

## Historia de una elección con un final inesperado

**Néfer Muñoz**  
**Agosto 2014**

*La campaña electoral en Costa Rica de cara a los comicios de 2014 fue un intenso proceso de reacomodo político, donde hubo una activa participación de la juventud, las redes sociales ocuparon un escenario principal, distintos sectores demonizaron a la izquierda y la polarización discursiva produjo un resultado inesperado: la elección del candidato del Partido Acción Ciudadana, el profesor universitario Luis Guillermo Solís.*

El domingo 6 de abril de 2014 el profesor universitario Luis Guillermo Solís se convirtió oficialmente en el presidente número 48 de Costa Rica al ganar la segunda vuelta de las elecciones generales con un arrollador resultado en el que obtuvo el 78 por ciento de los votos emitidos. Ese día la prensa nacional e internacional enfocó sus reflectores mediáticos en este politólogo e historiador de 55 años, quien en las últimas semanas de la campaña había surgido desde el fondo de las encuestas para arrebatarse sorpresivamente el primer lugar en la primera ronda a los candidatos que habían liderado por meses los estudios de opinión.

El triunfo definitivo de Solís, candidato del Partido Acción Ciudadana (PAC), fue el inesperado corolario de un intenso proceso electoral en el que la juventud tuvo un peso determinante, las redes sociales (RRSS) jugaron un papel de primer orden, se presentó una campaña de miedo en contra de la izquierda, hubo una gran controversia cuando el candidato oficialista renunció (y no renunció) en la segunda ronda y el Partido Liberación Nacional (PLN) fue desplazado del centro del poder a pesar de contar con una maquinaria electoral que antes de la campaña parecía invencible.



Esta es una memoria que recoge los aspectos más relevantes de la elección presidencial de Costa Rica en el año 2014.

## Luis Guillermo Solís: el candidato sorpresa

La primera gran sorpresa en la ruta de Luis Guillermo Solís a la presidencia sucedió en julio de 2013 cuando buscaba ganar la nominación dentro de su propio partido, el Partido Acción Ciudadana (PAC). En una reñida convención interna, cuyo recuento de votos apuntaba a una derrota inminente para Solís, el profesor universitario ganó la postulación de forma dramática con una ventaja que al final fue de apenas 113 votos.<sup>1</sup>

Solís volvió a provocar otro sobresalto político el 2 de febrero de 2014 cuando, contra todos pronósticos de las encuestas, que lo colocaban en cuarto lugar de las preferencias, se convirtió en el candidato más votado en la primera ronda al recibir casi un 31 por ciento de los sufragios. En su campaña había prometido “trabajo, progreso y felicidad”<sup>2</sup> Ese día de febrero no pudo consagrarse presidente electo ya que la ley electoral en Costa Rica exige que para la primera vuelta se debe obtener un mínimo del 40 por ciento de los votos emitidos. Por eso el país tuvo que ir a una segunda ronda dos meses después, el domingo 6 de abril. En esa fecha Solís ganó la presidencia con casi el 78 por ciento de los sufragios, al obtener más de 1,3 millones de votos, la cifra más alta lograda por candidato alguno en la historia presidencial de Costa Rica.

¿Cuáles son los antecedentes biográficos de Solís? A sus 55 años, Luis Guillermo Solís es un historiador y politólogo que ha hecho carrera en las aulas universitarias, en puestos partidistas y de gobierno y en organizaciones

no gubernamentales. Estudió historia en la Universidad de Costa Rica y posteriormente hizo una maestría en estudios latinoamericanos en la Universidad de Tulane, en Estados Unidos. En 1986, el entonces joven Solís se incorporó al Ministerio de Relaciones Exteriores de Costa Rica donde pudo participar en el apoyo al plan de paz para Centroamérica, que en 1987 le valió el premio Nobel de la Paz al entonces presidente Oscar Arias.

