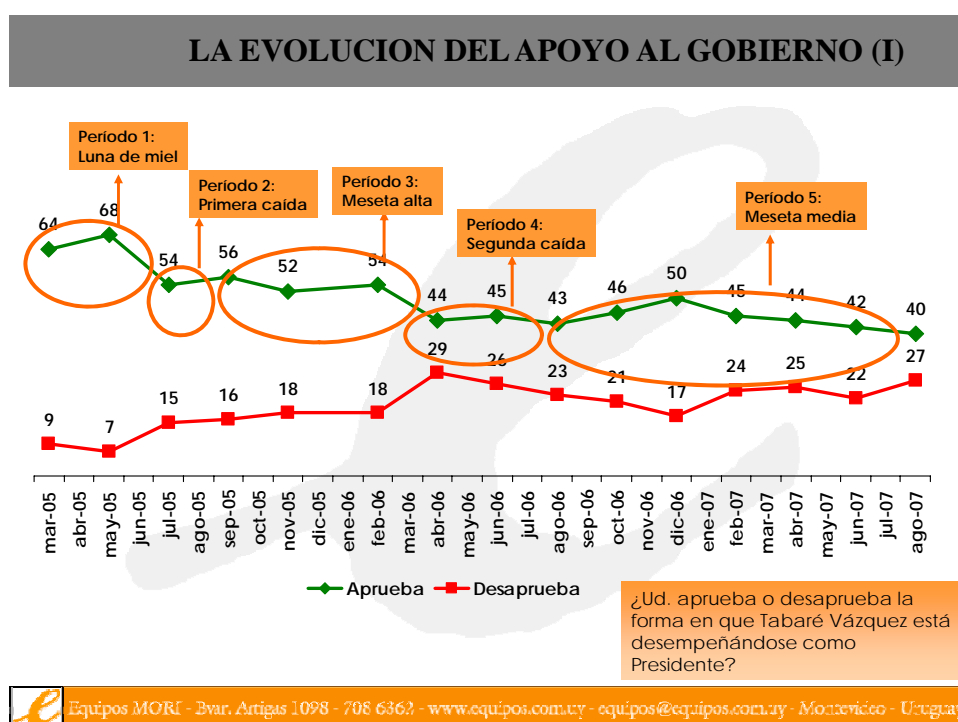
¿Ud. aprueba o desaprueba la forma en que Tabaré Vázquez está desempeñándose como Presidente?

2

Pero las cosas no se mantendrían así. Como se observa en la Figura 1, aunque la mejora en la situación económica fue lentamente reconocida por el público, la euforia de optimismo por el futuro del país comenzó a atenuarse mucho más rápidamente. Y en la Figura 3, tomada de un trabajo presentado de Zuasnábar y Rovner¹¹ con información de la Encuesta Nacional de Hogares de Equipos MORI, se puede observar claramente que la evolución de la popularidad del Presidente encontraría dificultades para mantenerse a lo largo de los primeros años de gestión. Apenas tres meses después de iniciado el gobierno, luego de una corta luna de miel, la

¹¹ ROVNER y ZUASNABAR (2007): “Aprobación de la gestión presidencial en Uruguay: dimensiones de aprobación y rol de liderazgo”, ponencia presentada en el Primer Congreso Latinoamericano de Opinión Pública, Colonia del Sacramento, abril 2007 (www.waporcolonia.com)

Figura 3: Evolución de la aprobación a Tabaré Vázquez (marzo 2005-agosto 2007)



