



INFORME ESPECIAL

# 2014, Brasil entre la Copa y las elecciones

Rio de Janeiro, marzo 2014

**d+i** LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUCCIÓN
2. LOS DESAFÍOS DE UN AÑO COMPLICADO
3. ELECCIONES PRESIDENCIALES 2014: EL PAÍS EN ESCENA
4. SALUD E INFRAESTRUCTURAS: DESAFÍOS CON NOMBRES PROPIOS
5. CAMPAÑAS 2.0: EL GIGANTE ESTÁ ONLINE

AUTORES

LLORENTE & CUENCA

## 1. INTRODUCCIÓN

En marzo de 2013, la presidenta Dilma Rousseff se preparaba para enfrentar el penúltimo año de su primer mandato viendo ante sí un horizonte limpio y despejado: su índice de aprobación, según las encuestas del momento<sup>1</sup>, rozaba el 65%, aumentando en tres puntos porcentuales la última medición hecha en Diciembre de 2012. Algo solo comparable al índice de la canciller alemana, Ángela Merkel (68% de aprobación). Otros líderes mundiales, como Barack Obama o François Hollande, no pasaban del 50 y el 30%, respectivamente.

En ese mes de marzo, mientras Brasil se preparaba para albergar la Copa de las Confederaciones de fútbol y la primera visita oficial del recién nombrado Papa Francisco, el 76% de los brasileiros consideraban el país como un lugar excelente para vivir y el 81% destacaba su gran importancia en el escenario internacional. Sin duda, respondieron los encuestados comprobando lo que muchos analistas extranjeros pensaban, el país estaba mucho mejor que hacía 10 años<sup>2</sup>.

Por si fuera poco, los índices del Instituto Brasileiro de Opinión Pública, IBOPE, confirmaban el optimismo de Dilma: en cualquier escenario posible ganaría la carrera por la reelección en el primer turno, con no menos del 50% de las preferencias electorales<sup>3</sup>.

Ni siquiera el escándalo del llamado Mensalão<sup>4</sup> parecía haber golpeado la reputación de la Presidenta y el ánimo de los brasileiros. Brasil seguía siendo, a ojos del mundo y de los brasileiros, el país de moda. El lugar donde todos querían estar.

### Aquellos 20 centavos y algo más

Apenas dos meses después, en mayo de 2013, la alcaldía de Natal (nordeste del país) anunció un aumento de 20 centavos en el precio del pasaje de autobús. Un aumento que, desde 2012, venía intentado hacer sin éxito, al igual que otras ciudades como Porto Alegre (en el Sur). En ambos casos, las manifestaciones no se hicieron esperar

1 Ver Datafolha 03/2014. Encuesta de Valoración de la Presidenta Dilma.

2 Ibid.

3 Ver Encuesta de intención de voto presidencial IBOPE. Marzo 2013.

4 Mensalão es el nombre con el que se conoce uno de los más importantes casos de corrupción política registrados en el país y que llevó a altos e históricos dirigentes del Partido de los Trabajadores (PT) próximos a Lula y a Dilma a la cárcel, en un proceso que aún sigue abierto.

**“Pocas personas en el gobierno previeron que esas incipientes manifestaciones eran la semilla de un movimiento que cambiaría la realidad del país”**

Portadas de "The Economist" resumiendo la percepción sobre Brasil



y los ciudadanos, contrariados, tomaron las calles en contra de dicha tarifa.

Pocas personas en el gobierno previeron que esas incipientes manifestaciones eran la semilla de un movimiento que cambiaría la realidad del país: el 20 de junio —precisamente en medio de la Copa de las Confederaciones de fútbol—, más de un millón de personas tomaban las calles de las principales ciudades reclamando no sólo por esos 20 centavos, sino por todo lo que no funcionaba desde hacía mucho tiempo: la salud, la educación, las infraestructuras, los derechos sociales y civiles; la economía.

Apenas unos días antes, Dilma, la presidenta que caminaba con paso seguro a su reelección, había sido abucheada en vivo y en directo durante el discurso inaugural de la Copa de las Confederaciones en el estadio Mané Garrincha de Brasilia. Definitivamente, pensó ella junto a sus asesores, algo no iba bien.

### Un país de realidades y percepciones

A partir de junio de 2013, (y a pesar de la Selección Brasileira haber ganado brillantemente la Copa de las Confederaciones en una final de ensueño frente a la actual campeona del mundo, España), el país empezó a cambiar la gestión de sus expectativas y realidades.

Junto a la suspensión en los aumentos del pasaje de autobús,

el gobierno corrió a aprobar medidas que aseguraban más fondos para la educación y la salud, los grandes olvidados de las inversiones de la Copa y los Juegos Olímpicos. Fondos que, por otro lado, están ligados a los *royalties* del pré Sal, ese gran yacimiento de Petróleo y Gas cuya exploración dejará a Brasil entre los detentores de las mayores reservas del mundo.

En ese contexto, la oposición, especialmente la del Partido de la Social Democracia Brasileira (PSDB) liderada por el pre candidato presidencial Aécio Neves, presionó al gobierno para una mayor inversión en la estructura de transporte urbano en detrimento de proyectos como el tren de alta velocidad que debía conectar São Paulo y Rio de Janeiro y que fue archivado en un cajón cuando estaba prácticamente licitado.

De repente, como ilustró *The Economist* en su portada de septiembre de 2013, es como si ese cohete llamado Brasil hubiese perdido su rumbo. Brasil, decían varios analistas al tenor de las manifestaciones, era un claro ejemplo del llamado “vuelo de la gallina”.