En su juventud y durante parte de su edad adulta, Solís militó en el Partido Liberación Nacional (PLN), del que llegó a ser su secretario general. Sin embargo, renunció al PLN en 2005 al alegar en una carta pública que su dirigencia estaba en manos de una “cúpula oportunista y reaccionaria”. Es a ese mismo partido -al que estuvo ligado por muchos años- que Solís derrotó en 2014 como candidato del PAC. De abuelo y padre zapateros, Solís se confiesa un lector voraz y dice tener entre sus autores favoritos a Rabindranath Tagore, Gabriela Mistral, William Shakespeare y Mario Vargas Llosa.

“El Partido Acción Ciudadana (PAC) tiene la particularidad de que no tiene ideología”, me dijo Solís en una conversación que tuvimos en su oficina tan solo unas semanas antes de la segunda ronda. “Es un partido que se construye a partir de diferentes corrientes ideológicas que se suman en el momento de su fundación. Yo, personalmente, me considero socialdemócrata”, agregó Solís. En esa misma entrevista expresó que el principal objetivo de su administración: “Queremos de manera efectiva combatir la pobreza, no sólo administrarla”<sup>3</sup> Aseguró que su antiguo partido y ahora rival, el PLN, se especializa en administrar la pobreza porque en las últimas décadas le dio rédito político a través del clientelismo.

1 Muñoz, «¿Como queda la carrera por la presidencia de Costa Rica con la renuncia de Johnny Araya?»

2 Profile

3 Entrevista a Solís



## Los otros candidatos

Las elecciones de 2014 en Costa Rica tuvieron un total de 13 candidatos presidenciales. Los aspirantes favoritos que durante meses se disputaron el primer lugar en las encuestas de opinión fueron Johnny Araya, del oficialista Partido Liberación Nacional (PLN); José María Villalta, del Frente Amplio (FA) y Otto Guevara, del Movimiento Libertario (ML).

En la primera ronda, celebrada el primer fin de semana de febrero, el Partido Acción Ciudadana (PAC) obtuvo el 30,64% de los votos; el Partido Liberación Nacional (PLN) el 29,71%; el partido Frente Amplio (FA) un 17,25%; y el Movimiento Libertario (ML) recibió apenas un 11,34%. El abstencionismo en la primera ronda alcanzó un 31,81%. Como lo explica el investigador Carlos Sandoval, académico de la Universidad de Costa Rica, “estos resultados dieron lugar a una imprevista segunda vuelta que adquirió ribetes más aún inesperados cuando Johnny Araya Monge renunció a continuar con la propaganda electoral pese a que no podía renunciar a ser candidato”<sup>4</sup> Araya renunció a continuar su campaña supuestamente por la falta de dinero para publicidad y por su desplome de popularidad en las encuestas. Esta inusitada renuncia hizo que Luis Guillermo Solís declarara que la lucha electoral en la segunda ronda para él era como una campaña “contra un fantasma”<sup>5</sup>

### Johnny Araya, Partido Liberación Nacional (PLN)

En Costa Rica a los seguidores del Partido Liberación Nacional (PLN), por el color verde de su bandera, les dicen “pericos”. Johnny Araya pertenece a una familia de “pericos” de renombre. Su tío Luis Alberto Monge fue presidente de Costa Rica en 1982 y su hermano Rolando, como candidato presidencial, perdió

las elecciones de 2002. Ingeniero agrónomo de 56 años y casado en cinco ocasiones, Johnny Araya fue alcalde de San José de Costa Rica durante 22 años. En las elecciones de 2014, este candidato tuvo como reto ser el máximo representante de un partido que ya llevaba ocho años en el poder y que nunca había gobernado en tres ocasiones consecutivas. Además, su correligionaria, la entonces presidenta Laura Chinchilla estaba en la lista de los mandatarios de América Latina más impopulares. De hecho, Chinchilla ocupó el nada honroso título de ser la persona con más baja popularidad entre todos los presidentes de la región.

