

EL ESPECTÁCULO DE LAS ELECCIONES EN BRASIL

Carlos Manhanelli

Resumen

En este artículo se hace un recorrido por las elecciones presidenciales que han tenido lugar en Brasil desde el final de la dictadura militar.

Palabras clave: Elecciones, marketing electoral, contexto.

Es necesario hacer referencia al contexto en el que se produjeron las elecciones en Brasil, porque creo que la mayoría de ciudadanos se quedó únicamente con la versión de los medios de comunicación.

RETROSPECTIVA DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES TRAS LA DICTADURA

Las elecciones a Presidente de 1989

El año 1989 fue muy importante para la historia de las elecciones en Brasil. Después de 21 años de dictadura militar y cinco años de mandato del presidente José Sarney, quien reemplazó a Tancredo Neves, elegido por el Colegio Electoral, el país tuvo su primera elección presidencial directa desde 1960. A millones de brasileños se les dio finalmente la oportunidad de elegir a su Presidente, después de más de veinticinco años de dictadura militar. La elección presidencial tuvo 23 candidatos en la primera ronda, lo que representó una gran variedad de partidos políticos. La disputa fue a la segunda ronda con los dos principales candidatos: Fernando Collor de Mello y Luiz Inácio Lula da Silva.

Resultados de las elecciones de 1989

[Segunda vuelta de las elecciones]

- 1º Fernando Collor de Mello (PRN/PSC)
35.089.998 votos.
- 2º Luiz Inácio Lula da Silva (PT/PSB/PC do B)
31.076.364 votos

Abstract

This article analyzes the presidential elections that have taken place in Brazil since the end of the military dictatorship.

Keywords: Elections, electoral marketing, context.

Las elecciones a Presidente de 1994

Segunda elección presidencial después del régimen militar. Tras la destitución del presidente Collor de Mello, el Presidente Itamar Franco asume la presidencia y Fernando Henrique Cardoso fue invitado a convertirse en Ministro de Hacienda, que junto al Presidente, se despliega y se convierte en responsable del Plan Real, que estabiliza la economía y la inflación galopante existente en el país hasta entonces. Con esa FHC se convierte en el "padre de la Real" y hace así su candidatura a la presidencia.

Resultados de las elecciones de 1994

Primera vuelta

- 1º Fernando Henrique Cardoso (PSDB/PFL/PTB)
34.364.961 votos (54,27%).
- 2º Luiz Inácio Lula da Silva (PT/PSB/B PC/
PSTU/PCB/PPS): 17.122.127 votos (27,04%).

Las elecciones a Presidente de 1998

Primer caso de reelección presidencial en Brasil. El ambiente que se respiraba durante todo el año era el de plebiscito y no el de elecciones. Se discutió si la situación del país era buena para la población o no. "Si es buena, el Presidente debe continuar, y si se ve mal debe cambiar".

El Plan Real trajo cierta estabilidad económica a la gente que había vivido durante mucho tiempo los dolores de la alta inflación y los salarios corrosivos.

Resultados de las elecciones de 1998

Primera vuelta

- 1º Fernando Henrique Cardoso (PSDB/PMDB/PFL/PPB/PTB): 35.936.540 votos (53,06%).
- 2º Luiz Inácio Lula da Silva (PT/PDT/PSB/PC do B): 21.475.218 votos (31,71%).

Las elecciones a Presidente de 2002

Después de ocho años de mandato de Cardoso, con una imagen dañada y un gobierno con no muy buena valoración, la población se da cuenta de que pueden avanzar los logros sociales.

La victoria de Lula se puede entender con el análisis de las encuestas de intención de voto, fabricado y distribuido incluso antes de la segunda ronda. En esos sondeos, parece que el votante estaba dispuesto a votar por Lula, independientemente de la región donde vivía, su edad, ingresos familiares, nivel educativo y género.

Resultados de las elecciones de 2002

Segunda vuelta

- 1º Luiz Inácio Lula da Silva (PT/PC do B/PL/PMN/PCB): 52.772.475 votos (61,3%).
- 2º José Serra (PSDB/PMDB): 33.356.860 votos (38,7%).

Las elecciones a Presidente de 2006

Luiz Inácio Lula da Silva fue reelegido Presidente de la República con 58 millones de votos. Al ganar con el 60,83% de los votos válidos, Lula es el segundo presidente en ser reelegido en Brasil. Esta vez, el PT, con la misma estrategia de reelección de FHC, a saber, el debate de la sucesión conduce a un plebiscito el contexto de la competición, en el que lo que está en juicio es la aprobación del gobierno (un estudio mostró que la mayoría de la población aprobaba al gobierno y especialmente al presidente Lula).

Resultados de las elecciones de 2006

Segunda vuelta

- 1º Luiz Inácio Lula da Silva (PT)
58.295.042 votos (60,83%).
- 2º Geraldo Alckmin (PSDB)
37.543.178 votos (39,17%).

Las elecciones a Presidente de 2010.

Entre 2003 y 2005, Dilma comandó una reformulación profunda en el sector eléctrico brasileño. Las medidas

adoptadas por ella fueron fundamentales para impedir el racionamiento o interrupciones en el suministro de energía que podrían haber perjudicado el desarrollo de Brasil. Además, se atrajeron las inversiones privadas para la construcción de plantas hidroeléctricas, termoeléctricas y eólicas.

TÉCNICAS DEL MARKETING ELECTORAL

1. Todo lo que puede anticipar, anticipa. Incluso en contra de la ley, el PT, Lula y Dilma pusieron un programa en la televisión donde lanzaron a Dilma como candidata oficial del partido.

2. Garante. Las alianzas y el apoyo siempre se colocan como los garantes de los candidatos y sí: Dilma tiene una garantía de peso (Lula llega a las elecciones con la aprobación de 83% en su gobierno).
DILMA = LULA de Falda.

3. Frecuencia. Aparición en todos los vehículos posibles de los candidatos, incluso antes de convertirse en el candidato oficial.

4. Resolución de la imagen. Como enseña Roger-Gérard Schwarzenberg en su libro "El programa estatal" los políticos sólo debe tener una imagen de marketing electoral:

- Héroe
- Hombre sencillo
- Hombre encantador
- Padre o Madre

El PT y sus estrategias optan por hacer de Dilma una gran madre, que continuaría con el crecimiento del país, con el progreso social en todos los ámbitos, siempre respaldada por el hombre sencillo (Lula).

Resultados de las elecciones de 2010

Segunda vuelta

- 1º Dilma:
56,05%
- 2º Serra:
43,95%



Carlos Manhanelli

Fundador y Presidente de ABCOP
(Asociación Brasileña de Consultores Políticos)
carlos@manhanelli.com.br