Del 65% de popularidad, Dilma cayó al 30% y, por primera vez desde que asumiera su mandato, sintió que el país le daba la espalda. Y no sólo el país. La desaceleración económica y la consecuente reducción del crecimiento del PIB; el excesivo proteccionismo y la falta de re-

**“Con su grupo de empresas, Batista, el modelo de *selfmade man*, intentó hacerse un imperio en el sector de la energía”**

formas macroeconómicas que respondieran a las necesidades del mercado terminaron por minar la credibilidad de las previsiones del país y, por ende, del propio gobierno.

A su vez, la situación de sus vecinos, especialmente Argentina y sus repercusiones en las inversiones brasileras y en el Mercosur, tampoco ayudaron a mejorar el desempeño del país.

De forma paradójica (o quizás no) esa “caída en la realidad” del país parece haberse resumido en la caída, a finales de 2013, de quien era considerado hasta ese momento el hombre más rico de Brasil, Eike Batista. Con su grupo de empresas, Batista, el modelo de *selfmade man*, intentó hacerse un imperio en el sector de la energía. Llegó a tener la séptima mayor fortuna del mundo según la revista Forbes antes de ver como los malos resultados y falsas promesas terminaban por desmantelar sus endebladas empresas y a convertirlo en un gran fiasco financiero.

Sin embargo, no todo fueron malas noticias. A pesar de las manifestaciones, algunas de las medidas tomadas por el gobierno de Dilma repercutieron positivamente en su reputación e imagen, sumado a la incapacidad de

la oposición de fortalecerse frente al descontento de la sociedad, que a pesar de todo se ha mostrado de cierta forma “indulgente” con su presidenta.

Asimismo, algunas decisiones de política exterior rindieron dividendos internamente: la firme postura del gobierno en la ONU (septiembre) frente a las denuncias de espionaje electrónico por parte de Estados Unidos, permitieron al país fortalecer su liderazgo internacional al proponer un nuevo marco global para la privacidad en la Red.

Asimismo, su enérgica respuesta al impasse de Evo Morales en Europa<sup>5</sup>, reforzó el liderazgo regional de Brasil y su influencia en la actualidad latinoamericana.

Por otro lado, junto a la euforia del Pré-Sal, la constante demanda de commodities minerales (a pesar del momento actual de estabilidad) así como el desarrollo de otros sectores industriales ayudaron a mantener el optimismo (aunque moderado) sobre las perspectivas del país.

Así, para finales de noviembre, la aprobación de la presidenta Dilma había repuntado hasta alcanzar el 41%<sup>6</sup>. Aún lejos aquel 65% de marzo, pero mejorando respecto a los peores momentos de las manifestaciones de junio.

5 Tras un viaje a Rusia, el gobierno de Estados Unidos sospechaba que al avión de Evo Morales traía en el vuelo de regreso a Edward Snowden, lo que hizo que varios países Europeos cerrasen sus espacios aéreos a Morales. Esto provocó una reacción airada por parte de Brasil y otros países latinoamericanos, que criticaron abiertamente la postura de los europeos. Especialmente, después de que quedó demostrado que Snowden no estaba en dicho avión.

6 Ver Datafolha, Valoración del gobierno Dilma. Noviembre 2013.

**“Lo que realmente le preocupa a Dilma y a su equipo son los desafíos que puedan, por alguna razón, poner en riesgo su reelección”**

En términos de reputación, podría decirse que Dilma llegó a final del año haciendo control de daños, a pesar de que el 59% de los encuestados se mostraban muy pesimistas con respecto al aumento de la inflación (y, por ende, con el coste de vida) para los meses siguientes.

## 2. LOS DESAFÍOS DE UN AÑO COMPLICADO

Probablemente, en algún momento de marzo de 2013, cuando su popularidad llegaba al 65%, Dilma llegó a pensar que el 2014 sería el año de su consagración: Brasil a los ojos del mundo celebrando la Copa del Mundo de fútbol como aperitivo para su reelección en octubre. Hoy el escenario es más complicado de lo imaginado.

Y no porque la reelección esté en riesgo. De hecho, manteniendo el mismo índice de aprobación de noviembre de 2013 (41%), Dilma, señala Datafolha<sup>7</sup>, aun acapara el 47% de las intenciones de voto frente al 17% de Aécio Neves (PSDB) y el 12% de Eduardo Campos (PSB) —ahora fortalecido por Marina Silva, candidata del Partido Verde (PV), que, en las elecciones de 2010, alcanzó el 11,2% de los votos— presentando un crecimiento fenomenal de posición en la política brasilera. Dilma ganaría, dice el sondeo, en primera vuelta al superar la suma de sus adversarios. Pero aunque fueran a segundo turno, la actual presidenta tiene más del 50% de

intención de voto, independiente de quien sea el rival. Según los encuestados de Datafolha, Lula y Dilma siguen siendo los políticos más aptos para emprender los cambios que el país necesita.

No obstante, los especialistas saben que, al menos en este caso, lo que realmente le preocupa a Dilma y a su equipo son los desafíos que puedan, por alguna razón, poner en riesgo su reelección. Por mucho que, según la propia opinión pública, la oposición tampoco haya hecho mayores méritos para sacar al Partido de los Trabajadores (PT) del poder.

