

Las elecciones brasileñas del 2008: una lectura desde la Internet

Murilo Kuschick*

Este artículo incluye un análisis de las elecciones municipales que se realizaron en Brasil en 2008, las cuales se consideraron un preámbulo de la elección presidencial de 2010. Se caracteriza a la democracia brasileña a partir de dos elementos: por un lado, el modelo de competencia y las reglas con las que los partidos y sus candidatos participan del proceso, donde el apoyo económico a las campañas políticas es mínimo; por otro lado, el uso gratuito de los medios de comunicación —la televisión y la radio—, que entre los meses de agosto y septiembre del año electoral ofrecieron espacios para la promoción de los partidos y sus candidatos. Asimismo, se analiza el empleo de estos espacios y se ejemplifica el tipo de programas con los que los partidos procuraron influir en la decisión de los electores, ya que en Brasil no realizan *spots* de campaña, sino que el acceso a los medios se hace mediante programas que elaboran los propios partidos. Esto permite ver las diferentes maneras con que se usa el mecanismo comunicativo destinado a persuadir a los electores.

Palabras clave: Brasil, elecciones, marketing político, Internet.

Introducción

En Brasil, que por su tamaño podría considerarse la mayor democracia de América Latina,¹ el 5 de octubre de 2008 se llevó a cabo la primera vuelta electoral en los 5 260 municipios del país. El 26 de

* Profesor-investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Correo electrónico: <markjankus@yahoo.com>.

¹ Brasil está dividido en 27 estados y un Distrito Federal. La Cámara de Diputados posee 513 miembros, electos por los principios de mayoría y de representación proporcional. La Cámara de Senadores tiene 81 integrantes, electos por el principio de mayoría.

MURILO KUSCHICK

octubre se realizó una segunda vuelta² en aquellos municipios donde ninguno de los candidatos obtuvo más de 50% de los votos. Al mismo tiempo se eligió una enorme cantidad de *vereadores*, cargo similar a los regidores de los municipios mexicanos.

En esa nación sudamericana los representantes locales se eligen a partir del principio de representación proporcional; sin embargo, también pueden ser electos por el principio de mayoría cuando ningún candidato obtenga el cociente electoral, que se calcula de la siguiente manera: al número total de votos se le descuentan los votos nulos y en blanco y la cantidad que resulta se divide entre la cantidad de curules que se ocuparán; el cociente que resulta de esa división indica el número de votos que debe obtener cada candidato para ocupar una curul en cada una de las cámaras en disputa: diputados, senadores y *vereadores*). Según la legislación electoral brasileña, cada partido podrá registrar candidatos para la Cámara de Diputados, Cámara de Senadores, asambleas legislativas estatales y cámaras municipales, hasta 150% de los lugares a ocupar.³

En ese país existe la reelección para todos los puestos de elección popular. En una sola fecha se realizan las elecciones para presidente, gobernadores, senadores y diputados federales, y en forma intermedia se llevan a cabo los comicios para presidentes municipales y los representantes a las cámaras locales, que fue el caso de 2008.

En las grandes ciudades —como es São Paulo, la mayor ciudad del país, cuya Cámara Municipal tiene 55 representantes— debido al gran número de partidos políticos que hay en el país se genera una extensa lista de candidatos para el puesto de *vereador*. Según la ley de partidos, estas organizaciones pueden mantener su registro si logran por lo menos 0.5% de la votación en la última elección para la Cámara de Diputados.

De esa manera, en Brasil hay una notable cantidad de partidos políticos (Baquero, 1990; Lamonier, 1989; Silveira, 1998), que de acuerdo con la legislación del país tienen derecho a financiamiento público a partir del establecimiento del Fondo Especial de Asistencia Financiera Partidos Políticos. Éste se compone por multas aplicadas a los partidos

² La información básica sobre la jornada electoral del 26 de octubre se puede consultar en: <www.1.folha.uol.com.br/folha/especial/2008/eleicoes/duvidas_frequentes.shtml>.

³ La ley electoral brasileña se puede consultar en: <<http://pdba.georgetown.edu/Electoral/Brasil/bralei.html>>.

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

en los procesos electorales, recursos financieros que le son destinados por la ley, donaciones de personas físicas o morales hechas directamente del fondo y los presupuestos aportados por el gobierno federal, cuyo valor nunca será inferior a la cantidad de electores inscritos en el año anterior, multiplicados por 35 centavos de real (moneda brasileña, 1 dólar equivale a 1.85 reales). De esa cantidad, 1% se reparte de manera equitativa entre los partidos y 99% se distribuye en función de los resultados obtenidos en la última elección para la Cámara de Diputados. Tales recursos deben ser utilizados para la manutención de los partidos y para el financiamiento de las campañas políticas, como indica la Ley de los partidos número 9096, del 19 de septiembre de 1995.

La ley electoral dispone el acceso gratuito a la radio y a la televisión desde 45 días antes de la elección hasta la antevíspera de la jornada electoral. La propaganda se realizará, en el caso de las elecciones presidenciales, los días martes, jueves y sábados; en la radio, en horario de 7:00 a 7:25 y de 12:00 a 12:25; por la televisión, de 13:00 a las 13:30 y de 20:00 a 20:25. En el caso de las elecciones municipales, la Ley Electoral brasileña del 30 de septiembre de 1997 señala que la propaganda para los candidatos a presidentes municipales se divulgará los lunes, miércoles y viernes; los martes, jueves y sábados un tercio del tiempo se distribuye de manera igualitaria y los dos tercios restantes en proporción al número de representantes que tiene cada partido en la Cámara de Diputados al inicio de la legislatura que está en curso.

Con sustento en las dos leyes citadas se llevaron a cabo las elecciones municipales del 5 de octubre de 2008, en las cuales se empleó la urna electrónica.

Como se puede ver en el cuadro 1, Brasil tiene 28 partidos políticos (Mainwaring, 1993); empero, no todos ellos cuentan con representación en la Cámara de Diputados. El que tiene mayor representación es el PMDB, partido que fue creado en la etapa de la dictadura; le sigue el PT y después está el DEM, partido de la derecha que es sucesor de la Alianza Renovadora Nacional, mejor conocida por su acrónimo Arena, organización política creada por la dictadura militar, que después se convirtió en Partido Demócrata Social y luego se transformaría en Partido del Frente Liberal.

Uno de los objetivos de este artículo es hacer un recuento del proceso electoral brasileño de 2008, sus resultados, sus principales protagonistas y la forma en que los medios –principalmente a partir de las

MURILO KUSCHICK

CUADRO 1. PARTIDOS POLÍTICOS BRASILEÑOS REGISTRADOS.
 NÚMERO DE DIPUTADOS, SENADORES Y GOBERNADORES, 2007

Nombre del partido	Siglas	Año de fundación	Diputados	Senadores	Gobernadores
Partido do Movimento Democrático Brasileiro	PMDB	1979	93	20	7
Partido Trabalhista Brasileiro	PTB	1945	21		
Partido Democrático Trabalhista	PDT	1980	22	5	2
Partido dos Trabalhadores	PT	1980	81	12	5
Democratas	DEM	1985	59	14	1
Partido Comunista do Brasil	PC do B	1962	13	1	0
Partido Socialista Brasileiro	PSB	1947	30	2	3
Partido da Social Democracia Brasileira	PSDB	1988	58	13	6
Partido Trabalhista Cristão	PTC	1985	1	0	0
Partido Social Cristão	PSC	1985	12	0	0
Partido da Mobilização Nacional	PMN	1984	5	0	0
Partido Republicano Progressista	PRP	1945	0	0	0
Partido Popular Socialista	PPS	1992	13	0	2
Partido Verde	PV	1986	14	0	0
Partido Trabalhista do Brasil	PT do B	1989	1	0	0
Partido Progressista	PP	1995	40	1	1
Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado	PSTU	1994	0	0	0
Partido Comunista Brasileiro	PCB	1922, 1992	0	0	0
Partido Renovador Trabalhista Brasileiro	PRTB	1994	1	0	0
Partido Humanista da Solidariedade	PHS	1996	2	0	0
Partido Social Democrata Cristão	PSDC	1995	0	0	0
Partido da Causa Operária	PCO	1991	0	0	0
Partido Trabalhista Nacional	PTN	1945	0	0	0
Partido dos Aposentados da Nação	PAN	1998	0	0	0
Partido Social Liberal	PSL	1998	0	0	0
Partido Republicano Brasileiro	PRB	2003	3	2	0
Partido Socialismo e Liberdade	PSOL	2004	3	1	0
Partido da República	PR	2006	42	4	0

páginas de Internet tanto de los partidos y los candidatos como de los principales medios de comunicación periodística (*Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Zero Hora*)— nos permitieron seguir las elecciones como un observador lejano. Asimismo, se revisa hasta qué punto la personalidad y el partido del actual presidente Luiz Inácio *Lula* da Silva intervino en ese proceso, a partir de algunas teorías, como la de Fiorina (1981), que sostiene que cuando los electores se encuentran satisfechos con el gobierno en turno, votan a favor de su partido. Sin embargo, no sólo debe considerarse este tipo de teorías pues, como se verá, el clientelismo ha sido uno de los factores centrales para obtener la victoria en las elecciones brasileñas (Silveira, 1998).