Tras un comienzo de campaña en el que las encuestas lo daban como virtual ganador de las elecciones, Araya entró en un declive hasta que finalmente quedó en segundo lugar en la primera ronda electoral de febrero. Sin embargo, el declive se tornó en desplome. El 5 de marzo el periódico Semanario Universidad publicó una encuesta, elaborada por la estatal Universidad de Costa Rica, en la que, de cara a la segunda ronda, Araya recibía apenas un respaldo del 21 por ciento de los votantes, mientras que su rival, Luis Guillermo Solís, del PAC, obtenía un 64 por ciento de la intención de voto.<sup>6</sup>

Ese mismo día, Araya convocó a una conferencia de prensa en la que renunciaba a continuar en campaña: “La política, que es la ciencia de realidades, tiene su propia lógica. La sensatez indica ahora, más que nunca, que hay que sopesar los elementos de la realidad y actuar en consecuencia. Por ello, con firmeza de ánimo hago saber mi decisión de concluir hoy esta campaña por la presidencia de la República”<sup>7</sup>

A partir de su dimisión, Araya desató una serie de especulaciones ya que la ley de Costa Rica impide oficialmente la renuncia de un

4 Sandoval.

5 Muñoz, «Costa Rica»

6 Rivera.

7 Muñoz, «¿Como queda la carrera por la presidencia de Costa Rica con la renuncia de Johnny Araya?».



candidato que esté participando en la segunda ronda electoral. El presidente del Tribunal Supremo de Elecciones, Luis Antonio Sobrado, indicó a la prensa que la renuncia de Araya era “un hecho político, no jurídico”. Así que las autoridades electorales mantuvieron en firme las elecciones de la segunda ronda del 6 de abril y la papeleta incluyó las caras de Araya y Solís. En otras palabras, la decisión de suspender su campaña fue una renuncia que no fue renuncia.

## La debacle mediática de Johnny Araya

Como lo explica el académico José Fonseca, especialista en comunicación y lenguajes audiovisuales de la Universidad de Costa Rica, la campaña de Johnny Araya tuvo varios problemas a la hora de articular su estrategia de “narración”. Explica Fonseca que la narración es “un tipo específico de texto o discurso” que se “caracteriza por relatar una secuencia de eventos y acciones (reales o ficticios), ligados de forma más o menos causal, que transcurren en el tiempo y el espacio, y están usualmente cohesionados por una determinada temática e intención comunicativa”<sup>8</sup>

En los siguientes tres videos se puede ver una evolución de la “narración” que los encargados de campaña de Araya escogieron para su candidato a lo largo de esta contienda electoral:

- Video 1: <http://www.youtube.com/watch?v=tkXDR5M8XTE> (1 min) p. Octubre 2013.
- Video 2: <http://www.youtube.com/watch?v=nKIItj989YUU> (2 min) p. Enero 2014
- Video 3: <https://www.youtube.com/watch?v=L7MvUzf3zMA> (30 segs) p. Marzo 2014

8 Fonseca

Para Fonseca, estos anuncios muestran una falta de *unidad y claridad* en sus textos.<sup>9</sup> Según su análisis, “esta pequeña muestra evidencia una serie de yerros a la hora de utilizar y aprovechar la narración como estrategia comunicativa”<sup>10</sup> El experto agrega en su análisis: “¿Cómo puedo pretender establecer un vínculo afectivo con mi audiencia, si mi historia es con costos comprensible, o si me distancio de los principios elementales de la narración a los que estamos tan acostumbrados? Estos pequeños relatos carecen de una coherencia conceptual, más allá de tratarse de spots para un mismo candidato o partido. No hay unidad en su mensaje, ni en su estilo, ni mucho menos en su tratamiento narrativo”.<sup>11</sup>