En un año el que se renovarán prácticamente todos los cargos de elección popular (con excepción de los alcaldes representantes locales), los desafíos a los que se enfrentan partidos, candidatos y, en definitiva, el país, son muchos y muy variados. Y de aquí al 5 de octubre, día del primer turno de las elecciones, pueden pasar muchas cosas.

Los acontecimientos de 2013 dejaron en evidencia la sensibilidad actual de la sociedad al momento que vive el país. Queda por ver, en este año de disputas, quienes ganan y pierden con estos “cambios de humor”.

Estos son —y no necesariamente en ese orden— cinco de los puntos que podrían influir en esos cambios de humor y, por ende, en el termómetro electoral del próximo mes de octubre:

<sup>7</sup> Ver Datafolha, Encuesta de intención de voto febrero 2014.

**“Cuando un gigante de 198 millones de habitantes decide despertar es difícil volverlo a dormir”**

### El impacto creciente de las manifestaciones

Las manifestaciones en las principales ciudades del país siguen aconteciendo con regularidad y amenazan con aumentar a medida que se aproxime la Copa del Mundo. Lejos de perder fuerza, mantienen su capacidad de impactar en la opinión pública, convocando periódicamente a centenares de personas.

La cada vez mayor capacidad desestabilizadora de las manifestaciones, radicalizada por la presencia de actos de vandalismo por un lado y brutalidad policial por el otro, tuvo su ápice a principios de febrero cuando Santiago Andrade, camarógrafo de televisión, fue alcanzado por un artefacto explosivo durante una manifestación en el centro de Rio de Janeiro y murió algunos días después. Los dos jóvenes supuestos autores materiales de la acción, señalaron la existencia de “pagos” para participar en las manifestaciones y provocar actos de vandalismo.

Junto a sus reivindicaciones (mas no por eso menos importantes de lo que eran junio de 2013) las manifestaciones se han convertido en una cuestión de seguridad, dada su capacidad de generar enfrentamientos y actos violentos que pone en entredicho la capacidad del Estado para gestionar este tipo de hechos sin recurrir a la brutalidad policial. Por otro lado, deja también entrever posibles intereses ocultos al tiempo que atrae todo tipo de actos vandálicos, cuyas repercusiones

no solo afectan la imagen del país en el exterior, sino a su forma de resolver las demandas de la sociedad (y la forma de “demandar” por parte de la sociedad).

Tras la muerte de Andrade, el gobierno parece haberle declarado “la guerra” a los vándalos infiltrados en las manifestaciones, especialmente a medida que se aproxime la inauguración de la Copa. El gobierno tiene claro que no puede permitirse imágenes de batallas campales fuera de los estadios como las generadas durante la Copa de las Confederaciones.

Cuando un gigante de 198 millones de habitantes decide despertar es difícil volverlo a dormir. A las manifestaciones han seguido otro tipo de convocatorias como los “rolezinhos”, en el que centenares de jóvenes de periferia se citan a través de las redes sociales para un encuentro (rolezinho) en algún Centro Comercial. Aun sin fines vandálicos, la aglomeración de jóvenes en los centros ha provocado la acción desmedida de la policía en algunos casos. Pero más allá de esto, ha puesto en evidencia la capacidad de movilización por parte de jóvenes de todos los estratos sociales. Y serán, sin duda, protagonistas de la escena electoral de 2014.

### La Copa: un termómetro de cómo va el país

Se supone que sería una enorme fiesta, un estupendo escaparate para que el país demostrara su protagonismo mundial a través de uno de los mayores eventos



**“Para bien o para mal, la factura de esta Copa del Mundo la recibirá el gobierno liderado por Dilma”**

del mundo. Con siete años (más que ningún otro país) para prepararlo, Brasil llega a la cita con los deberes a medio hacer.

Meta personal de Lula durante su gobierno, la organización del Mundial de Fútbol (su éxito o fracaso) sin duda repercute en la percepción que se tiene, dentro y fuera, de la capacidad de gestión de este gobierno. De un discurso basado en el legado que dejaría para las ciudades y el país, los sobrecostes en las obras y los increíbles atrasos han dejado en entredicho al actual gobierno.

El atraso en el calendario de entrega de los estadios y las vehementes (y públicas) críticas de los principales dirigentes de la FIFA, sin hablar del “dudoso legado” que dejarán estadios como el de Manaus (que no tiene ni siquiera un equipo con perspectiva de jugar la serie A) parece justificar aquellas voces que, desde las manifestaciones, claman por el gasto excesivo e innecesario.

Recientemente, un periodista señalaba en un artículo que lo malo de la Copa es que, a diferencia de proyectos como el Tren de Alta Velocidad Rio- São Paulo, no puede ser aplazada o cancelada. De ahí que el gobierno haya tenido que comprometer aún más recursos para asegurar que todos los estadios estarán listos a tiempo.

Pero una Copa del Mundo no consiste sólo en estadios. Aeroportos, hoteles, seguridad pú-

blica, transporte públicos también son asignaturas pendientes para hacer la “Copa de todas las Copas”, como la bautizó Dilma. Los principales aeropuertos del país (São Paulo y Rio de Janeiro, especialmente) difícilmente mejorarán su maltrecho aspecto para la Copa a pesar de haber tenido siete años para prepararse. Al igual que hiciera a finales de 2013, el gobierno parece empeñado, llegados a este punto, en una estrategia de control de daños.