La elección en el municipio de São Paulo

Según el periódico *Folha de São Paulo*⁴ eran 11 los candidatos a la presidencia municipal de esa ciudad, que tiene un área total de 1 523 kilómetros cuadrados y cuya población era de cerca de 11 millones de habitantes (según el censo más reciente, realizado en 2010, su población actual es de 11 244 369 habitantes), con un electorado de ocho millones. El ingreso per cápita es de alrededor de 1 100 dólares mensuales (13 200 pesos mexicanos). El presidente municipal actual es Gilberto Kassab, del DEM. São Paulo es una de las cuatro capitales más importantes del país, junto con Río de Janeiro, Belo Horizonte y Porto Alegre. Sin embargo, dadas las dimensiones del proceso electoral brasileño, según el Tribunal Superior Electoral hay 128 millones de electores, divididos en 5 563 municipios, que implican 376 266 secciones electorales. Esto significa que cada sección electoral tiene 342 electores; por tanto, el caso es similar al mexicano, ya que una sección puede ser dividida entre una urna básica y una contigua.

Como ya se comentó, en el caso de la ciudad de São Paulo se presentaron a la elección 11 candidatos, que representaban a igual número de partidos; empero, sólo tres de ellos tenían posibilidades reales de ganar la elección: Gilberto Kassab, del DEM, presidente municipal del 31 de

⁴ El periódico *Folha de São Paulo*, es el mayor diario brasileño; junto con *O Estado de São Paulo* y *O Globo*, de la misma organización, que tiene el control sobre TV Globo, controlan la prensa brasileña. Estos periódicos representan un punto de vista de la derecha liberal brasileña y no son favorables al presidente Lula ni a su partido, el PT.

MURILO KUSCHICK

marzo del 2006 al 31 de diciembre de 2008; Marta Suplicy, del PT, quien ya había ocupado el cargo con anterioridad, entre 2001 y 2005, y Geraldo Alckmin, del PSDB, quien fue gobernador del estado de São Paulo y se enfrentó a Lula en la elección presidencial de 2004. Otro de los candidatos, Paulo Maluf (PP), desempeñó en dos ocasiones ese cargo (de abril de 1969 a abril de 1971, y de enero de 1993 a enero de 1997). Por tanto, se puede afirmar que en Brasil existe una clase política que continuamente ocupa los más importantes cargos en el país, lo que implica una escasa rotación en los puestos públicos de elección popular.

Se podría decir que en el caso de São Paulo y de la mayoría de las ciudades de Brasil no importa el partido por el cual compiten los distintos candidatos, que suelen cambiar de un partido a otro, con excepción del PT, una de las pocas organizaciones políticas en Brasil que ha mantenido una ideología, un programa político más definido. Es cierto que así ocurre también con otras organizaciones de la izquierda más radical, pero éstas tienen poca importancia en el contexto político nacional.

La ciudad de São Paulo por lo regular ha sido gobernada por la derecha, como ocurrió con Paulo Maluf, o por los políticos populistas, como fue el caso de Janio Quadros, quien ejerció todos los cargos políticos, desde alcalde de la ciudad en dos ocasiones hasta presidente de la República. (Como dato curioso cabe señalar que Quadros renunció a la alcaldía, lo que más tarde posibilitó el golpe de Estado de 1964, que llevó al poder a los militares que gobernaron hasta 1984, cuando fue electo Tancredo Neves, quien murió días antes de asumir el cargo, por lo que el vicepresidente José Sarney ocupó la presidencia).

De ahí que lo que cuenta son los candidatos, su imagen y sus propuestas y promesas. Esto se puede ver en la campaña paulista, que resultó ser una gran disputa entre Gilberto Kassab y la candidata del PT.

Como se puede observar en el cuadro 2, en el caso de São Paulo hubo una gran cantidad de candidatos; sin embargo, sólo tres de ellos: Kassab, Suplicy y Alckmin tenían posibilidades reales de ganar. Una característica de las elecciones brasileñas es que cada partido político fija sus límites máximos de gasto, como se establece en el artículo 18 de la ley electoral (Ley número 9504, del 30 de septiembre de 1997), que señala: “Junto con el pedido de registro de sus candidatos, los partidos y coligaciones comunicarán a la Justicia Electoral los montos máximos de gasto que harán por candidato en cada elección en que participarán”.

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

CUADRO 2. LÍMITE DEL GASTO EN CAMPAÑAS DE LOS CANDIDATOS
 EN LA CIUDAD DE SÃO PAULO, OCTUBRE DE 2008

Candidato	Partido	Límite de gasto (dólares)
Anaí Caproni	Partido da Causa Operária (PCO)	21 621
Ciro Tiziani Moura	Partido Trabalhista Cristão (PTC)	1 621 621
Edmilson Silva Costa	Partido Comunista Brasileiro (PCB)	54 054
Geraldo Alckmin	Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)	13 513 513
Gilberto Kassab	Democratas (DEM)	16 216 216
Iván Valente	Partido Socialismo e Liberdade (PSOL)	270 270
Levy Fidelix	Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB)	1 081 081
Marta Suplicy	Partido dos Trabalhadores (PT)	13 513 513
Paulo Maluf	Partido Progressista (PP)	2 702 702
Renato Reichmann	Partido da Mobilização Nacional (PMN)	540 540
Sonia Francine Gaspar, <i>Soninha</i>	Partido Popular Socialista (PPS)	2 432 432

Fuente: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2008/eleicoes/prefeitos/sp-sao_paulo-23-1.shtml>.

En la campaña electoral, aun cuando todas las organizaciones políticas tienen las mismas posibilidades de competir, el gasto que llevan a cabo en la promoción del voto depende de los recursos económicos de cada partido; de la misma manera, la ley establece en su artículo 47 que 45 días anteriores a la antevíspera de la elección los canales de televisión reservarán un espacio de tres días de la semana, por la mañana y por la tarde, que no exceda los 30 minutos, los cuales serán divididos entre los partidos, como ya se indicó con anterioridad. Esto permite que los partidos realicen programas para radio y para televisión, cuyos formatos son mucho más amplios que los tradicionales *spots* de 30 segundos; algunos candidatos llegan a difundir programas de casi 10 minutos, como fue el caso de Gilberto Kassab, pero también hay quienes ocupan incluso menos del minuto, como ocurrió con la candidata de Causa Obrera, Anaí Caproni.

Ahora bien, ¿los resultados de la elección en el caso de la ciudad de São Paulo y de algunas otras de las importantes capitales brasileñas están influidos por el tiempo que cada partido o candidato ocupa para

MURILO KUSCHICK

realizar su propaganda? No se podría descartar este tipo de influencia, como se observa en el cuadro 3. Sin embargo, como se puede ver por el tiempo de campaña de cada uno de los candidatos, esto no se explica de manera directa como causa y efecto.

De acuerdo con los datos del cuadro 3, los dos candidatos que más tiempo tuvieron en los medios fueron el actual gobernante Gilberto Kassab y la antigua presidenta municipal Marta Suplicy, cada uno de ellos con más de seis minutos de programa en la radio y una cantidad semejante en su programa televisivo. No obstante, Geraldo Alckmin, con menos tiempo en los medios, alcanzó una importante votación. Le siguieron, aunque de lejos, Paulo Maluf y *Soninha*, quien no sólo ha sido *vereadora* (concejal) en São Paulo, sino que además escribe para uno de los periódicos de la ciudad y tiene un *blog* en la red.