popularidad de la gestión de Vázquez experimentaría dos caídas relevantes: la primera (14 puntos) vinculada con el anuncio de las medidas de excarcelación de presos comunes, a mediados del año 2005, y la segunda (10 puntos), luego del “abrazo del oso” que experimentara con el Presidente Kirchner en Santiago de Chile, cuando ya se había desatado abiertamente la crisis con el gobierno argentino por la cuestión del bloqueo de los puentes. De hecho, el Presidente recién recuperaría sus niveles anteriores de popularidad cuando, ya consolidados los mejores resultados de las políticas económicas y sociales de su gobierno y confirmada su posición firme frente a la actitud del gobierno argentino, los “viejos creyentes” frenteamplistas y una parte atendible de la oposición advirtieran que efectivamente no competiría por una eventual reelección. De forma tal que, a mediados del 2007, en medio del camino de la vida, la intención de voto manifiesta por el FA se encontraba bastante por debajo del porcentaje necesario para asegurarse una cómoda reelección. De hecho, como muestra el Cuadro 3, el electorado mostraba bastante variedad en términos de apoyo al gobierno, y en los hechos, más allá de la derecha, aparecía una proporción apreciable de oposición en el “centro”, una minoría no despreciable de oposición en la “izquierda” y niveles atendibles desafección –“ni...ni”- en el “centro” y la “derecha”. El Cuadro 4 muestra que la pérdida de apoyo en el “centro” y la “derecha” era importante, y que daba inclusive entre votantes del FA. Cualquiera puede entender que, en este contexto, sectores importantes del gobierno comenzaran a preocuparse por la suerte futura del FA: ¿volvería a ganar en el 2009?, ¿cuál debería ser la propuesta para poder lograrlo? Y de la misma manera, en los principales sectores de la oposición aparecen preguntas simétricas: ¿es posible derrotar al FA en el 2009?, ¿cuál debería ser la propuesta?, y, sobre todo: ¿quién puede liderar a la oposición para llevarla adelante?

Cuadro 3: Distribución del electorado según autoidentificación ideológica y apoyo a la gestión del gobierno (agosto 2007)

UNA SEGMENTACION DEL ELECTORADO

Electorado según Autoidentificación Ideológica y Apoyo al Gobierno (agosto 2007)

	Izquierda	Centro	Derecha	Resto	Total
Aprueba	19.0	10.9	4.5	6	40.0
Ni aprueba ni desaprueba	5.4	10.4	7.7	5	28.4
Desaprueba	2.0	9.7	11.7	4	27.1
Ns/Nc	0.61	1.0	1.0	2	4.5
Total	27.0	32.3	24.9	15.8	100



Cuadro 4: Evolución del apoyo al gobierno en diferentes segmentos del electorado

EL ALEJAMIENTO DEL CENTRO

Evolución del Apoyo al Gobierno según Autoidentificación Ideológica y Voto 2004 (Mar-Jun 2004 = 100, abril-junio 2007 = x)			
	Izquierda	Centro	Derecha
Voto FA	86,7	64,5	48,9
No Voto FA	82,5	47,0	32,0
TOTAL	90,9	49,7	48,4



IV. EL TABLERO

Con este marco, a comienzo del 2008, comienzan a moverse las piezas en el tablero con vistas a la definición de las internas de los partidos y a la posterior contienda electoral. En el FA, el gobierno se encuentra en un nivel relativamente bajo de apoyo y, sobre todo, parece haber algún grado de malestar más o menos militante entre una parte de los “viejos creyentes”, progresivamente distantes de las propuestas visualizadas como propias del binomio Vázquez – Astori. En el Partido Nacional, el ex – Presidente Luis A. Lacalle, siendo todavía minoría en su partido, se propone muy visiblemente competir por la candidatura presidencial y en el Partido Colorado se combinan dos factores que contribuyen a facilitar una propuesta: por una parte, un “diagnóstico” que explica los resultados del 2004 por la fuga de votos colorados descontentos con el liderazgo histórico de su partido, y, por otra, la aparición de un nuevo líder deseoso de articular una propuesta propia que partiera de la consolidación del Partido Colorado como primer base operativa.