Ya no se trata de si Brasil llegará o no a la final. O si la perderá con Argentina, España o Alemania. Se trata de poder organizar un evento internacional sin naufragar en el intento. Especialmente porque en dos años llegarán los Juegos Olímpicos y Paralímpicos Rio 2016.

Para bien o para mal, la factura de esta Copa del Mundo la recibirá el gobierno liderado por Dilma. Y es ella quien tiene mucho por perder si la organización no está a la altura del evento. Más que la propia Selección.

### **La Economía o cuando el viento sopla en contra**

Al ambiente de pesimismo interno, producto de las manifestaciones y los incumplimientos en las obras de la Copa, se suma la percepción negativa de la economía, especialmente en el plano internacional.

El país no llegó siquiera a la finalización del primer trimestre del año para revisar sus previsiones

**“Aunque el orden del gobierno para 2014 es el recorte y la contención de gastos, es algo muy difícil de lograr en año de elecciones y especialmente en este año de Copa”**

de crecimiento económico. Si el 2014 empezaba con una expectativa del 2%, las previsiones actuales ya sitúan este crecimiento por debajo del 1,8% y una tasa de inflación que ronda el 6%. Aunque los técnicos llaman a este un escenario de “recesión”, el gobierno insiste en “desaceleración económica”. Al menos hasta pasar las elecciones.

Por si fuera poco, Brasil percibe una pérdida de fuele respecto a vecinos como México, Colombia o Perú, que acaparan la atención de los inversionistas internacionales. Ya en enero, tras el foro de Davos, el diario Financial Times<sup>8</sup> no dudó en señalar a Brasil como el “gran perdedor” del encuentro, especialmente frente a México.

La falta de desarrollo en infraestructuras (el gran talón de Aquiles del desarrollo del país) y el enorme peso que tiene el consumo en el crecimiento del país (ya es típica la máxima “Brasil es un país caro antes que un país rico”) fueron los dos grandes argumentos expuestos en Davos para criticar las debilidades de la política económica del país. Todo esto, aderezado con —señalan los especialistas— una falta de reconocimiento de errores por parte del gobierno y las consecuentes medidas correctivas.

Argumentos que se suman, además, a las ya “tradicionales” críticas al país:

- **El excesivo gasto público.** Brasil es uno de los países con el mayor número de ministerios (39), lo que parece ser solo una muestra de un Estado cada vez mayor pero no más eficiente. Tema de batalla de la oposición, el PSDB reclama que el país pasó de los 24 ministerios de Fernando Henrique Cardoso a los 39 actuales con la consecuente carga en el bolsillo de los brasileros. Por citar un ejemplo, del valor que los brasileros pagaron por su máscara de carnaval en 2014, el 43% de éste eran impuestos. Y aunque la orden del gobierno para 2014 es el recorte y la contención de gastos, es algo muy difícil de lograr en año de elecciones y especialmente en este año de Copa.
- **El alto proteccionismo frente a las importaciones.** En 2013, Brasil fue el país que adoptó la mayor cantidad de medidas contra las importaciones en el mundo, superando a países tradicionalmente proteccionistas como Estados Unidos, India o Argentina. El país se enfrenta a 39 investigaciones de Dumping en la OMC. Esto ha llevado a la propia Unión Europea a emprender acciones contra Brasil en el marco de la Organización Mundial del Comercio (dirigida, paradójicamente, por un bra-

<sup>8</sup> Ver Blog Beyond the Brics. Davos wrap: Em winners (Mexico) and losers (Brazil). 28 de enero 2014.



**“El país recibió 63  
billones de dólares en  
IED durante 2013”**

silero). Aun así, el año 2013 se cerró con un superávit comercial de USD 2, 56 billones, el peor resultado desde el año 2000. Y en lo que va del año, Brasil ya arrastra un déficit en la balanza comercial próximo a los 6 billones de dólares. Si bien es obvio que el proteccionismo busca favorecer al empresario local (y atrae a las empresas extranjeras para que se instalen y produzcan en Brasil), la falta de equilibrio provoca que el país sea poco competitivo en el exterior y pueda aumentar sus exportaciones.

Sobre esta última cuestión comercial, es evidente que una parte del camino a la reelección de Dilma pasa por mantener el buen (aunque no exento de tensiones) relacionamiento con la industria. Prueba de ello fue que, casi a regañadientes y convencido por los líderes industriales del país, accedió a participar en la cumbre Brasil-UE a finales de febrero en Bruselas, cuando ésta ya había sido cancelada.

Pero no sólo eso. Brasil tiene un desafío muy importante en la negociación del Acuerdo Asociación entre la UE y el Mercosur, en agenda desde hace diez años. Y esto es importante no sólo para el conjunto de la región, mas especialmente para las exportaciones brasileiras que buscan urgentemente nuevas salidas.

El acuerdo es el mayor nivel de relación de la UE con cualquier otra región o país y está cimentado sobre tres pilares básicos: libre comercio, seguridad jurídica para la inversión, diálogo político y cooperación reforzada.

La forma en que el gobierno Dilma lidere esta negociación durante el primer semestre de 2014 podrá influir significativamente en las perspectivas del país. Para bien o para mal. Llevar a buen puerto este acuerdo con la UE permitirá a Brasil (y al Mercosur) no quedarse al margen de los circuitos comerciales mundiales y de las cadenas de valor globales. Especialmente en un continente donde vecinos como Colombia, Perú y México ya avanzan en otros bloques comerciales.