A partir de estos datos se puede afirmar que hubo más votación para los candidatos más conocidos, con mayor presencia en medios, como es el caso del actual presidente municipal y Marta Suplicy, por su cercanía con el actual presidente de Brasil, que hasta el inicio de la actual crisis económica gozaba de una gran aceptación, como atestiguaban las encuestas en donde aparecía con más de 68% de popularidad (*Folha de São Paulo*). Por tanto, aun cuando la presencia en los medios y la popularidad no sean las únicas variables que explican el resultado electoral, sí constituyen factores centrales para explicar el comportamiento de los electores.

En el caso de esta elección, en la ciudad de São Paulo hubo 230 717 votos en blanco (3%) y la abstención fue de 15 281 538 electores, lo que representa 15% del padrón. Es importante recordar que en Brasil el voto es obligatorio.

Las encuestas preelectorales situaron a Marta Suplicy en el primer lugar de la disputa electoral prácticamente durante toda la campaña, con una distancia importante de su principal competidor, el *prefeito* (presidente municipal) Gilberto Kassab, quien finalmente resultó vencedor con una diferencia mínima. Entre los que pronosticaban el triunfo de Suplicy estuvo DataFolha, instituto de investigación de opinión pública ligado al periódico *Folha de São Paulo*, el más importante periódico brasileño (gráfica 1), el cual, por cierto, no apoya a Lula ni a su partido, el PT.

Los demás candidatos obtuvieron escasa votación: Paulo Maluf (PP), 6%; *Soninha* (PPS), 4%; Iván Valente (PSOL), 1%. Ciro Moura (PTC), Edmilson Costa (PCB), Reno Reichman (PMN), Anaí Caproni (PCO) y Levy Fidelix (PRTB) alcanzaron menos de 1%.

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

CUADRO 3. VOTACIÓN RECIBIDA EN LA PRIMERA VUELTA ELECTORAL
 EL 5 DE OCTUBRE DE 2008 POR LOS CANDIDATOS A PRESIDENTE
 MUNICIPAL EN SÃO PAULO Y TIEMPO DE PROPAGANDA
 EN RADIO Y TELEVISIÓN

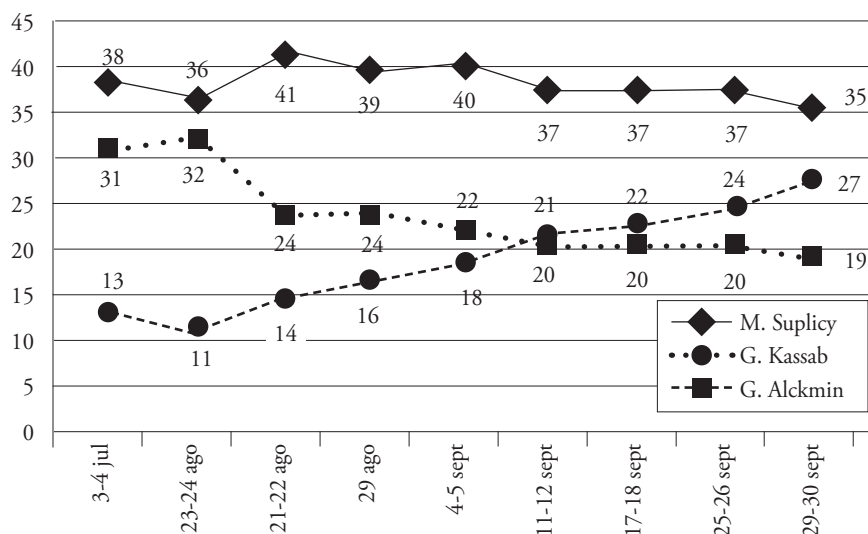
Candidato	Partido	Votos	Porcentaje	Tiempo radio	Tiempo televisión
Gilberto Kassab	DEM	2 140 423	33.6	8 min. 50 seg.	8 min. 50 seg.
Marta Suplicy	PT	2 088 328	32.7	6 min. 37 seg.	6 min. 37 seg.
Geraldo Alckmin	PSDB	1 431 670	22.4	4 min. 15 seg.	4 min.15 seg.
Paulo Maluf	PP	376 734	5.9	2 min. 40 seg.	2 min. 40 seg.
Sonia Francine Gaspar, <i>Soninha</i>	PPS	266 978	4.1	1 min. 55 seg.	1 min. 55 seg.
Iván Valente	PSOL	42 616	0.66	1 min.	1 min.
Renato Reichmann	PMN	7 234	0.11	55 seg.	55 seg.
Levy Fidelix	PRTB	5 518	0.086	55 seg.	55 seg.
Edmilson Silva Costa	PCB	4 300	0.067	55 seg.	55 seg.
Ciro Tiziani Moura	PTC	3 825	0.06	55 seg.	55 seg.
Anaí Caproni	PCO	1 656	0.025	55 seg.	55 seg.

Fuente: <<http://placar.eleicoes.uol.com.br/2008/1turno/sp/?cidade=71072>>.

Pese a que las encuestas mostraban una reñida campaña y al finalizar el primer turno de la elección había una situación casi de empate entre los dos más importantes candidatos, en el segundo turno la situación fue diametralmente opuesta: el presidente municipal en funciones derrotó a su contrincante con poco más de 60% de los votos válidos. El candidato del DEM recibió 3 790 558 votos, mientras que Marta Suplicy logró 2 452 527 (39%), una diferencia notable, pues Kassab, aumentó en más de 60% la cantidad de votos que había obtenido en la primera vuelta, mientras que para la candidata del PT el aumento de sus votos no superó 15%. Ahora bien, si en la primera vuelta ambos candidatos terminaron casi empatados, ¿por qué el candidato de la derecha casi duplicó sus votos en la segunda vuelta? Si bien muchos factores pueden haber intervenido, uno de ellos es el apoyo que obtuvo el candidato del PSDB, Geraldo Alckmin, quien logró poco más de un millón de votos en la primera vuelta. Ese candidato y su partido están ligados al actual gobernador de São Paulo, José Serra; por tanto, se puede suponer

MURILO KUSCHICK

GRÁFICA 1. INTENCIÓN DE VOTO PARA PRESIDENTE MUNICIPAL
DE SÃO PAULO, AGOSTO-SEPTIEMBRE DE 2008



Fuente: <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=743>.

que gran parte de los votantes de Alckmin se sumaron a Kassab en contra de la candidata del PT.

Aquí tenemos algunos elementos para el análisis tanto de la elección en São Paulo como de sus consecuencias para el presidente Lula. Ahora bien, ¿cuál fue el resultado en las otras capitales y cómo podría repercutir en el presidente y en las posibilidades de su partido en las elecciones presidenciales de 2010?

Resultados de las elecciones en la primera vuelta en las principales ciudades importantes

Como se puede observar en el cuadro 4, en la región sudeste no hubo ganadores definitivos (con más de 50% de los votos), salvo en la capital del pequeño estado de Espírito Santo, donde triunfó el partido de Lula. El DEM quedó a la cabeza en la importante ciudad de São Paulo, mientras el PMDB lo hizo en Río de Janeiro y el PSB en la ciudad de Belo Horizonte. Esto confirma la idea planteada antes: por un lado hay una gran diversidad de partidos y, por el otro, el PT no es tan fuerte ni tiene

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

CUADRO 4. RESULTADOS DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES
 DEL 5 DE OCTUBRE DE 2008 (PRIMERA VUELTA) EN ALGUNAS
 CAPITALES BRASILEÑAS CON MÁS DE 20 000 HABITANTES

Región	Candidato	Partido	Votación	%
Sudeste				
São Paulo, São Paulo	Gilberto Kassab	DEM	2 140 423	33
	Marta Suplicy	PT	2 088 329	32
	Gerardo Alckmin	PSDB	1 431 670	22
Río de Janeiro, Río de Janeiro	Eduardo Paes	PMDB	1 041 019	31
	Fernando Gabeira	PV	839 994	25
	Marcelo Crivella	PRB	625 237	19
Belo Horizonte, Minas Gerais	Marcio Lacerda	PSB	549 131	43
	Leonardo Quintão	PMDB	519 787	41
	Jô Moraes	PC do B	111 060	8
Vitória, Espírito Santo	Joao Coser	PT	119 623	65
	Luciano Rezende	PPS	58 445	31
	Bernardo Teteo	PRTB	3 595	1
Sur				
Porto Alegre, Rio Grande do Sul	José Fogaça	PMDB	346 427	43
	Maria do Rosário	PT	179 587	22
	Manuela Pinto	PC do B	121 232	15
Curitiba, Paraná	Beto Richa	PSDB	778 514	77
	Gleisi Helena Hoffmann	PT	183 027	18
	Ritor Moreira	PMDB	19 157	1
Florianópolis, Santa Catarina	Dário Elias Berger	PMDB	94 077	39
	Esperidião Amín	PP	59 858	25
	Cesar Souza	DEM	30 834	13
Noreste				
Recife, Pernambuco	João da Costa	PT	432 707	51
	Jose Mendonça	DEM	206 827	24
	Jose Almeida	PMDB	48 319	17
Fortaleza, Ceará	Luizianne Lins	PT	593 778	50
	Moroni Bing Torgan	DEM	295 921	25
	Patricia Saboya	PDT	183 136	15

