



Postdata

ISSN: 1151-209X

ISSN: 1851-9601

Grupo Interuniversitario Postdata

Caamaño, Walter J.
Nuevas campañas electorales en América Latina.
Postdata, vol. 24, núm. 2, 2019, pp. 443-446
Grupo Interuniversitario Postdata

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=52272691012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Nuevas campañas electorales en América Latina. Fundación Konrad Adenauer.

Walter J. Caamaño

Montevideo, 2018. 212 páginas.

El panorama político de la región no es el mismo al de diez años atrás. La década iniciada en 2010 además de nuevas tecnologías de comunicación y estrategias de campaña, trajo consigo a nuevos protagonistas que han colmado la escena política actual y como consecuencia de ello, nuevas figuras políticas se alzaron triunfantes en varios de países de América Latina, especialmente en los más importantes. En función de esta nueva realidad, la Fundación Konrad Adenauer, a través de su Programa Regional de Partidos Políticos y Democracia en América Latina, ha convocado a un grupo de especialistas en campañas electorales para poder dilucidar por qué y cómo es que llegaron al poder estos líderes emergentes. *Nuevas campañas electorales en América Latina* es el resultado de dicha convocatoria y de dicha realidad novedosa. Como su nombre indica, aborda las nuevas campañas electorales latinoamericanas. Y lo hace con el objeto de indagar qué características, desarrollos y resultados presentan estas campañas y, quizás lo más importante, determinar si tienen algo de nuevo en comparación con aquellas de los albores de la tercera ola de democratización o si, por el contrario, no han experimentado cambio alguno.

Para ello reúne a quince especialistas, provenientes de toda la región, que trabajan e investigan constantemente sobre esta temática puesto que la complejidad de las campañas actuales hace que no sea suficiente analizarlas únicamente desde la ciencia política. Es necesario abrirse a otras disciplinas para poder entenderlas en su complejidad y esta obra entiende esta premisa a la perfección dado que hace una selección de escritores muy diversa que incluye a politólogos, pero también a periodistas, comunicadores sociales, filósofos y consultores políticos, entre otros, que provienen tanto de la académica como de la gestión pública.

Nuevas campañas electorales en América Latina se propone comprender y reflexionar sobre qué ha sucedido en las campañas para las elecciones que se desarrollaron en gran parte de la región en 2017 y 2018, ya sean nacionales (en su mayoría para el cargo de presidente) o subnacionales. Y en concreto se pregunta cómo ascendieron al gobierno dirigentes que en su mayoría hace un par de años atrás siquiera eran considerados como posibles candidatos, qué técnicas utilizaron para ganar la confianza del electorado, cuáles son los aspectos relevantes de la comunicación, el marketing político, la movilización y las alianzas, y qué de nuevo trajeron los llamados *outsiders*. Y para ello mira con detenimiento las estrategias implementadas, el uso de las nuevas tecnologías, las líneas centrales de la comunicación política, la movilización de la ciudadanía, los debates y los contextos en los que se realizaron dichas campañas.

Esta obra consta de quince capítulos que viajan por campañas electorales en toda América Latina y están acompañados de una presentación a cargo de su editora responsable y representante de la Fundación Konrad Adenauer Oficina Uruguay, Kristin Wesemann, y una introducción escrita por el coordinador de esta edición y de otros proyectos de la misma fundación, Ángel Arellano.

El libro inicia con un agudo análisis a cargo de Carlos Pérez sobre el triunfo de Iván Duque en Colombia que nos permite entender la elección presidencial de junio de 2018. Y para ello este

primer capítulo se centra en las variables que le permitieron a este dirigente de poca trayectoria política y un bajísimo nivel de conocimiento convertirse en el nuevo presidente colombiano, especialmente en la figura su mentor: el ex presidente Álvaro Uribe.

Le sigue el capítulo segundo, que se enfoca en Venezuela. Allí Eugenio Martínez reseña los aspectos de la campaña que llevó a Nicolás Maduro en mayo de 2018 a un segundo período presidencial –una campaña sumamente cuestionada en función de la puesta en marcha de todo tipo de obstáculos hacia la oposición y de restricciones y violaciones a las libertades políticas– y pone especial énfasis en el modo en que este dirigente usó el aparato del Estado, los medios de comunicación y las redes sociales para lograr a toda costa su reelección aun a riesgo de volver no competitivo el proceso electoral.