Fonseca se pregunta hasta qué punto la caída del candidato Johnny Araya en las elecciones fue como consecuencia de un mal manejo narrativo de su discurso de campaña con un mensaje poco claro y, para agravar la situación, con una renuncia de cara a la segunda ronda electoral. De acuerdo con este investigador, Araya rompió con sus votantes un contrato simbólico: “cedió ante la adversidad, dejó de luchar en pos de su objetivo y lo que es peor: los motivos para esta transgresión no resultan ni claros ni convincentes”.<sup>12</sup>

## Jose Maria Villalta (Frente Amplio)

A sus 36 años, el abogado José María Villalta se convirtió definitivamente en la sorpresa de la campaña. Postulado por el Frente Amplio (FA), Villalta fue creciendo rápidamente en la contienda durante noviembre y diciembre de 2013. Para principios de 2014 se convirtió en el rival que le pisaba los talones al oficialista y favorito en las encuestas, Johnny Araya. Sin embargo, el desgaste mediático de confrontación entre ambos candidatos al final cobró su factura en las elecciones ya que

9 Fonseca  
10 Fonseca  
11 Fonseca  
12 Fonseca



ninguno de los dos aspirantes pudo hacerse con la presidencia. Y, tal vez, el factor decisivo que pudo afectar de gran manera a Villalta fue lo que expertos en política y comunicación han denominado “la campaña del miedo” que sectores de derecha dirigieron contra este candidato de izquierda.

Tras cuatro años en los que destacó como el único congresista del Frente Amplio en el congreso, Villalta se ganó rápidamente, como candidato a la presidencia, las preferencias de muchos sectores de jóvenes y de votantes insatisfechos con la clase política de Costa Rica. Su mensaje -directo, claro y sencillo- se basó en ponerle freno a la corrupción y darle oportunidad a una nueva generación de personas que quieren gobernar. Ante el desencanto de los votantes frente a la clase política tradicional, el lema de campaña de Villalta apelaba a una esperanza por el cambio: “¡Sí hay por quién votar!”. Sin embargo, el FA tuvo que enfrentar la dura oposición de grupos conservadores que lanzaron una campaña de dudas e incertidumbre sobre lo que pasaría en Costa Rica si la izquierda asumiera el poder.

La profesora Lidieth Garro, directora de la Escuela de Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica, escribe que “el miedo es la percepción de una amenaza, real o imaginaria, percibidos de manera específica por un grupo o por la sociedad en su conjunto”<sup>13</sup> La analista explica que el miedo corroe, desmorona esperanzas, desvanece emociones, apaga la vitalidad, paraliza; para sectores específicos de la sociedad las condiciones de vida cotidiana y del entorno, como la pobreza, que amenazan la integridad física o la seguridad económica pueden convertirse en detonantes del miedo.<sup>14</sup>

La utilización del miedo en Costa Rica como estrategia política no fue algo nuevo en la campaña presidencial de 2014. Ya había sido utilizado en el conocido “Memorando del Miedo”, denunciado por el Semanario

13 Garro  
14 Garro.

Universidad en el año 2007 en el período previo al referéndum donde se votó la incorporación de Costa Rica al Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos. El memorando, dirigido al presidente Oscar Arias y escrito por el vicepresidente del país Kevin Casas y el diputado liberacionista Fernando Sánchez, proponía una estrategia que el gobierno debía ejecutar para generar miedo y asegurar que los ciudadanos votaran a favor del “Sí” y en contra del “No”. En el memorando los autores pedían estimular el miedo en cuatro dimensiones: miedo a la pérdida del empleo si no se aprobaba el TLC, miedo al ataque a las instituciones democráticas, miedo a la injerencia extranjera en el NO, miedo al efecto de un triunfo del NO sobre el gobierno. Como lo explican Garro y Trejos, “la tormenta desatada por el documento y la denuncia de la estrategia condujo a la renuncia del vicepresidente de la República Kevin Casas y al llamado de las fuerzas opositoras al TLC a no tener miedo al apoyar el voto por el NO”<sup>15</sup>