En una rápida aproximación, los Cuadros 5 a 9, elaborados en base a una acumulación de datos de la Encuesta Nacional de Hogares de Equipos MORI, presentan una caracterización del electorado uruguayo a mediados del año 2008. Categorizando ahora la “autoidentificación ideológica” en cinco categorías, el Cuadro 5 muestra claramente que el “centro” es la categoría modal, que si se agrupan el “centro” junto con “centro izquierda” y “centro derecha” una clara mayoría del total del electorado se alinea en alguna de las modalidades del “centro”, que “izquierda” y “derecha” son categorías francamente minoritarias y que si se suman “izquierda y centro izquierda”, por una parte, y “derecha” y “centro derecha” por otra las primeras suman un poco más que las segunda. En cualquier caso, el “centro” puro sigue siendo un segmento estratégico desde el punto de vista electoral, y, en general, la mayoría del “centro” puro no llega a ser francamente opositor. En rigor, la oposición estricta –que desapruera la gestión del gobierno- es una minoría. Una mayoría relativa bastante clara la aprueba.

Los Cuadros 6, 7 y 8, a su vez, sugieren que los tres partidos principales están claramente alineados en torno a los dos principales ejes de segmentación. En el FA (Cuadro 6) prevalecen con claridad lo que aprueban, y se distribuyen en forma normal entre las tres categorías relativamente más a la izquierda del eje ideológico: “izquierda”, “centro izquierda” y “centro”, siendo relativamente menores los electores que se resisten a clasificarse. Los simpatizantes del Partido Nacional (Cuadro 7) se ubican especialmente entre el “centro” y el “centro derecha”, y aunque la mayoría relativa desapruera la gestión del gobierno, no son pocos en ningún caso los “ni...ni” ni los que la aprueban. Los simpatizantes del Partido Colorado (Cuadro 8) se ubican relativamente más cerca de las posiciones de “centro derecha” y “derecha” y tienen una distribución similar a la de los simpatizantes del Partido Nacional en términos de apoyo al gobierno. Los indecisos (Cuadro 9), finalmente, se ubican en el “centro” o se resisten a identificarse en términos de izquierda y derecha y muchos de ellos tienden a manifestar una posición de apoyo al gobierno.

A partir de allí es relativamente fácil caracterizar el “campo de batalla” (Cuadro 10) en el que se debiera plantear la campaña electoral, al menos en el caso de los dos partidos que se planteen ganarla en primera o segunda vuelta. Para el FA, el problema estratégico para el FA es volver ganar el “centro” y tomar algunos votantes de los indecisos y de los partidos

históricos que aún estando lejos de la “izquierda” aprueban la gestión del gobierno. Para el PN el problema estratégico es tratar de ganar el “centro”, evitando que el Partido Colorado le erosione excesivamente por el lado de “centro derecha” y “derecha”. Para el Partido Colorado, el problema estratégico es afirmar su posición entre los votantes de “centro derecha” y “derecha” y tratar de mejorar su posición en el “centro”. Para el FA, además, parece claro que la defensa de su gestión es un argumento atractivo para una porción atendible de votantes lejanos a la “izquierda”, y para los partidos históricos resulta obvio que el “mercado” de la oposición dura es minoritario y que los partidos de oposición tienen una proporción atendible de votantes que simpatizan con las políticas del gobierno. Para todos, digámoslo francamente, el problema era razonablemente sencillo.

Cuadro 5: Distribución del electorado total según autoidentificación ideológica y aprobación de la gestión de gobierno (segundo semestre 2008)

EL ELECTORADO HOY

ELECTORADO ABRIL / AGOSTO 2008		Auto identificación Ideológica						Total
		Izquierda	Centro Izquierda	Centro	Centro Derecha	Derecha	Ns / Nc	
Aprobación de la gestión del Presidente	Aprueba	6	13	9	3	1	11	45
	Ni aprueba ni desaprueba	1	2	9	5	2	5	24
	Desaprueba	1	1	6	6	3	6	23
	Ns / Nc	1	1	2	1	0	4	9
	Total	8	18	26	15	6	27	100

Cuadro 6: Distribución del electorado frentista según autoidentificación ideológica y aprobación de la gestión de gobierno (segundo semestre 2008)