La otra cara de la moneda es la inversión extranjera directa (IED). A pesar de los esfuerzos del actual gobierno por atraer a los inversores al país (infraestructura, energía, entre otros) las dificultades jurídicas (la excesiva burocracia) y la mejor perspectiva de países como México o Perú.

Aun así, el país recibió 63 billones de dólares en IED durante 2013, frente los 65 billones de 2012. Una caída leve que llevó a Brasil a ocupar el 7º lugar como destino de la inversión extranjera, superando a México (su principal rival regional), que recibió 38 billones<sup>9</sup>, pero perdiendo dos posiciones con respecto a 2012.

9 Ver ranking IED UNCTAD 2013.

**“Brasil está llamado a reforzar su liderazgo en la región, especialmente reforzando los lazos con economías que se muestran fuertes y saludables como México, Perú y Colombia”**

La mala impresión dejada en Davos y el comportamiento de los inversionistas extranjeros (que parecen más conservadores en sus análisis sobre Brasil) constituyen un desafío para este gobierno. Especialmente cuando la cuestión económica puede afectar el estado anímico del votante brasileño, históricamente temeroso de los virajes de la política económica del país.

No obstante, en enero de 2014, el IED llegó a los 5 billones de dólares, superando la previsión de 4 billones hecha por el Banco Central. Pero el gobierno sabe que no es suficiente para empujar la economía.

Y si lo anterior se suma a los frustrados y atrasados proyectos de desarrollo de las infraestructuras del país, será una bandera de la oposición para criticar la gestión de Dilma, con el mismo discurso que hacen hoy los analistas extranjeros. Esa sensación de “oportunidad perdida” puede, de aquí a octubre, jugar contra el Partido de los Trabajadores si no se ataja a tiempo.

#### **La agenda internacional, protagonismo inevitable**

Si ya el escenario interno parece suficientemente complejo, el contexto internacional —especialmente el regional— será en 2014 otro escenario que no dará mucha tregua a la agenda del gobierno.

Con procesos electorales abiertos en buena parte del continen-

te, Brasil está llamado a reforzar su liderazgo en la región, especialmente reforzando los lazos con economías que se muestran fuertes y saludables como México, Perú y Colombia.

En el caso de México, al margen de los lazos comerciales entre ambos países (que, con sus más y sus menos deberá seguir reforzándose) la disputa por ser el referente de la región tendrá un capítulo especial en Cuba, donde empresas brasileñas y mexicanas se disputan importantes obras para la modernización de la isla. Asimismo, Brasil mira con cierto recelo la creciente adulación que México está recibiendo por parte de inversionistas y prensa internacional.

Pero ese no será el único frente. Venezuela y Argentina son, quizás más que México, mayores preocupaciones para el gobierno de Dilma especialmente por el impacto que puedan tener más directamente sobre el “humor” del país.

En el caso de Venezuela, la tolerancia histórica de la diplomacia brasileña frente a lo que sucede en su socio del Mercosur, comienza a llegar a un punto complejo. El impacto de la crisis interna pone en riesgo la estabilidad del bloque y demandará una postura más enérgica de Brasil, algo que podría ir en contra de la percepción de su electorado más de izquierda y tradicional del PT, que siempre se ha mostrado solidario con el chavismo, ahora liderado por Nicolás Maduro.

**“Con la realización de la Copa del Mundo, Brasil será anfitrión del mundo y Dilma deberá aprovechar ese escenario”**

Por la parte de Argentina, la relación cimentada sobre los altibajos de la economía del vecino país también son un riesgo para la estabilidad del Mercosur e indirectamente para la economía brasilera. Aquí será más evidente el liderazgo sobre el bloque económico por parte de Brasil y una mayor necesidad de sintonía con el gobierno argentino.

En un segundo plano parece quedar, de momento, la propuesta del marco de regulación de Internet propuesto por el país a raíz del escándalo de espionaje en 2013, dada la diversidad de frentes abiertos. La normalización y fortalecimiento de los lazos con la UE pasan, sin duda, por reforzar los lazos con España y Portugal. Brasil sigue siendo uno de los destinos preferidos de la inversión española y São Paulo la capital más interesante para centralizar las operaciones en LatAm<sup>10</sup>.

Con la realización de la Copa del Mundo, Brasil será anfitrión del mundo y Dilma deberá aprovechar ese escenario para reforzar, en el mes de junio, el posicionamiento del país en el escenario internacional. De poco servirán todos los esfuerzos de la diplomacia brasilera si la percepción sobre el país en el evento es de descaso y debilidad. Y, quizás por primera vez en muchos años, esa agenda internacional influya en la percepción del votante brasilero.

### ***Last but not least, la propia contienda electoral***

Con los ojos del mundo puestos sobre el país, el gobierno de Dilma, y el PT, deben afrontar una carrera electoral no solo para la presidencia del país sino también para gobernadores, senadores, diputados federales y estaduais. En otras palabras, prácticamente todo, menos alcaldes.

A pesar de mantener la ventaja en las encuestas presidenciales, el PT tendrá que enfrentar el desgaste propio de los años en el poder en Estados donde la diferencia con sus principales rivales es poca.

En la disputa entre el PT y el PSDB (los llamados Tucanos), ya es tendencia que el PMBD (tercer principal partido pero sin un candidato con posibilidades de acceder a la presidencia) sea quien, a través de las alianzas con uno y otro, logre decantar la balanza. Aunque el partido ya empieza una aproximación para una posible alianza con el PSB, de Eduardo Campos, en el caso de un segundo turno entre Campos y Dilma.