Continúa

MURILO KUSCHICK

CUADRO 4. *Continuación*

Región	Candidato	Partido	Votación	%
Natal, Rio Grande do Norte	Micaria de Souza	PV	193 195	50
	Fatima Bezerra	PT	139 946	36
	Vober Lopes Pinheiro	PPS	24 239	6
Maceió, Alagoas	Cícero Almeida	PP	319 831	81
	Judson Cabral	PT	41 948	10
	Solange Jurema	PSDB	23 813	6
Salvador, Bahia	João Henrique de Barradas	PMDB	402 684	30
	Walter de Freitas Pinheiro	PT	390 933	30
	Antonio Carlos Neto	DEM	346 881	26
Aracaju, Sergipe	Edvaldo Nogueira	PC do B	140 962	51
	Mendonça Prado	DEM	59 217	21
	José Almeida	PMDB	48 319	17
Teresina, Piauí	Silvio Mendes	PSDB	273 065	70
	Jose Nazareno Cardeal	PT	100 546	25
	Ismar Tavares	PCB	9 777	2
São Luís, Maranhão	João Castelo	PSDB	210 629	43
	Flávio Dino	PC do B	167 436	34
	Clodomir Paz	PDT	46 199	9
João Pessoa, Paraíba	Ricardo Coutinho	PSB	262 041	73
	João Gonçalves	PSDB	81 707	23
	Francisco de Paula Barreto	PTN	6 273	1
CENTRO-OESTE				
Goiânia, Goiás	Iris Rezende	PMDB	472 319	74
	João Sandes Jr.	PP	100 335	15
	Gilvane Felipe	PPS	33 129	5
Cuiabá, Mato Grosso	Wilson Santos	PSDB	141 327	47
	Mauro Mendes	PR	78 415	26
	Walter Rabello	PP	49 954	16
Campo Grande, Mato Grosso do Sul	Nelson Trad	PMDB	288 821	71
	Pedro Teruel	PT	93 948	23
	Iara Costa	PMN	15 528	3

Continúa

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

CUADRO 4. *Continuación*

Región	Candidato	Partido	Votación	%
Norte				
Manaus, Amazonas	Amazonino Mendes	PTB	402 717	46
	Serafim Corrêa	PSB	200 423	23
	Omar Aziz	PMN	153 071	17
Región	Candidato	Partido	Votación	%
Belém, Pará	Duciomar Costa	PTB	255 525	35
	Jose Benito Priante	PMDB	138 379	19
	Mário Andrade	PT	131 670	18
Palmas, Tocantins	Raúl Filho	PT	44 832	44
	Marcelo Lelis	PV	33 466	33
	Nilmar Ruiz	DEM	21 512	21
Macapá, Amapá	Camilo Capiberibe	PSB	59 864	33
	Roberto Goés	PDT	48 020	26
	Lucas Barreto	PTB	45 595	25
Rio Branco, Acre	Raimundo Angelim	PT	80 022	50
	Sérgio de Oliveira, <i>Peteção</i>	PMN	40 304	25
	Tião Bocalom	PSDB	35 177	22
Pôrto Velho, Rondônia	Roberto Sobrinho	PT	119 896	59
	Lindomar Barbosa, <i>Garçon</i>	PV	37 224	18
	David de Menezes, <i>Chiquilito</i>	PC do B	17 106	8
Boa Vista, Roraima	Iradilson Sampaio	PSB	66 998	54
	Luciano Castro	PR	51 329	41
	Luis Oca	PSOL	3 209	2

Fuente: <<http://placar.eleicoes.uol.com.br/2008/1turno/>>.

grandes líderes en las principales ciudades de Brasil. La misma situación se observó en la región sur, donde el PMDB tuvo la delantera en dos capitales: Porto Alegre y Florianópolis.

En la región noreste el PT conquistó dos importantes ciudades: Recife y Fortaleza; el PSDB, la ciudad de Teresina. Es en esta región donde las políticas asistenciales del gobierno de Lula tienen mayor efecto.

El centro-oeste está dividido entre el PMDB (Goiânia y Campo Grande) y el PSDB (Cuiabá). En esta región hay estados con mayores recursos

MURILO KUSCHICK

que tienen su origen en los buenos precios de los productos agrícolas —soya, trigo, arroz— y el ganado, lo que les permite funcionar sin grandes apoyos gubernamentales.

En la región norte, donde las condiciones económicas no son boyantes, el PT ganó más capitales que los demás partidos. Ahí, la primera vuelta mostró la disputa entre el partido del presidente y el PSDB, el PTB y el PSB.

En el siguiente apartado se muestra cómo quedó la situación después de la segunda vuelta en las principales ciudades brasileñas en las que fue necesario realizar tales comicios.

Resultados de las elecciones en la segunda vuelta

El cuadro 5 resume a lo sucedido en las ciudades donde se realizaron comicios de segunda vuelta. Como ya se había comentado, el partido que quedó a la cabeza tanto en la región sudeste como en la región sur fue el PMDB, pues obtuvo tres capitales (Río de Janeiro, Porto Alegre y Florianópolis). Empero, en São Paulo, la ciudad más importante del país, ganó el derechista DEM. En el noreste, si bien el principal triunfador en la primera vuelta fue el PT, en la segunda vuelta el PMDB y el PSDB se quedaron, respectivamente, con las capitales de Bahia (Salvador) y Maranhão (São Luis). En el rico centro-oeste, el PSDB ganó la ciudad de Cuiabá, en el estado de Mato Grosso; en tanto, en la región norte un antiguo partido brasileño creado por Getúlio Vargas, el PTB, obtuvo las capitales de Manaus, en Amazonas, y de Belém en el estado de Pará.

Ahora bien, ¿quiénes son los ganadores de las elecciones brasileñas y cómo podemos catalogar la actuación del partido del presidente Lula, no porque fuera obligado que ganara, sino porque su gobierno había sido evaluado de manera positiva por los electores brasileños?

En la gráfica 2 se puede observar que el PMDB se consolidó como el primer partido político en Brasil, pues ganó poco más de 1 200 ciudades en el país. En segundo lugar quedó el PSDB con 786 ciudades, seguido del PT con 557. Después están los partidos de la derecha, PP y DEM, con 550 y 496 ciudades, respectivamente. Como puede verse, el presidente de la República no pudo garantizar a su partido una condición más holgada, pues en las elecciones municipales los temas de la coyuntura y la propia situación local fueron fundamentales para el desenlace electoral.