Con ese antecedente, en la campaña presidencial de 2014 se comienzan a dar una serie de ataques parecidos, esta vez en contra de Villalta y el Frente Amplio. Estos mensajes de miedo circularon en los espacios laborales privados y públicos y fueron incluso instrumentalizados en el tipo de preguntas que hicieron las casas encuestadoras. Garro compila una serie de datos y artículos de la contienda para concluir que la campaña del miedo en contra de Villalta se basó en aspectos económicos atemorizantes: fuga de inversiones, derrumbe de la economía y pérdida de empleos. Ante las denuncias en medios de comunicación y redes sociales del uso de las estrategias de miedo en los espacios laborales durante la campaña política del 2014, se presentó otro fenómeno interesante: la negación de la existencia de esa campaña del miedo.

Lo curioso es que la polarización que se presentó durante la campaña entre Araya y Villalta tal vez pudo ser un factor que incidió en

15 Garro.





que muchos electores se inclinaron al final por votar por Luis Guillermo Solís, quien hasta el momento había aparecido poco en la discusión de temas candentes y pudo surgir como un candidato de consenso y ecuánime, sin el peso del pasado del PLN ni de la supuesta amenaza que representaba el FA.<sup>16</sup>

Como lo explica el analista Carlos Sandoval, “los discursos del miedo sin duda han incidido en esta coyuntura electoral en Centroamérica”<sup>17</sup> Ya que hay que recordar que esta ha sido una temporada de elecciones en el istmo centroamericano. Estos discursos del miedo limitaron y auto-censuraron la agenda de las campañas en Costa Rica, El Salvador y Honduras y restaron posibilidades a las organizaciones de centro-izquierda. “Por otra parte, esas mismas organizaciones y las sociedades en su conjunto parecen asumir que es legítimo autodescribirse como de izquierda. Ello puede resultar obvio, pero no lo es tanto en términos prácticos. Más relevante aún es el hecho de que posiblemente a las nuevas generaciones el estigma de “comunistas” o de “izquierda” no les sean tan significativos”<sup>18</sup>

## Inequidades

Hay que tener presente que las elecciones presidenciales de Costa Rica se enmarcan en un proceso electoral más amplio que implicó reajustes políticos en toda Centroamérica. Entre noviembre 2013 y abril 2014 hubo elecciones en Honduras, El Salvador y Costa Rica. En mayo de 2014 en Panamá.

Como lo explica el investigador Carlos Sandoval, el fin de los conflictos armados en Centroamérica, en especial en Guatemala, El Salvador y Nicaragua estuvo caracterizado por la consolidación de la democracia electoral, pero también por la legitimación

<sup>16</sup> Más detalles sobre la campaña del miedo se pueden leer en el siguiente artículo de la revista Paquidermo (Vargas Solís 1). Recuperado desde <http://www.revistapaquidermo.com/archives/10100>

<sup>17</sup> Sandoval.

<sup>18</sup> Sandoval.

de una serie de políticas neoliberales que han profundizado la exclusión social. Los triunfos consecutivos del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) en las elecciones presidenciales de El Salvador (2010-2014, 2014-2018) es el caso más sobresaliente de esta transición política.<sup>19</sup>

“La desvinculación entre producción y mercado interno, incentivada por programas de Ajuste Estructural y presente hasta hoy, provoca menores posibilidades de empleo y la migración forzada, la cual a su vez, le permite a los países de llegada ‘externalizar los costos de reproducción’ de la población que se ocupa de las actividades menos remuneradas o bien de segmentos de empleo bien remunerado para los cuales algunas sociedades industrializadas no cuentan con suficientes recursos humanos”.<sup>20</sup>

Como lo explica Sandoval, el resultado es que, si bien cesaron los conflictos armados, la violencia continúa como uno de los rasgos destacados del istmo centroamericano. Guatemala, El Salvador y, aún con mayor intensidad, Honduras exhiben muy altas tasas de homicidio. “Las tasas de homicidio doloso por 100.000 habitantes en Honduras pasaron de 31,9 homicidios dolosos en 1994 a 79 en el año 2013, lo cual indica cuán precaria se ha vuelto la vida en la región. Junto con la violencia, las migraciones son un segundo rostro de la exclusión Centroamérica. Se estima que entre un 12 o un 14 por ciento de la población de la región vive en un país diferente del de su nacimiento”.<sup>21</sup>