A pesar de los escándalos de corrupción en ambos lados, tanto PT como PSDB deberán apurar su capacidad de negociación para consolidar su control en las principales instituciones del país. Si bien la reelección de Dilma parece un escenario

<sup>10</sup> Ver 7º Relatório Panorama de Investimento Espanhol na América Latina, elaborado por IE Business School.

**“Brasil enfrenta el 2014 con el reto de demostrar la realidad de las promesas hechas, tanto para los brasileros como para la comunidad internacional”**

prácticamente confirmado, no es tan así para la hegemonía del PT en el Congreso o principales Estados. En ese sentido, las elecciones de octubre podrían marcar el inicio del fin de ciclo del PT a las riendas del país, obligándolo a negociar más con sus principales rivales políticos durante un posible segundo mandato de Dilma.

Así el país se prepara para asistir una contienda electoral compleja y no exenta de estrategias agresivas a uno y otro lado frente al descontento general de la opinión pública sobre la integridad de sus políticos, cada vez más frecuentemente envueltos en escándalos de corrupción.

En este escenario, las redes sociales tendrán un papel protagonista. Eje de la articulación de las manifestaciones sociales, también será el espacio en el cual los partidos se moverán a la caza de votantes, en un país donde casi el 50% de la población tiene acceso a Internet.

La lista de desafíos que influirán en el proceso electoral podría continuar y extenderse tanto cuanto el país: el recrudescimiento de la inseguridad en ciudades como Rio de Janeiro o São Paulo vuelve a ocupar el *Top of mind* de los brasileros, así como cuestiones ligadas a los derechos civiles y sociales como el matrimonio gay (y la creciente violencia homofóbica), la liberalización de la marihuana, entre muchos otros.

Pasa también por la cuestión energética, de la euforia del

Présal a la necesidad de contar con fuentes alternativas de energía; las deficiencias de una salud pública fuera de los “parámetros Fifa” como se dice en Brasil; el futuro de programas como el “Bolsa Familia” que busca favorecer a los grupos más necesitados pero sin aún dar claras muestras de resultados estructurales.

No cabe duda de que el salto económico del país en los últimos 20 años ha significado también la consolidación de una sociedad más compleja, más demandante y más dinámica.

A pesar de las previsiones más conservadoras de los analistas, Brasil sigue siendo un destino de primer orden para la inversión extranjera y sigue siendo un importante protagonista mundial, con un peso creciente en los órganos de decisión global.

Los desafíos a los que se enfrentan son los propios de un país de sus dimensiones y sus ambiciones. Y el proceso electoral de octubre servirá para medir cómo el país se percibe a sí mismo y la senda por la que desea seguir.

De ser el país de las expectativas, Brasil enfrenta el 2014 con el reto de demostrar la realidad de las promesas hechas, tanto para los brasileros como para la comunidad internacional. Y a pesar de sus dificultades, tiene todos los elementos para poder hacerlo, independiente de quien gane realmente las elecciones. Al menos es lo que se espera.

“Uno de los mayores temores, previo a las elecciones, es el revival de las protestas ocurridas en 2013, en plena Copa de las Confederaciones”

### 3. ELECCIONES PRESIDENCIALES 2014: EL PAÍS EN ESCENA

#### *Dilma Rousseff: ojo en la economía y en las calles*

Si los números de la última encuesta divulgada por el Instituto Datafolha apuntan un camino abierto para la reelección de la presidenta Dilma Rousseff en octubre, también parecen demostrar que puede haber muchos obstáculos en su recta final. La aprobación de Rousseff permaneció en el 41% —ya fue del 65% en marzo de 2013—, manteniendo la lenta recuperación con relación a la peor queda de popularidad registrada en su Gobierno —que ocurrió con las manifestaciones de junio del año pasado—. Para el Ibope —otro importante instituto de opinión brasileño—, la aceptación de Rousseff habría oscilado negativamente, del 43% al 39%, según los datos divulgados en febrero.

A siete meses de las elecciones, el índice de satisfacción del Gobierno Rousseff no puede ser calificado de negativo. En el mismo período, en 2006, el presidente Lula representaba apenas un 36% de las intenciones de voto y fue reelegido. Sin embargo, el escenario económico brasileño era muy diferente al de este año. En 2014, las proyecciones del Banco Central calculan una inflación próxima al 6% —con base en el índice Nacional de Precios al Consumidor Amplio (IPCA)—,

crecimiento retraído del PIB en un 1,67%, la cotización del dólar cercano a los R\$ 2,50 y US\$ 75.000 millones de déficit en transacciones corrientes. Los números hablan por sí solos cuando se comparan a los de 2006, con inflación del 3,14%, superávit de 4% y el dólar a R\$ 2,13.

Solamente dos indicadores —la tasa Selic (de intereses), con 11,5% contra los 13,25% de 2006, y el índice de desempleo, 3,8% por encima de la registrada en 2006— son números que pueden ser considerados positivos a Rousseff comparados a los de la era Lula. Aun así, tanto los intereses como el desempleo presentaron un débil crecimiento para Brasil desde dos años atrás, cuando se tenía un escenario económico bastante positivo.

La política económica de Rousseff —independiente de la visión de sus partidarios más optimistas y que comparten la célebre frase del demócrata estadounidense James Carville: “It’s the economy, stupid”— ha provocado una reacción cautelosa en el mercado financiero. En la literal jerga brasileña, los agentes económicos han dado indicios de que van a mantener sus *barbas en remojo* (a la espera de nuevos indicadores) en 2014, no sólo por los números, sino podría surgir en un posible escenario de inestabilidad política, como sucedió en otros países de América Latina.