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

CUADRO 5. RESULTADOS DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES
 DEL 26 DE OCTUBRE DE 2008 (SEGUNDA VUELTA)
 EN ALGUNAS CIUDADES DE BRASIL

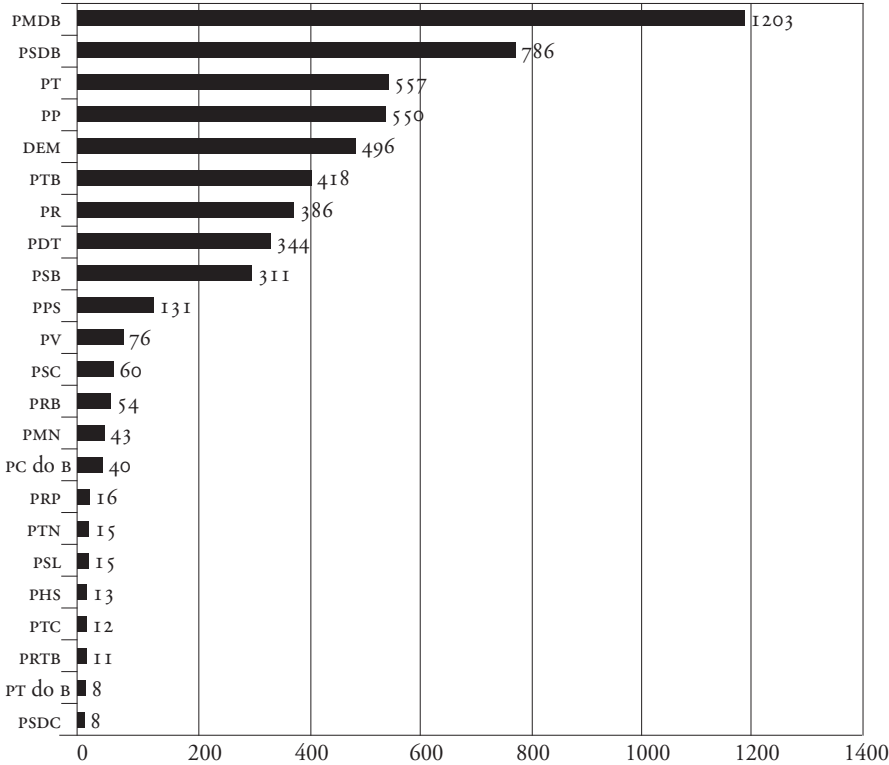
Región	Candidato	Partido	Votación	%
Sudeste				
São Paulo, São Paulo	Gilberto Kassab	DEM	3 790 558	60
	Marta Suplicy	PT	2 454 527	39
Río de Janeiro, Río de Janeiro	Eduardo Paes	PMDB	1 696 195	50
	Fernando Gabeira	PV	1 640 970	49
Belo Horizonte, Minas Gerais	Marcio Lacerda	PSB	767 332	59
	Leonardo Quintão	PMDB	530 560	40
Sur				
Porto Alegre, Río Grande do Sul	José Fogaça	PMDB	470 696	58
	Maria do Rosário	PT	327 799	41
Florianópolis, Santa Catarina	Dário Elias Berger	PMDB	129 969	57
	Esperidião Amín	PP	95 369	42
Noreste				
Salvador, Bahia	João Henrique de Barradas	PMDB	753 487	58
	Walter de Freitas Pinheiro	PT	535 492	41
São Luís, Maranhão	João Castelo	PSDB	271 014	55
	Flávio Dino	PC do B	214 302	44
Centro-Oeste				
Cuiabá, Mato Grosso	Wilson Santos	PSDB	175 038	60
	Mauro Mendes	PR	114 432	39
Norte				
Manaus, AM	A. Mendes	PTB	495 460	57
	S. Correa	PSB	371 845	42
Belém, PA	D. Costa	PTB	436 693	59
	Priante	PMDB	295 997	41
Macapá, AP	R. Goés	PDT	91 558	51
	C. Capiberibe	PSB	85 659	48

Fuente: <<http://placar.eleicoes.uol.com.br/2008/2turno/>>.

Si bien en cuanto al número de ciudades el PT no resulta favorecido, es interesante ver cómo sale bien librado el partido del presidente si se miden los resultados electorales en términos poblacionales; es decir, ¿qué cantidad de población gobiernan los más importantes partidos políticos de Brasil? Esto se puede apreciar en la gráfica 3. Ahí queda claro

MURILO KUSCHICK

GRÁFICA 2. NÚMERO DE ALCALDES ELECTOS POR PARTIDO EN LA SEGUNDA VUELTA ELECTORAL EN BRASIL, OCTUBRE DE 2008



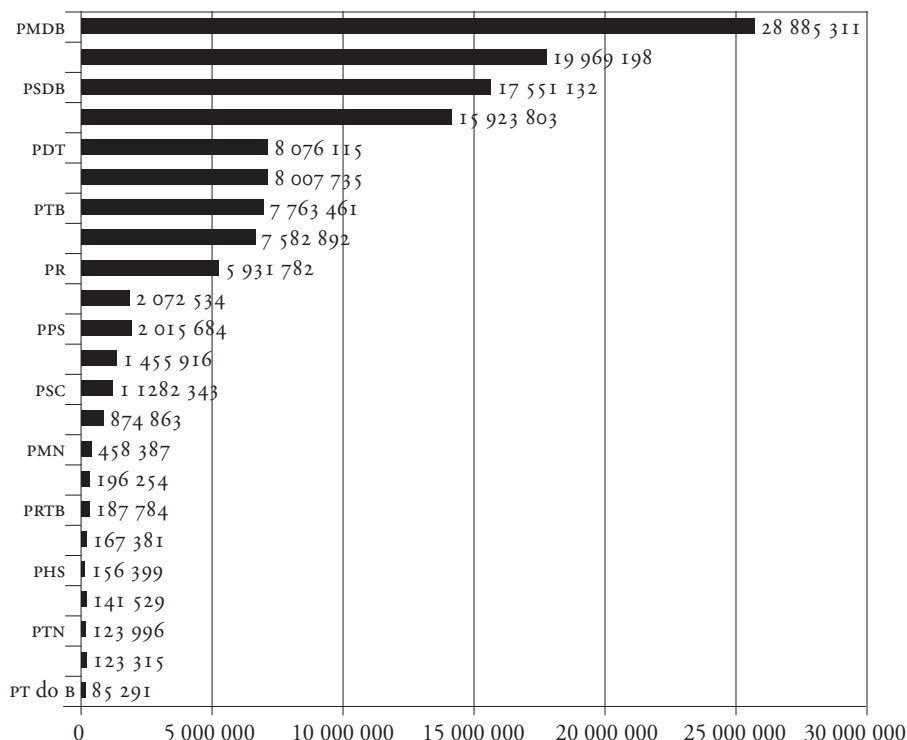
Fuente: <<http://eleicoes.uol.com.br/2008/raio-x-da-eleicao/prefeitos-eleitos/>>.

que el PMDB gobierna un tercio de la población del país, mientras el PT, que en número de municipios caía al tercer lugar, aquí ocupa el segundo sitio con cerca de 20 millones de gobernados. El PSDB se encuentra en la tercera posición, con 17.5 millones.

En términos generales, ¿cómo quedó la situación política brasileña después de las elecciones de 2008? Como se ha visto en este artículo, en el país hay una gran cantidad de partidos políticos; sin embargo, únicamente cuatro de ellos tienen una participación significativa. Ahora, si comparamos el panorama electoral con el que había en 2004, se puede decir que el gran ganador es el PMDB, que sólo tenía dos presidencias en las capitales importantes del país y ahora tiene seis; en el lado opuesto, el PT, que antes tenía nueve, en 2008 cayó a seis. Por su parte, el PSDB, que antes tenía cinco capitales estatales, perdió una, mientras que el

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

GRÁFICA 3. NÚMERO DE GOBERNADOS POR PARTIDO POLÍTICO DESPUÉS DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE 2008 EN BRASIL



Fuente: <<http://eleicoes.uol.com.br/2008/raio-x-da-eleicao/eleitores-partido/>>.

PSB mantuvo la misma cantidad que tenía (tres). También obtuvieron ventaja algunos pequeños partidos, como el PV, el PP y el PC do B, que no contaban con presidencias municipales en ninguna de las capitales del país y en 2008 ganaron una cada uno.

De tal manera, se puede afirmar que aun cuando había una buena evaluación del gobierno del presidente Lula por parte de la población, esto no impidió que su partido perdiera posiciones. Los programas sociales impulsados por Lula en las zonas más marginadas del país le han generado gran apoyo en la región noreste, por ejemplo, donde los niveles de pobreza son muy altos. A la vez, ha perdido peso en algunas capitales, como es el caso de São Paulo y Río de Janeiro, lo que pudo deberse a la debilidad de sus candidatos o a los escándalos de corrupción en los que se vio envuelto el partido, que lo alejaron de la clase

MURILO KUSCHICK

media, incluso pese a que ésta se había visto favorecida por el empleo, el crecimiento económico y los bajos niveles de inflación.

La propaganda política

A diferencia de lo que ocurre en otros países, en Brasil los partidos políticos no compran espacios en los medios, por lo que es importante ver cómo se realiza ahí la promoción política.