LOS FRENTISTAS

VOTANTES FRENTISTAS		Auto identificación Ideológica						
		Izquierda	Centro Izquierda	Centro	Centro Derecha	Derecha	Ns / Nc	Total
Aprobación de la gestión del Presidente	Aprueba	16	30	12	1	1	19	78
	Ni aprueba ni desaprueba	1	4	3	0	0	3	11
	Desaprueba	1	1	1	0	0	0	3
	Ns / Nc	1	2	1	0	0	4	9
	Total	18	37	16	2	1	26	100

Cuadro 7: Distribución del electorado del Partido Nacional según autoidentificación ideológica y aprobación de la gestión de gobierno (segundo semestre 2008)

LOS BLANCOS

VOTANTES PARTIDO NACIONAL		Auto identificación Ideológica						Total
		Izquierda	Centro Izquierda	Centro	Centro Derecha	Derecha	Ns / Nc	
Aprobación de la gestión del Presidente	Aprueba	0	2	6	6	2	5	20
	Ni aprueba ni desaprueba	0	1	13	10	2	5	32
	Desaprueba	1	1	11	13	5	10	41
	Ns / Nc	0	0	2	2	0	3	7
	Total	1	4	32	30	10	24	100

Cuadro 8: Distribución del electorado del Partido Colorado según autoidentificación ideológica y aprobación de la gestión de gobierno (segundo semestre 2008)

LOS COLORADOS

VOTANTES PARTIDO COLORADO		Auto identificación Ideológica						
		Izquierda	Centro Izquierda	Centro	Centro Derecha	Derecha	Ns / Nc	Total
Aprobación de la gestión del Presidente	Aprueba	0	3	5	7	1	5	21
	Ni aprueba ni desaprueba	0	1	7	11	5	6	31
	Desaprueba	0	0	7	15	9	10	42
	Ns / Nc	0	0	1	1	2	1	5
	Total	1	4	21	34	18	23	100



Cuadro 9: Distribución del electorado total según autoidentificación ideológica y aprobación de la gestión de gobierno (segundo semestre 2008)

LOS INDECISOS

		Auto identificación Ideológica						Total
		Izquierda	Centro Izquierda	Centro	Centro Derecha	Derecha	Ns / Nc	
Aprobación de la gestión del Presidente	Aprueba	1	5	12	2	1	11	33
	Ni aprueba ni desaprueba	0	3	15	3	2	11	34
	Desaprueba	0	1	7	2	2	8	20
	Ns / Nc	0	2	3	1	1	6	13
	Total	2	11	38	9	5	36	100

Cuadro 10: El campo de batalla a mediados del 2008

EL CAMPO DE BATALLA

		Auto identificación Ideológica						
		Izquierda	Centro Izquierda	Centro	Centro Derecha	Derecha	Ns / Nc	Total
Aprobación de la gestión del Presidente	Aprueba							
	Ni aprueba ni desaprueba							
	Desaprueba							
	Ns / Nc							
	Total							

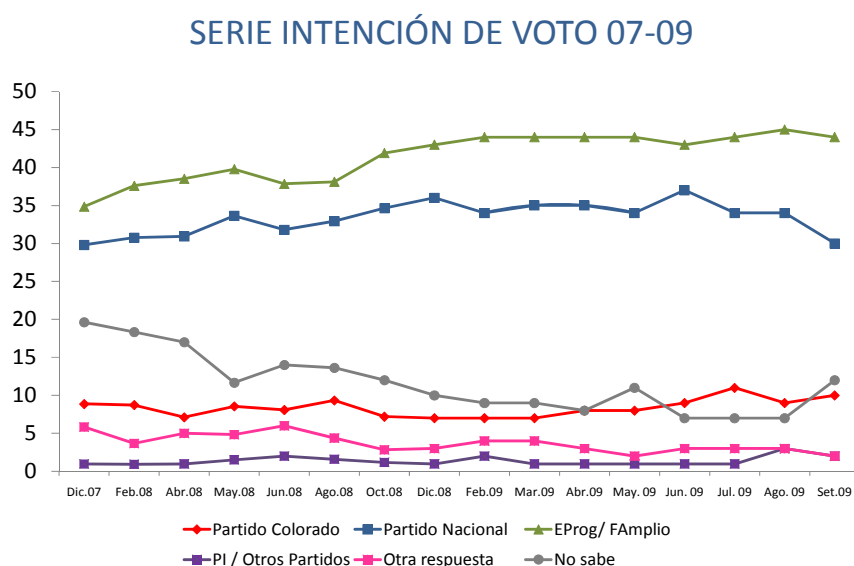
 Equipos MORI - Bvar. Artigas 1098 - 708 6362 - www.equipos.com.uy - equipos@equipos.com.uy - Montevideo - Uruguay