**“Los triunfos de Rousseff están en acciones de su Gobierno que se concentran especialmente en el bolsillo de las clases C y D”**

Uno de los mayores temores, previo a las elecciones, es el renacer de las protestas ocurridas en 2013, en plena Copa de las Confederaciones, cuando más de seis millones de brasileros fueron a las calles, exigiendo inversiones para la salud, la educación y la movilidad urbana. Y el argumento de las protestas no podría ser otro, sino los elevados costos para la realización de las obras de la Copa del Mundo FIFA 2014 (cerca de R\$ 28.000 millones), que podrían resolver, en gran parte, los crónicos e históricos problemas de áreas básicas, como la salud y la educación. Desde el inicio de las protestas Rousseff ha respondido de forma directa a los cuestionamientos. En junio de 2013, se dirigió al país de forma enfática: “Yo quiero decir que mi Gobierno está escuchando esas voces por los cambios. Mi Gobierno está empeñado y comprometido con la transformación social”. Tras esto, el gobierno aceleró la ejecución del Programa Más Médicos, obtuvo una victoria en la votación parlamentaria sobre el destino de los royalties del petróleo para la salud y la educación, y se prepara, en este momento, para lanzar la tercera etapa del Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC 3) con prioridad para las inversiones en movilidad urbana.

Aún con un escenario económico adverso y la continuidad de las protestas en las calles (más relacionadas ahora a las acciones aisladas de los ‘Black

Blocs’), Rousseff todavía tiene una significativa ventaja sobre sus más probables adversarios.

Los triunfos de Rousseff están en acciones que se concentran especialmente en el bolsillo de las clases C y D. La reducción próxima al 19% de la tarifa de energía del consumidor residencial —que, según la encuesta de la Confederación Nacional de Transportes (CNT), obtuvo una aprobación de la población de 88 puntos porcentuales— y la continuidad de importantes programas sociales, como Bolsa Familia, Minha Casa, Minha Vida y el ProUni —heredados del Gobierno Lula— aumentan el favoritismo de la presidenta. Asociada a ellos, una oferta de crédito, que incentivó una ola de consumismo en el país. Con seguridad representará un desafío para sus opositores.

En 2014, cada registro de la Bolsa Familia, cada casa entregada en el programa de vivienda popular Minha Casa, Minha Vida, y cada crédito estudiantil concedido para que un brasileros vaya a la universidad, podrán representar un voto más en las urnas a favor de Rousseff. La presidenta cuenta todavía con la ventaja de enfrentar una oposición desarticulada e incapaz de comunicarse con el elector brasileros —opinión de la mayoría de los historiadores y analistas políticos— que, hasta ahora, vio su renta crecer más que su grado de endeudamiento en los años de gobierno petista.



“Electo gobernador por el estado de Minas Gerais, Aécio comenzó a despuntar en la escena política brasileira en 2003”

### *Aécio Neves: el PSDB más allá de São Paulo y Minas Gerais*

Al repetir, en 2014, la misma polaridad que marcó las campañas del Partido de la Social Democracia Brasileira (PSDB) a la disputa presidencial desde 2002, el senador Aécio Neves —candidato más probable a disputar con Rousseff las elecciones de este año— tendrá como principal misión construir alianzas con los partidos de izquierda y derecha, para sellar el tan soñado retorno del PSDB al comando de la nación. Su victoria representará el fin de un ayuno de doce años, marcado por el traslado de la banda presidencial de Fernando Henrique Cardoso a Lula, en enero de 2003.

Nieto del senador Tancredo Neves —presidente electo por el parlamento brasileiro en régimen de voto indirecto, en 1985, en uno de los momentos claves de la reapertura política del país, y que murió víctima de cáncer antes de asumir el cargo—, Aécio es el principal exponente para representar el partido tucano en las elecciones presidenciales de 2014, después de tres intentos fallidos del exsenador José Serra, del bloque paulista del PSDB.

Electo gobernador por el estado de Minas Gerais, Aécio comenzó a despuntar en la escena política brasileira en 2003. Su principal programa de Gobierno, llamado Choque de Gestión, empuñó el lema *gastar menos con el Estado para invertir más en el ciudadano*, y su resultado fue el retorno del poderoso Minas Gerais nuevamen-

te al escenario nacional, como en los tiempos de la política del “café con leche” (cuando paulistas y mineros se alternaron el poder). En la gestión de Neves, Minas alcanzó el segundo lugar en participación en el crecimiento del PIB brasileiro entre las 27 unidades federativas del país. El equivalente a un aumento de tres puntos porcentuales al año, apalancados, en gran parte, por los incentivos tributarios que atraeron grandes industrias para el estado.

Gobernador mejor evaluado de Brasil en 2010 en la encuesta realizada con periodistas por la consultoría Macroplan, Neves se convirtió en senador en el mismo año, con amplia ventaja sobre su adversario y dejando un legado de votos a su sucesor, Antonio Anastasia. Fortaleció, todavía más, las bases del partido tucano en la región, con la victoria de sus candidatos a la alcaldía en los principales municipios del estado.

Pero si por un lado la gran popularidad en el segundo mayor colegio electoral de Brasil (con cerca de quince millones de electores) representa un triunfo, por otro debe exigir esfuerzos redoblados en la campaña en São Paulo (mayor colegio electoral, con 31,2 millones de electores). Neves tiene como ventaja contar con el apoyo del expresidente Fernando Henrique Cardoso, pero no será suficiente.