Conviene analizar cuál fue el contenido de las campañas y en qué forma presentaron sus ofertas la mayor parte de los candidatos en una contienda electoral como la brasileña, pues, como se dijo, no hay compra por parte de los partidos y candidatos de tiempo en los medios como radio y televisión, sino que los partidos producen los programas para promover a sus candidatos y después la radio y la televisión los transmiten en los horarios establecidos por la ley, como se comentó antes.

En el caso de la ciudad São Paulo, los candidatos más importantes, Marta Suplicy, Gilberto Kassab, Geraldo Alckmin, Paulo Maluf, tenían acceso a una mayor cantidad de recursos para realizar su promoción tanto en televisión como en radio. Más adelante se presentan algunas muestras del tipo de propaganda que difundieron. También se ponen ejemplos sobre los promocionales de algunos de los pequeños partidos que no sólo contaban con poco espacio para la divulgación de sus plataformas, sino que se mostraban monotemáticos.

Para analizar el discurso publicitario podemos plantear, desde la perspectiva de Barthes (1990), que el lenguaje funciona en dos planos: denotativo, lo que significa que el mensaje transmite lo que el emisor quiere decir; el lenguaje connotativo, a su vez, tiene que ver con lo que el mensaje representa. En el mensaje que se reproduce líneas abajo, el candidato señala que fue perseguido por la dictadura y afirma que es un candidato ligado a la lucha en contra de los grupos oligárquicos y la dictadura; sin embargo, es lógico preguntar cuántos de la población actual comprenden ese tipo de mensaje y simpatizan con él.

Entre los pequeños partidos que elaboraron propaganda de menos de un minuto está el caso de Iván Valente, del PSOL, cuya plataforma no planteaba problemas, ni soluciones, sino que mediante imágenes de la época de la dictadura militar mostraba cómo el candidato fue tor-

turado, cómo tenía una trayectoria de apoyo a las causas populares en contra del gobierno militar:

Audio: Cuando fue necesaria la lucha en contra de la dictadura, él se levantó. Cuanto fue preciso resistir a la tortura, él resistió. Cuando era prohibido hacer política, Valente fue llamado subversivo. Para derribar el gobierno autoritario, Valente estaba con el pueblo. Valente fue a la calle, a luchar con el pueblo por el derecho de elegir a sus gobernantes. Desde que ese derecho fue conquistado, Valente lucha para que se no sea vendido. Valente peleó con los gobiernos que se vendieron para los ricos. Como diputado, él es transparente, cuando es preciso tomar decisiones, él es coherente. Vote con voluntad. Iván Valente, presidente municipal.

Por su parte, el programa de Edmilson Costa, del PCB, proponía la idea de un *partido camarada* y tenía como oferta principal la municipalización del transporte. Tanto él como su compañera de fórmula, Natalia Mito, aparecían a cuadro mientras se escucha el siguiente audio:

La ciudad fue privatizada para dar lucro a las empresas de ómnibus y las multinacionales del automóvil. El gobierno comunista va a dar vuelta a esto, pues la calle es pública y el transporte debe ser público. Después se hará la municipalización del transporte público en la ciudad de São Paulo. Después reduciremos el costo del pasaje a cero. Vamos a construir una ciudad camarada. Puedes entrar, que la causa es tuya. Edmilson Costa es 21.

Un ángulo de campaña diferente fue el adoptado por la candidata Anaí Caproni, del PCO, quien propuso realizar una huelga de los trabajadores de los correos. Esto es, pidió a la población apoyar una causa exclusiva, por lo que no se entiende que quisiera ser presidenta municipal, ya que no se dirigía a la población de la ciudad, sino a los miembros de su organización política y a los trabajadores de correos.

Sin embargo, la verdadera contienda ocurrió entre la ex presidenta municipal Marta Suplicy (PT), el presidente municipal en funciones en ese momento, Gilberto Kassab (DEM), y el ex candidato a la presidencia de la República Geraldo Alckmin (PSDB), lo que revela la importancia de la principal ciudad de Brasil que, como la ciudad de México, puede constituir una plataforma para que sus gobernantes sean lanzados como candidatos nacionales. De ahí que los programas en la televisión y en la radio hayan estado dirigidos no sólo a los electores cautivos de cada uno de sus respectivos partidos, sino principalmente a la población en general, lo que se hizo sobre todo a través de promover las obras realizadas o por realizar.

MURILO KUSCHICK

Un buen ejemplo es el programa radiofónico de Marta Suplicy, quien hizo campaña utilizando sólo su nombre de pila.⁵

Programa radiofónico de Marta Suplicy

Audio: *São Paulo con nueva actitud, Marta presidenta.*

Jingle: *La voz de Dios es la voz del pueblo, mira Marta ahí de nuevo. Para continuar, lo que ya hizo, yo quiero a Marta, otra vez. Marta, presidenta: tema del día.*

Voz de Marta Suplicy: *Hola São Paulo, nuestro tema del día es la seguridad, la principal preocupación de todos los paulistanos de todas las clases sociales, de todas las edades, y de todos los lugares, este hecho por sí solo ya obliga a que el presidente tome una postura, haga su parte y no se omita, como está sucediendo, bajo el pretexto de que eso es una responsabilidad del gobierno estatal.*

Voz en off, canta: *Recordando lo que ella hizo*

Voz en off: *Cuando presidenta, Marta creó la secretaría municipal de la seguridad urbana, implementó 43 bases comunitarias en plazas públicas y en los Centros de Educación Unificados, aumentó en 50% los efectivos de la Guardia Civil Metropolitana, que pasó a tener nuevos equipamientos, adquirió 261 vehículos y 164 motocicletas. Marta implementó el programa de seguridad escolar, creó las comisiones civiles comunitarias.*

Jingle: *El pueblo sabe lo que ella hizo.*

Voz masculina: *En São Paulo, ningún ciudadano se siente tranquilo.*

Voz femenina: *Salgo en la noche del trabajo, con miedo de la violencia, y voy directamente para mi casa. Después que Marta salió sacaron a todos los guardias; en el tiempo de Marta nos sentíamos mucho más seguros y el comercio estaba más feliz, también.*

Voz masculina: *Era un mejor gobierno, un gobierno popular, que mostró que era posible tener más seguridad, es posible, sí, tratar a la población con respeto.*

Jingle: *Regresa, Marta, ven a hacer mucho más.*

Voz en off: *Presidenta, infelizmente São Paulo es hoy uno de los lugares más violentos del país, da para pensar la ciudad sin encarar este problema.*

⁵ Los programas de los distintos candidatos fueron grabados por el autor en la página web del periódico *Folha de São Paulo*: <www.folhaonline.com.br/eleicoes>.

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

Marta: *Claro que no, una de las cosas más importantes en la visión de un gobernante es la visión de conjunto, no se puede pensar São Paulo sin pensar en la violencia, que es mal que aflige a todos los paulistanos, de la misma manera no se puede tratar el tema de la violencia sin política social, sin buena educación, sin oportunidades para los jóvenes de entretenimiento.*

Voz en off: *Realmente presidenta, cuando la vida de las personas está en juego, ningún presidente serio puede omitirse, sí, porque la violencia, si bien llega a todos, atinge siempre a los más pobres y los más jóvenes.*

Marta: *Es esto mismo, es en los barrios más pobres que acontecen siempre las más grandes tragedias.*

Voz en off: *¿Y qué hacer?*

Marta: *Vamos a avanzar en dos planos. Por un lado, recuperando y mejorando lo que hicimos; por otro lado, ejecutando propuestas nuevas e innovadoras. Vamos a recrear la secretaría de seguridad civil metropolitana e implementar el Observatorio de Seguridad.*

Voz de mujer en off: *Pero, ¿Qué es el Observatorio de Seguridad?*

Jingle: *El observatorio es un sistema electrónico para vigilar áreas violentas de la ciudad. ¿Cómo es esto de vigilar áreas violentas de la ciudad? ¡Estoy entendiendo! Para ligar las policías y ayudará a controlar la criminalidad. ¡Ah, mas esto es muy bueno!*

Jingle: *Ah, con nueva actitud.*

Voz en off: *Presidenta, es cierto que la seguridad es una atribución del gobierno del estado. La presidencia municipal no comanda a la policía. Pero es verdad que cabe a ella la organización en el territorio de la ciudad.*

Marta: *Es por eso que vamos a establecer compromisos con los gobiernos estatal y federal. La seguridad de la ciudad crece o disminuye con la presencia del estado en los espacios públicos, presencia que en el caso de la presidencia debe traducirse en acciones de prevención, en iluminación en las calles, en la ejecución de políticas sociales.*

Jingles:

Deja a Marta trabajar

Yo quiero Marta allá.