En cuanto a los resultados de las elecciones generales en Costa Rica con respecto al nuevo Congreso hubo diversas sorpresas. Una de ellas fue el repunte del Partido Unidad Social Cristiana, que pasó de 5 a 8 diputados; el PAC aumentó de 11 a 13 curules, pero será la fracción de gobierno más pequeña en la historia política del país. Mientras tanto, el ML disminuyó de 8

<sup>19</sup> Sandoval.

<sup>20</sup> Sandoval

<sup>21</sup> Sandoval



a 5 y el PLN de 24 a 18 diputados. La principal sorpresa fue el incremento de diputados del Frente Amplio, que pasó de tener tan solo uno a elegir 9 y se constituyó en la tercera fuerza política del país. En el caso de Costa Rica, aún cuando hubo 13 candidatos presidenciales, entre ellos “no hubo una sola mujer. Esto deja en evidencia la continuidad de dinámicas electorales dominadas por la disparidad de género”.<sup>22</sup>

El profesor Sandoval explica que en 2014 “la vieja política se resiste a morir y la nueva política no termina de emerger. El nacimiento de una nueva política depende en buena medida de que el narcisismo de las diferencias menores, con tintes masculinistas evidentes, no le robe el protagonismo al diálogo y al debate. Habría, también, que salirle al paso de las perspectivas que interpretan una Asamblea Legislativa integrada por varias fracciones como sinónimo de ‘ingobernabilidad’. Más bien el reto consiste en reconocer que avanzamos, más por vía de la práctica, a un sistema parlamentario, en que la transparencia y la negociación deben ser el punto de partida”.<sup>23</sup>

## Obras citadas

- Fonseca, José. «El pueblo no come cuento... Reflexión sobre el papel de la narración en el proceso electoral 2014». abr. 2014.
- Garro, Lidieth, y Catalina Trejos. «El discurso del miedo y sus respuestas en Twitter en la coyuntura electoral 2014». abr. 2014.
- Muñoz, Néfer. «¿Cómo queda la carrera por la presidencia de Costa Rica con la renuncia de Johnny Araya?» BBC Mundo. Noticias. N.p., s. f. Web. 5 ago. 2014.
- ---. «Costa Rica: la insólita elección contra un candidato “fantasma”». BBC Mundo.

22 Sandoval

23 Sandoval

N.p., 6 abr. 2014. Web. 5 ago. 2014.

- «Profile: Luis Guillermo Solís». BBC News. N.p., s. f. Web. 5 ago. 2014.
- Rivera, Ernesto. «Encuesta de CIEP reveló ventaja de Solís». Semanario Universidad 5 mar. 2014.
- Sandoval, Carlos. «Apuntes sobre coyuntura electoral y procesos de comunicación en Centroamérica». abr. 2014.
- Solís, Luis Guillermo. Entrevista al candidato del Partido Acción Ciudadana, Luis Guillermo Solís. 12 feb. 2014. Entrevista personal.
- Vargas Solís, Luis Paulino. «Campaña del miedo 2014». Revista Paquidermo. Web. 5 ago. 2014.



## **Autora**

**Néfer Muñoz**  
Profesor universitario de  
literatura y periodismo

[nefermunoz@gmail.com](mailto:nefermunoz@gmail.com)

San José, Costa Rica

## **Pie de imprenta**

**Fundación Friedrich Ebert  
Stiftung**

## **Responsable**

**FES Comunicación para América  
Latina**  
Calle 71 # 11 - 90  
Bogotá, Colombia

[omar.rincon@fescol.org.co](mailto:omar.rincon@fescol.org.co)

## **FES Comunicación**

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.