El tercer capítulo, escrito por Sebastián Serrano, aborda el ascenso de Andrés López Obrador a la primera magistratura de México y aporta una mirada sobre el contexto que llevó a este dirigente al poder luego de dos intentos fallidos en el pasado. Este capítulo describe los factores determinantes de la elección presidencial de julio de 2018, que se considera histórica no solo por el triunfo arrasador en ella del debutante partido Morena (al igual que en las elecciones tanto subnacionales como para cargos legislativos nacionales), sino también por la significativa derrota del PRI, el partido que manejó el poder en dicho país durante gran parte del siglo XX.

El capítulo cuarto, de Rotsay Rosales, se centra en Costa Rica y analiza el proceso electoral de febrero y abril de 2018 que llevó a la presidencia a Carlos Alvarado Quesada, haciendo referencia a la diversidad de partidos políticos que postularon candidatos, pero también a las cualidades y características de cada uno y a los factores que los hacían más o menos viables para el electorado costarricense. Lo interesante de este capítulo es que muestra las particularidades de una campaña en la que las preferencias de los votantes fueron fluctuantes hasta último momento, lo que impidió identificar en las encuestas una tendencia clara de preferencias hacia un candidato determinado.

En el capítulo quinto, Gil Castillo aborda la compleja campaña que permitió al polémico Jair Bolsonaro ser electo presidente de Brasil en las elecciones de octubre de 2018, las más imprevisibles y polarizadas de su historia. En él, el autor nos ofrece un estudio pormenorizado del difícil camino electoral que atravesó este país en dichas elecciones, con el objeto de brindar una explicación que logre entender los procesos políticos, económicos y sociales que llevaron a Brasil a tener como presidente a un dirigente con un marcado discurso radicalizado y de odio hacia “lo distinto”.

El capítulo siguiente, el sexto, se detiene en Chile. En él, Eugenio Ortega y Luis Ruz examinan la campaña para las elecciones presidenciales y legislativas de 2017 que le permitieron a Sebastián Piñera volver a la presidencia, en particular el proceso de definición de los candidatos, las estrategias de campaña de los principales candidatos, los resultados de la primera y la segunda vuelta electoral, y el ya mencionado triunfo de Piñera.

Siguiendo con el Cono Sur, el capítulo séptimo, a cargo de Belén Amadeo, examina a la Argentina. Con la particularidad dada por el hecho de ser el único caso abordado en esta obra cuyo proceso electoral todavía no sucedió al momento de su publicación, la autora no se pone a analizar las posibilidades electorales de cada candidato (por razones obvias dado que al momento de la publicación de este libro la única candidatura definida era la del presidente Macri), sino el contexto político, financiero, económico y social, muy distinto al de 2015, en el que estos candidatos deberán hacer frente a las próximas presidenciales y legislativas, con el objeto de determinar los aspectos de estas últimas que han variado con respecto a las de 2015. El siguiente capítulo, el octavo, trata sobre Ecuador. Este capítulo, escrito por Iria Puyosa, pone el foco en una campaña electoral sobre la que se ha escrito poco: la que llevó a la presidencia a Lenin Moreno a principios de 2017. La autora repasa la estrategia planteada por