Ella hizo el billete único.

Lo que ella promete ella cumple.

Marta vuelve.

Marta, estamos contigo.

Y, vamos en frente São Paulo.

Deja ella trabajar.

MURILO KUSCHICK

Mentiras de Kassab, gente, son muchas mentiras para solo un hombre.

Primero, gente, Kassab dijo en su programa que iba poner cursos técnicos, CEUS, y después que estaba construyendo escuelas técnicas y esto no es verdad.

¡Qué cosa fea! La verdad nuda y cruda documentada para quienes la quieran ver es que las ETEC son obras del gobierno del estado, construidas con el dinero del estado, para que sean administradas por el Centro Pablo Souza, que es un órgano del gobierno del estado.

¡Qué cosa fea! Él no deja de tomar obras ajenas.

Termina aquí el programa de la nueva actitud. São Paulo en el rumbo cierto.

Al analizar el audio de uno de los programas de Marta Suplicy, encontramos que aun cuando ella se presenta como candidata de un partido de la izquierda, el PT, uno de sus eslóganes señala: *La voz de Dios es la voz del pueblo*; por tanto, la izquierda no guarda una gran distancia política ni hace reparos ideológicos al utilizar de manera connotada (Barthes, 1973, 1990) una referencia hacia las creencias religiosas de los electores, quienes en gran parte son pobres, iletrados e inmigrantes de la región noreste de Brasil. De la misma manera, si bien su propaganda establece que los pobres y los habitantes de los barrios bajos son los más vulnerables a la violencia y a la inseguridad que se vive en São Paulo, pide el voto a partir del recuerdo de los electores por las obras ejecutadas en su anterior administración.

Por tanto, los elementos centrales de su propaganda se basan en sus características como buena gobernante, como trabajadora capaz, y en su carisma, así como en las obras que realizó, pese a que al terminar su periodo como presidenta éstas quedaron truncas; pero, eso sí, promete volver a realizarlas. También hace uso de la propaganda negativa al señalar a su principal contendiente, Gilberto Kassab, como una persona deshonesto, sin escrúpulos, que se promueve mediante la obra ajena. Sus principales eslóganes son: *São Paulo con una nueva actitud; Marta presidente; Deja ella trabajar; Lo que ella promete, ella cumple; Marta, vuelve, estamos contigo* y otros más. Como se observa, son muchos eslóganes para una campaña relativamente corta y hacen referencia a la actividad que desarrolló como presidenta —hacen énfasis en los aspectos positivos de su imagen— y muy poco a lo que desarrollará.

Programa radiofónico de Gilberto Kassab

Jingle: *Envidia, envidia, en la última elección ella quedó, con Kassab mejoró, ahora está jugando piedras, parece que ya no se acuerda de los impuestos que ella creó, parece que no se acuerda de los coqueros que plantó, parece que no se acuerda que la ciudad ella quebró, parece que no se acuerda que de la salud ella no cuidó, parece que no se acuerda que el pueblo la reprobó. Ah, envidia. Ciudad limpia, el tipo tuvo el coraje, hizo las AMAS, atendidas con respeto, boleto único. Y en las escuelas de lata, Kassab les puso remedio. Mi hijo está en la primera serie y ya sabe leer, presidente con coraje está haciendo lo que la ciudad necesita. En las AMAS, si usted va allá es bien atendido, hay medicinas, antiguamente no había, es por esto que necesitamos que Kassab siga.*

Jingle: *Ahora, São Paulo ya sabe, para seguir adelante, el presidente es Kassab.*

Voz de Gilberto Kassab: *Nuestro gobierno tiene algo diferente con respecto a los gobiernos anteriores, nosotros estamos gobernando para las personas, invertir en las personas significa hacer más escuelas, hacer AMAS, nuevos hospitales, combatir la contaminación. Yo pido su apoyo para continuar todo ese trabajo.*

Jingle: *¡Quiero más, quiero Kassab reelecto!*

Voz de locutor: *Aló, São Paulo, hogar de 11 millones de personas, ciudad que seguirá en el rumbo correcto por cuatro años más con Kassab presidente.*

Y ahí Ary, ¿cómo estás?

Ary: *Todo bien, y luchando para que São Paulo siga mejorando, Joca.*

Y ahí, Juvenal, ¿cómo está la cuarta parada, cómo está este buen humor?

Juvenal: *¿Buen humor? La cuarta parada está bien.*

Ary: *Hablando de buen humor, faltó buen humor para Marta ayer en el debate, en el debate de la televisión.*

Juvenal: *Yo no lo vi, estaba buscando la jornada deportiva.*

Joca: *Eh, ella estaba un poco tensa, o Kassab en compensación anduvo bien, mostró lo que ha hecho y lo que piensa hacer, mostró por qué, es para eso que sirve un debate. ¿No es así, Ary?*

Ary: *Fue el debate de la realización en contra de la reclamación o Kassab mostró, ella reclamó y así el elector va entendiendo quién es mejor para São Paulo y nosotros sabemos, lo mejor para São Paulo, quien lo está haciendo es Kassab. La Acción Familia, por ejemplo.*

MURILO KUSCHICK

Juvenal: *Mas qué es esto, ¿Acción Familia?*

Ary: *Es un proyecto que da apoyo para las familias carentes en las colonias más lejanas. Hay más 300 000 familias en la ciudad que no tienen acceso a los servicios públicos.*

Joca: *Así es, Ary, precisa haber una atención especial con esas personas.*

Ary: *Así es, Joca, es pensando en ellas que Kassab hace la Acción Familia para ayudar a estas familias a integrarse a la sociedad.*

Juvenal: *¿Pero cómo es esto?*

Ary: *Esas familias necesitan de todo, Juvenal. Escuela, alimentación, hospital, el Acción Familia comenzó en 2005, para este año el programa ya está trabajando para casi la mitad de las familias que necesitan la atención.*

Juvenal: *¿Pero cómo es el programa? No estoy entendiendo nada.*

Ary: *Lo primero es llevar los niños a la escuela, y a quien lo necesita para el puesto de salud. Después la Acción Familia coloca a los adultos a aprender una profesión. Nunca se hizo antes un programa con esas dimensiones para mejorar la vida de las familias más carentes.*

Joca: *Pero vamos escuchar a nuestro presidente Kassab hablando sobre ese programa.*

Kassab: *La presidencia debe preocuparse por aquellos que no tienen recursos y es esto que estamos haciendo, no sirve hacer grandes obras si no piensas en esas personas. Nosotros estamos pensando en ellas y ellas son una prioridad y continuarán siéndolo.*

Locutor: *Ése es Kassab, que trabaja en contra de las desigualdades, que aún son tan grandes por aquí, ¿no es así? Dije que trabaja.*

Ary: *Sí, Joca, pues si queda únicamente en el discurso es malo para el pueblo, y para los oídos de nosotros.*

Joca: *Así es, Ary, después del intervalo, ya regresamos.*

Locutora: *En el debate en la TV Bandeirantes, Kassab estuvo frente a frente con Marta. Además de mostrar cómo se pueden obtener resultados para la ciudad con trabajo serio, Kassab habló sobre sus compromisos para los próximos cuatro años. Hacer más tres hospitales en Parelheiros, Brasi-landia y Arturo Houvy, y bajar a cero la falta de espacios en las escuelas maternas, comenzar a ofertar cursos profesionales en los CEUS a partir del próximo año y continuar la inversión en el metro. Es por esto que cada día que pasa hay más gente entendiendo que lo mejor para São Paulo es dejar a Kassab ahí.*

Jingle: *Kassab, presidente, él sabe trabajar. São Paulo en el rumbo correcto, un programa que desea que votes por Kassab, y aquí hablamos cierto.*

LAS ELECCIONES BRASILEÑAS DEL 2008: UNA LECTURA DESDE LA INTERNET

Ary: *Oh, Joca, no iba hablar de la madre paulistana.*

Juvenal: *Tú mudas de asunto así, estábamos hablando de Kassab, de la presidencia. ¿Me refrescas la memoria?, ¿quién es esta madre paulistana? ¿La madre paulistana es la hermana de la tía paulistana o la hija de la abuela paulistana?*