V. VIVIENDO PELIGROSAMENTE

Volvamos aquí al objetivo central de este artículo, centrado en el análisis de la campaña del Frente Amplio. Pues bien, siendo este el tablero del campo de batalla, y en un contexto en el cual crecía el apoyo al gobierno y se comenzaban a hacer visibles los mejores resultados de su gestión, el Frente Amplio a fines del 2008 definió una estrategia de campaña extremadamente riesgosa: en un Congreso dominado por militantes que en su mayoría se reclutaban entre los “viejos creyentes”, desautorizó visiblemente las sugerencias bastante claras del Presidente Vázquez, y realizó una propuesta que combinaba cuatro elementos bastante distantes de lo imaginado o esperado por aquellos electores necesarios para ganar con holgura las elecciones del 2009: (a) una candidatura oficial, (b) la autorización de otras candidaturas que implicaba una clara postergación de la figura del Ministro de Economía, (c) un programa que se alejaba en buena medida de las políticas vigentes durante el gobierno de Vázquez¹², y (d) una alianza entre simpatizantes de José Mujica y el Partido Comunista que se hacía muy visible como grupo hegemónico en la “orgánica” frentista. Los riesgos tomados no impidieron una victoria en las elecciones presidenciales. Pero por cierto la comprometieron.

¹² “Se alejaba” alcanza para describir lo central. Si iba “más acá” o “más allá”, “profundizando” o “retrogradando” el programa frentista es más bien un tema de opinión política.

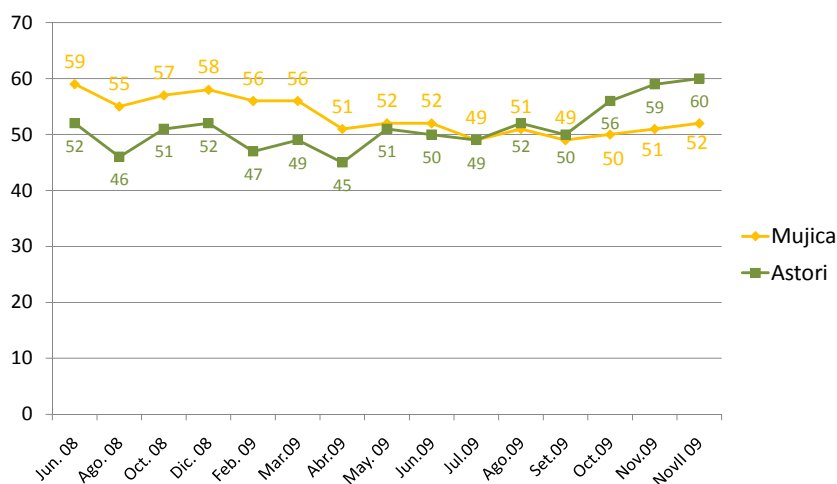
Figura 4: Intención de voto Diciembre 2007 – Setiembre 2009



Como puede observarse en la Figura 4, luego de un período de crecimiento relativamente sistemático de la intención de voto por el FA entre diciembre del 2007 y diciembre del 2008, la serie se aplanó desde el Congreso en adelante, descendiendo relativamente en junio –antes de la elección interna-. Sólo volvería a crecer después de la interna, como resultado de tres grandes grupos de factores: (a) algunos “internos” al FA, como la aceptación de Danilo Astori como vicepresidente de José Mujica y la gestión de comunicación de la campaña del FA, (b) algunos totalmente “externos”, como la mala la campaña del Partido Nacional y (c) algunos propiamente de contexto, como la progresiva satisfacción del electorado con la gestión del gobierno y el desempeño de la economía.

