

De acuerdo con Víctor Borge, ambos partidos mantendrán una cerrada lucha de cara a las elecciones. Sostiene que sólo el trabajo territorial y los últimos cartuchos cambiarían el escenario

B&A
Borge y Asociados

“ESTO SE DECIDIRÁ EN LOS ÚLTIMOS DÍAS”

EL DIARIO DE HOY

Víctor Borge, presidente de la firma Borge & Asociados, opina que los partidos en contienda deben afinar sus maquinarias proselitistas para atraer al electorado indeciso, el que, a su juicio, podría decantarse por el candidato que presente alguna propuesta novedosa de última hora. Según su análisis, en una votación tan cerrada como la que se avecina, las cúpulas de ambos partidos deben garantizar que los votos que ya tienen en la bolsa se mantengan. Para ello, deben apostarle por la organización territorial y al “casa por casa”.

¿A QUÉ RESPONDE EL EMPATE ABSOLUTO ENTRE LOS CANDIDATOS DE ARENA Y EL FMLN?

Preguntamos la intención de voto dos veces y en las dos veces aparece empate. Una vez fue el escenario entre (Rodrigo Ávila) y (Mauricio) Funes, y al final preguntamos con los binomios Ávila-Zablah y Funes-Sánchez Cerén, y en los dos casos están empatados. Le preguntamos a los indecisos que si tuvieran la obligación de votar, por quién lo harían, y no hay cambios importantes. Eso nos dice que posiblemente la elección se va a decidir más en términos de la capacidad de movilización de los equipos para identificar indecisos, convencerlos a última hora. Depende mucho de la organización territorial, del trabajo casa a casa y también de la defensa del voto el día de la elección.

¿HAY POSIBILIDADES DE QUE ESOS INDECISOS SE MUEVAN MASIVAMENTE HACIA ALGÚN PARTIDO O PUEDE SER MITAD Y MITAD?

Puede ser mitad y mitad, sí. Es decir, que la campaña de alguno de los candidatos sea notoriamente más eficiente que la del otro. Hasta hoy han sido dos buenas campañas proselitistas.

¿HACIA DÓNDE PODRÍAN MOVERSE ESTOS INDECISOS?



EL PRESIDENTE de Borge & Asociados opina que el que haga mayor trabajo territorial ganará.

Está igual. Ya lo exploramos y se está dividiendo hacia uno u otro bando. Se mantiene la tendencia, el empate. Esto se va a decidir en los últimos días.

¿A QUÉ SE DEBE QUE ARENA HAYA CRECIDO EN LAS PREFERENCIAS?

Básicamente son los votos de los otros dos

partidos de derecha. Como tendencia natural se mueven un poco más a ARENA que hacia el FMLN. Hemos visto en las encuestas que alguna gente del PCN y PDC va con Funes, pero naturalmente, por afinidad ideológica, la mayoría ha ido hacia Ávila.

¿EN ESTOS CASOS, QUE HAY UN MARGEN ESTRECHO, ADEMÁS DE LA MOVI-

LIZACIÓN DE LOS PARTIDOS, QUE OTROS FACTORES DETERMINANTES PUEDEN INCIDIR?

Además la organización, los partidos tienen que garantizar que toda la gente que está diciendo que va a votar vote. Eso normalmente no es así. Muchísima gente que nos dice que va a votar, el día de la elección le da pereza o tiene trabajo que hacer. Esa gente que es menos entusiasta requiere mucho del trabajo territorial. Atraer a los indecisos y los que ya han decidido, tiene que ver con la capacidad de movilización.

¿QUÉ PASÓ CON EL FMLN? ¿PERDER LA CAPITAL LE PASÓ FACTURA O HAY OTROS FACTORES?

De hecho, el FMLN ganó las dos elecciones, lo importante para ARENA fue el valor simbólico de la capital; sin embargo, lo fundamental que pasa no es tanto el resultado de la elección en el sentido de la diferencia del FMLN y ARENA, sino el resultado para los dos partidos pequeños, el resultado para los dos partidos con candidato presidencial con PCN y PDC les mostró que era mejor negociar antes de la primera vuelta o retirarse, que arriesgarse a ser aplastados en medio de la polarización.

¿CREE QUÉ PODRÍA CAMBIAR LA TENDENCIA A FAVOR DE ALGUNO U OTRO CANDIDATO?

No parece haber de dónde aumente considerablemente. Los partidos, por supuesto, tienen que echar el esfuerzo final de tratar de tener, en cuestión de horas o de días, si hay algún tesoro escondido, o sea si hay algún tipo de mensaje o alguna cosa que le haga que los votantes se muevan más de un lado que al otro. Hasta el momento, ninguno de los dos partidos ha encontrado ese efecto de comunicación, esa propuesta que permita que los indecisos se vayan un para un lado.

¿SE REFIERE A ALGUNA ESTRATEGIA MEDIÁTICA?

Sí. Supongo que a estas horas están teniendo discusión más en profundidad para tratar de encontrar mensajes y propuestas que atraigan el voto indeciso.