Ary: *Juvenal, tú vas muy despacio. La Madre Paulistana es el programa de Kassab para atender las gestantes del SUS, la atención completa, consultas, exámenes prenatal, pasajes para ómnibus gratis. La futura madre queda sabiendo con anticipación dónde va a dar a luz y el bebé tiene asistencia todo el primer año de vida, con derecho hasta a un ajuar.*

Joca: *Es esto mismo, pero hay gente llamando. Alo, ¿quién es?*

Voz femenina: *¿Cómo está, señor Joca? Es la mamá de Juvenal.*

Joca: *Hola, doña Filomena. ¿Todo bien con usted?*

Doña Filomena: *Todo bien, yo quería hablar con Juvenal. Juvenal, hijo, ¿me escuchas?*

Juvenal: *¡Estoy, madre, sí! ¿Qué hice esa vez?*

Doña Filomena: *No hizo nada, hijito. Es que yo estaba escuchando al señor Ary hablando de la Madre Paulistana, de los ajuares para los bebés, y que me acuerdo de ti pequeñito.*

Juvenal: *Madre, después hablamos sobre esto, la gente está en la radio ahora, madre.*

Doña Filomena: *¿Estás con vergüenza de tu madre?*

Juvenal: *¡No es esto, no, madre!*

Doña Filomena: *¡Después nosotros hablamos! ¿Qué cosa bonita, lo de la Madre Paulistana! ¿Cuántos bebés ya nacieron?, dígame, don Ary, ¿más de mil?*

Ary: *Bien más, doña Filomena, 240 000 partos desde marzo de 2006, bebés saludables, madres bien tratadas. Yo pregunto ¿no es bueno que eso continúe? Es por esto que yo digo, la ciudad necesita de Kassab por cuatro años más.*

Doña Filomena: *¡Pero mi hijo no me platica esto! Pero, puede dejar señor Ary, que tendré una plática con él cuando llegue aquí a la casa, ¿oíste Juvenal?*

Juvenal: *¡Está bien, madre, está bien!*

Doña Filomena: *Hasta pronto, adiós, señor Joca.*

Joca: *Hasta pronto, doña Filomena. Siempre que quiera, llame usted. Ahora, vamos escuchar a nuestro presidente sobre el programa Madre Paulistana.*

MURILO KUSCHICK

Kassab: *Es uno de los mayores orgullos de nuestra administración. El programa comenzó en 2006 y ya realizó, vea que números, 240 000 partos, hasta el ajuar entregamos.*

Juvenal: *Esto es muy emocionante.*

Joca: *Por eso que yo digo a cada hora, Juvenal, ¡el hombre no es débil, no! Kassab está ahí a poco más de dos años, pero él está haciendo su parte, prueba de eso es el programa Madre Paulistana, las 217 nuevas escuelas, las 25 000 casas populares.*

Juvenal: *Si ya hizo todo esto, después, ya no va a hacer nada.*

Joca: *Ary, ayúdame, aquí.*

Ary: *En la punta de la lengua, Joca.*

Joca: *Kassab ya entregó dos hospitales y va hacer tres más en el próximo mandato.*

Ary: *Uno en Parelheiros, uno en Brasilândia y otro en Arturo Ouy.*

Joca: *Kassab ya entregó 15 AMAS, más cinco AMAS de especialidades con médicos especialistas y con consulta con hora marcada, en los próximos cuatro años va a hacer más.*

Ary: *Además de AMAS, Kassab va a hacer 26 AMAS de especialidades completando una en cada región de las subpresidencias.*

Joca: *Va a hacer nuevos CEUS y a partir del próximo año los CEUS van a tener cursos técnicos.*

Ary: *Es esto mismo, para ayudar a los chavos a tener una profesión a partir del próximo año, Kassab comenzará a poner cursos profesionales en los CEUS.*

Joca: *Y esto no es promesa, no. Es, como dice Kassab, ponga atención...*

Kassab: *Es mi compromiso.*

Joca: *Ok, Ary, Juvenal, está buena la plática, pero estamos llegando al final de nuestro programa.*

Ary: *Yo ya me imaginaba, nadie me deja hablar.*

Juvenal: *Pero, ¡sólo tú hablaste todo el programa!*

Joca: *Adiós, buena gente de São Paulo.*

Ary: *Hay que votar por Kassab.*

Jingle: *Kassab, presidente.*

Como se observa, el tiempo del programa del candidato Gilberto Kassab no llega a ser mucho más largo que el de su principal contrincante. Sin embargo, por un lado, además de la voz del locutor oficial, intervienen dos personajes, Joca y Juvenal, de extracción humilde, y con ellos busca dirigirse al electorado mayoritario. Pese a que el partido

de Kassab, el DEM, se cataloga en la derecha del espectro político, su principal medio para conseguir votos se encuentra en los programas asistenciales que lleva a cabo la presidencia municipal de São Paulo, entre ellos Madre Paulistana, los hospitales, además de las AMAS, que son clínicas de primer nivel; después están las SUS, que son hospitales, y los CEUS, que son escuelas profesionales.

Por lo tanto, Gilberto Kassab y su principal contrincante, Marta Suplicy, se dirigen casi al mismo tipo de electores; esto es, a los grupos mayoritarios, a partir del mismo discurso de tipo populista y de carácter clientelar, en el sentido de que la elección se gana mediante la mayor cantidad de ofertas, pues Kassab no sólo promete a las madres gestantes apoyarlas con el parto y con una canastilla para el bebé, sino que también ofrece llevar medicinas a la puerta de la casa de las personas mayores que no pueden asistir a una farmacia. Así, mediante un programa más ágil que el de Marta Suplicy, con una mayor cantidad de participantes y el empleo del humor, y con poco más de ocho minutos, el candidato de la derecha no hace referencias clasistas. Tal vez asume que ya cuenta con el apoyo de los segmentos de las clases media y alta y por ello se dedica principalmente a adular a la clase baja y hacerle todo tipo de promesas, que muy probablemente fueron suficientes para lograr la victoria, aun cuando en la actualidad, bajo acusaciones de peculado, fraude y corrupción, haya habido un intento de excluir a Kassab del gobierno de la ciudad de São Paulo.

Como se mostró en este artículo, es posible acompañar todo un proceso electoral a partir de las páginas de la Internet, lo que nos coloca frente a una nueva modalidad de cobertura y seguimiento electoral, al mismo tiempo que se observa una alternativa a las campañas políticas convencionales a partir de la utilización de los medios electrónicos. Esta modalidad deja de lado los *spots* de 30 segundos y opta por programas, tanto en la radio como en la televisión, que en ocasiones rebasan los ocho minutos. Son campañas políticas que hacen uso de una cantidad de recursos económicos que en otros países serían considerados ridículos, pero que permiten que candidatos y partidos disputen importantes posiciones políticas con un bajo presupuesto.

La elección brasileña del 2008 nos muestra un modelo comunicativo distinto al que se ha empleado en elecciones de otros países, pero que finalmente busca el mismo objetivo: llegar a la mayor cantidad de electores a partir de distinto tipo de mensajes que, como vemos, con ex-

MURILO KUSCHICK

cepción de los partidos de la izquierda más radical, buscan la adhesión de los grupos mayoritarios. Tanto el partido de la izquierda moderada (PT), como el candidato de la derecha (DEM) se dirigen prácticamente al mismo público, con mensajes y ofertas de similares características, lo que significa que en algunas elecciones unos y otros candidatos transmiten un mensaje muy similar, aun cuando provengan de partidos que, por lo menos en cuanto a su ideología, se encuentran en lugares distantes entre sí del espectro político.

Bibliografía

Baquero, Marcello

1990 *Abertura política e comportamento eleitoral*, Porto Alegre, Editora da Universidade.

Barthes, Roland

1973 *Elementos de semiología*, Madrid, Comunicación.

1990 *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós.

Fiorina, Morris P.

1981 *Retrospective voting in American national elections*, New Haven, Yale University Press.

Lamonier, Bolívar

1989 *Os partidos políticos no Brasil*, Río de Janeiro, Paz e Terra.

Mainwaring, Scott

1993 “Democracia presidencialista multipartidária: o caso do Brasil”, en *Lua Nova*, núm. 28-29, pp. 21-74.

Silveira, Flavio Eduardo

1998 *A decisão do voto no Brasil*, Porto Alegre, EDIPUCRS.

Artículo recibido el 10 de junio
y aceptado el 1 de octubre de 2010