Con la intención de voto por el FA estancada y con su propia imagen personal cayendo, Mujica ganó la interna frentista y al día siguiente se convirtió en el candidato más “desamparado” de la carrera presidencial: nadie como él necesitaba imperiosamente a su derrotado, que luego de haber sido fuertemente postergado en diciembre del 2008 pasa a ser un personaje central de la campaña en julio. A lo largo de la campaña, como muestra la Figura 5, la imagen de Mujica continúa cayendo, mientras la imagen de Astori mejora progresivamente. En su conjunto, la idea de “la fórmula” logra imponerse progresivamente y atenúa en buena medida algunas de las debilidades del Congreso de diciembre.

Figura 5: Evolución de la popularidad de Mujica y Astori



Pero no fue “la fórmula” el único elemento que atenuó los riesgos asumidos. El fuerte compromiso de Astori con la campaña protegió en forma notoria muchas visibles del candidato. El programa del congreso fue progresivamente ajustado o dejado de lado, y en ocasiones el propio candidato llegó a afirmar que “ni por asomo” estaba dispuesto a implementar algunos de sus lineamientos¹³. Y ciertamente el candidato hizo un esfuerzo formidable por anular los rasgos más resistidos de su personalidad y adaptarse a los requerimientos técnicos de una estrategia de campaña particularmente influida por los requerimientos técnicos de la publicidad, que habiendo partido de Mujica como candidato como problema central de la campaña fue sustituyéndolo luego por “la fórmula” hasta hacer a todo el Frente el protagonista central. (Tuvo éxito: si la propuesta era la del Congreso, el Frente perdía).

Más allá de los aspectos “internos” al FA, en la dilucidación de la campaña operaron también aspectos externos y de contexto. Como decisivo factor de contexto, el comportamiento de la economía no pudo ser más auspicioso -se controló la inflación, aumentaron los ingresos, disminuyó el desempleo y se evitó el ingreso en un período de recesión-, y como muestran con claridad todos los indicadores de opinión pública y confianza económica, el público reconoció cabalmente esas mejoras, mejorando la confianza del consumidor, la percepción de mejoras en la economía personal, la percepción de futuro del país, la confianza en la moneda y la confianza en la plaza financiera, hasta llevar la confianza del consumidor a los niveles más altos de toda la región. Como correlato de todo esto, la evaluación de la gestión del Presidente

¹³ Específicamente, en declaraciones a CNN, Mujica aseguró que “ni por asomo” pensaba convocar a una Asamblea General Constituyente, pese a que la periodista le mencionara específicamente que esa decisión había sido tomada por el Congreso.

volvió a niveles propios de los primeros meses y cercanos a la “luna de miel” inicial. La Figura 6 presenta algunos indicadores de confianza económica elaborado en el marco del Programa de Opinión Pública y Confianza Económica que Equipos desarrolla en forma conjunta con la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica, y en todos los casos puede observarse el excepcional ciclo ascendente desde fines del 2008 hasta el momento electoral¹⁴.

Pero, además, operaron también factores no previstos y posiblemente difíciles de prever para todos los que habían seguido de cerca la evolución de las campañas internas de los partidos: una vez finalizada de la forma más auspiciosa la campaña interna del Partido Nacional, la fórmula Lacalle-Larrañaga comenzó a perder pie en forma acelerada, deteriorando su posición en segmentos estratégicos del mercado: en aquellos de “derecha” y “centro derecha” en que los era esperable que compitiera con el Partido Colorado, pero además en posiciones del “centro” en que parecía poco probable una buena votación del Partido Colorado y en aquellos otros segmentos a la “izquierda” que continuaban reconociendo la calidad de la gestión del gobierno.