el candidato oficialista, de cambio desde la continuidad, y el contexto de la contienda electoral, marcado por un Rafael Correa en retirada luego de diez años en el poder. El capítulo noveno se enfoca en Paraguay, un país enigmático para la ciencia política latinoamericana en función de las pocas investigaciones para su estudio y comprensión que se registran. Su autora es Ana Rivas y en él explora la campaña que tuvo lugar en dicho país de cara a la elección presidencial de abril de 2018 y que consagró a Mario Abdo Benítez como nuevo presidente. En concreto, trata de analizar el contexto en el que se desarrolló la campaña en cuestión (marcado por la disputa entre el presidente saliente, Horacio Cartes, y Abdo Benítez como consecuencia del fallido intento del primero de modificar la constitución paraguaya para poder aspirar a un segundo mandato consecutivo) y las estrategias de campaña implementadas por Abdo Benítez y la oposición no colorada al gobierno de Cartes. El capítulo décimo, por su parte, baja al nivel subnacional de gobierno y analiza el éxito electoral que el partido Centro Democrático tuvo en las elecciones presidenciales y legislativas en el departamento colombiano de Antioquia durante 2018. Para ello, el autor, Pedro Piedrahita, bucea en la teoría política institucionalista y en algunos elementos socioculturales para poder entender y explicar las motivaciones del voto por dicho partido. Carmen Fernández emprende un estudio sobre la ciberpolítica latinoamericana en el undécimo capítulo. Allí examina las tendencias del ciberactivismo político en la región, y analiza el papel de las granjas de *trolls*, las *fake news*, el ciberespionaje y los *hackers* en la política actual. Para ello, elige centrarse en las ya mencionadas elecciones para presidente de Brasil, Colombia, México y Venezuela pues ve que las cuatro son aleccionadoras en el sentido que de cada una de ellas pueden extraerse lecciones del estado del arte de la ciberpolítica latinoamericana.

Y si hablamos de ciberpolítica, no podemos dejar de lado a las redes sociales porque ambas van de la mano. Es así que en el decimosegundo capítulo, Helena Bonomo se adentra en el mundo de las redes sociales y reflexiona sobre el uso de las mismas en la política latinoamericana alertando, a modo de sugerencias, sobre las precauciones que deben tener en cuenta los políticos a la hora de diseñar sus campañas y estrategias de comunicación (por ejemplo, cuando deciden a través de ellas comunicar sus propuestas o comunicarse con sus potenciales votantes), especialmente si consideramos que los usuarios no siempre expresan en sus redes lo que realmente piensan o sienten ni tampoco eso que expresan luego lo transmiten en las urnas.

El capítulo siguiente, el decimotercero y cuya autoría pertenece a Luciana Panke, aporta una investigación sobre el papel de la mujer en la política electoral latinoamericana en base a investigaciones realizadas en campañas electorales de quince países (pero con especial énfasis en el caso brasileño) y hace hincapié en los principales retos que aún tienen por delante las políticas mujeres para lograr una real igualdad en relación al hombre y en las principales imágenes públicas que ellas utilizan en su propaganda electoral.

El capítulo decimocuarto, a cargo de Emiliano Calvo, se aproxima a la (innovadora) campaña que llevó en 2015 a María Eugenia Vidal a ser gobernadora de la estratégica y a la vez problemática provincia de Buenos Aires, poniendo fin a 28 años de gobiernos peronistas. En él, el autor profundiza sobre lo que sucedió en dicha campaña subnacional y analiza el modo en que cambió la historia en ese distrito al modificar las formas de hacer e interpretar la política, e introducir un lenguaje político propio del siglo XXI: cercanía con la ciudadanía a partir del uso de técnicas presenciales y el contacto vía redes sociales.

El libro cierra con un capítulo que vuelve sobre México. Este último capítulo, escrito por Héctor Muñoz, aborda las elecciones de julio de 2018 en dicho país, ya sean nacionales, subnacionales o municipales, pero poniendo el foco en otras cuestiones en comparación con el análisis efectuado en el capítulo tercero. Muñoz aquí elige investigar cuál fue el humor social

imperante durante la campaña, los principales temas que la enmarcaron (es decir, que se debatieron en ella) y principalmente los dilemas que enfrentaron durante su devenir los principales contendientes a la presidencia de México, las estrategias que implementaron y su derrotero en las encuestas.

En definitiva, estamos frente a un trabajo (o conjunto de trabajos, para ser más precisos) valioso y oportuno que no puede faltar en ninguna biblioteca de los amantes de las nuevas estrategias de campañas electorales. *Nuevas campañas electorales en América Latina* es un trabajo valioso porque recopila un contingente informativo muy importante para el estudio y comprensión de las campañas más recientes, pero sobre todo para mirar la vibrante actualidad política latinoamericana desde una óptica que trasciende a la ciencia política. Y es oportuno porque aborda una temática muy actual en tiempos de profesionalización de la política, de aplicación de las nuevas tecnologías a la política, de *big data* y de un interés cada vez mayor de la ciudadanía por saber cuanto antes quiénes serán sus próximos gobernantes, entre otras novedades que se perciben en la región.