De esta forma, habiéndose cortado el ciclo de acumulación de largo plazo, votando por debajo de lo que lo había hecho en el año 2004, alcanzando “por la nariz” la mayoría parlamentaria y fracasando en sus intentos de obtener la aprobación de los plebiscitos referidos a la derogación de la Ley de Caducidad, el Frente Amplio obtuvo la mayoría relativa en primera vuelta y se aprestó a obtener la Presidencia en la segunda. Probablemente, ya era una batalla ganada al día siguiente de reconocida la mayoría parlamentaria, pero la campaña de segunda vuelta no hizo más que agregar méritos a la propuesta frenteamplista y quitárselos a la candidatura de la oposición. Jugando con fuego, pero conjurando a tiempo sus movimientos de más riesgos, el FA obtuvo su segundo período de gobierno.

VI. UN FUTURO CON INCOGNITAS

La campaña terminó en un clima optimista, donde diferentes observadores subrayaron varias características extremadamente valiosas de la cultura política y el sistema institucional uruguayo. Más allá del reconocimiento de las dificultades técnicas de cualquier coalición de gobierno, triunfadores y derrotados subrayaron su disposición a encontrar mecanismos de cooperación que aseguraran algunas coincidencias en algunas cuestiones estratégicas y posibilidades de control a los partidos de oposición. El nuevo gobierno continuó afirmando con énfasis la continuidad con la gestión del gobierno anterior especialmente en materia de políticas macroeconómicas y prioridades sociales y la oposición anunció que sin perjuicio de sus diferencias internas iba a evitar discusiones destructivas sobre las responsabilidades de la derrota.

Quedan, sin embargo, dos grandes temas pendientes sobre los cuales sólo se puede advertir, aún cuando sea muy apresurado hipotetizar sobre cómo evolucionarán. El primero refiere a las relaciones entre los diferentes sectores del FA y al grado en que los “viejos creyentes”

¹⁴ Conviene advertir, en cualquier caso, que en estas series puede haber algún efecto espúreo explicado porque el propio ciclo electoral tiende a tener efectos que coadyuvan a una evolución positiva de la confianza en la economía

atenderán a las preocupaciones de los votantes del centro, orientados a la gestión, que por segunda vez han otorgado una oportunidad al gobierno del FA: los “viejos creyentes” tienen un peso en la interna frentista que excede a su peso en el Parlamento y sobre todo en el conjunto del electorado. De cómo se resuelva esta cuestión depende en buena medida la posibilidad de un tercer gobierno frentista –facilitada por la alta popularidad con que se retira el Presidente Vázquez, por la buena evaluación general de su gobierno y por la disponibilidad de una buena porción de candidatos potenciales con capacidad de competir en las elecciones del 2014-.

Pero el segundo tema, relativo al sistema de partidos, también afecta las posibilidades de un tercer período frentista. Al finalizar las elecciones del año 2004 podía imaginarse que el Uruguay había regresado a un sistema bipartidista fuertemente inclusivo, en el que los dos partidos mayoritarios podrían llegar a reunir a casi el 90 % del electorado, y donde no existieran posibilidades reales de competencia por el liderazgo de la oposición. Al finalizar las elecciones del 2009, en cambio, parece claro que de no existir algún tipo de coalición o coincidencia entre los partidos históricos, estos competirán entre ellos por el liderazgo de la oposición. Como resulta obvio, una situación de este tipo puede llevar a que muchos votantes del partido derrotado puedan terminar votando al tercero excluido –en este caso, el gobierno-, contribuyendo de este modo a un tercer triunfo del Frente Amplio y a un debilitamiento agregado de la oposición. Algo parecido puede desde ya observarse en algunas de las próximas elecciones departamentales. En un momento en el que varios países de América Latina – Argentina, Colombia, Bolivia, Venezuela, Ecuador, etc.- experimentan como problema la fragmentación de la oposición y las dificultades de articulación de una oposición a largo plazo, el problema no debiera ser descuidado.