Históricamente, en Brasil, las disputas presidenciales acostumbaban favorecer candidatos con trayectorias políticas oriun-

**“No sería la primera vez que un tercer candidato despunta en la disputa electoral como fuerte opción”**

das de São Paulo, Minas Gerais y Río Grande do Sul (lo que vale tanto para Lula como para Fernando Henrique Cardoso, respectivamente naturales de Pernambuco y Río de Janeiro, pero con bases políticas desarrolladas en São Paulo).

El PSDB permanece con los Gobiernos de los estados de São Paulo, desde 1995, y de Minas Gerais, desde 2003, y ésta será la primera elección presidencial en la que un candidato minero representará al Partido. Neves tendrá que evitar que ocurra en São Paulo lo mismo que sucedió en Minas en las elecciones presidenciales de 2010, cuando los electores mineros rechazaron al candidato paulista del PSDB (José Serra, ver figura 3) y dieron a Rousseff un margen suficiente para garantizar la victoria en la misma región Sudeste que el PT había perdido con Lula.

En este momento, las encuestas de los principales institutos del país indican a Neves con 17% de las intenciones de voto —con oscilación que alcanzó el porcentual máximo de 21%—, en el período de más baja popularidad de Rousseff.

Los datos revelan que Neves todavía necesita vencer otro desafío. Ser reconocido fuera de su reducto minero y, sobre todo, como adversario con combustible suficiente para avanzar rumbo a la segunda vuelta e interrumpir la década de superioridad petista.

### ***Eduardo Campos y Marina Silva: por el segmento de los indecisos del Nordeste***

Gobernador del estado de Pernambuco por el Partido Socialista Brasileiro (PSB) —séptimo mayor colegio electoral del país, con 6,2 millones de votantes—, el economista Eduardo Campos intenta encontrar su espacio y construir alianzas en el escenario de la disputa presidencial de 2014, como alternativa para romper los veinte años de la hegemonía política PT y PSDB. Sus armas son la seducción de pequeños partidos políticos y de la mayoría de indecisos, que pueden hacer la diferencia en las urnas.

No sería la primera vez que un tercer candidato despunta en la disputa electoral como fuerte opción. En 2010, la exsenadora por el Partido Verde (PV), Marina Silva, alcanzó de manera sorprendente 19% de los electores brasileros, sangrando históricas bases petistas y tucanas de izquierda en diversas regiones del país.

Mientras Rousseff y Serra tejían un embate político ortodoxo, más tarjado de ideologías partidarias de que de propuestas concretas de Gobierno, Silva conquistaba espacio en los reductos electorales de la mayoría indecisa, como en los estados de Río de Janeiro, Bahía y el Distrito Federal de Brasilia, y ciudades mineras de mediano porte, que se reflejaron en las urnas con significativa ventaja. La senadora, que trabajó en los cam-

**“Herederero de una de las familias más tradicionales de la política nordestina, Eduardo Campos es el gobernador con el mayor índice de aprobación en el país”**

pos de caucho de la Amazonía y reconocida activista ambiental, saltó definitivamente en el escenario político nacional.

Su derrota en la primera vuelta dio origen a una especie de subasta en la conquista por sus votos en la segunda, desafiando a petistas y tucanos. Pero Silva se mantuvo neutra y no apoyó ni a Rousseff ni a Serra, contribuyendo a un nuevo récord brasileño: un total de 31 millones de votos en blanco y de abstenciones (ver figura 4).

En 2013, después de una fracasada tentativa de registro de la Rede, partido creado por Silva para disputar las elecciones de 2014, ella pactó un acuerdo con Campos. Seguramente será la vicepresidenta en su fórmula, fortaleciendo a Campos en la disputa grano a grano por los ex electores del PT y del PSDB. La candidatura puede representar un impacto en las bases del Partido de los Trabajadores en las regiones Nordeste y Norte, pudiendo llevar la fórmula a una posible disputa en la segunda vuelta con Rousseff.

Herederero de una de las familias más tradicionales de la política nordestina, Eduardo Campos es el gobernador con el mayor índice de aprobación en el país (76%, según la encuesta del Ibope de julio de 2013) y, hasta el año pasado, su partido integraba la base

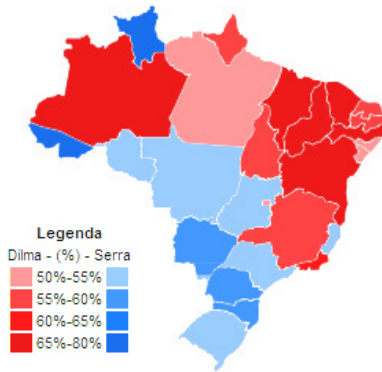
de apoyo a la presidenta Rousseff en el Congreso Nacional. Es señalado por los analistas<sup>11</sup>, incluso, como corresponsable por la victoria de Rousseff en Pernambuco, con el 75% de los votos en la segunda vuelta. En las elecciones municipales de 2012, Campos demostró su fuerza, desafiando a un adversario apoyado personalmente por Lula y Rousseff y consiguió elegir a su candidato a alcalde en Recife, capital del estado. En el discurso que pactó su alianza con Silva, Campos declaró que no se arrepentía del apoyo y que salía “por la puerta del frente” al final de la coligación. (O Globo, 04 de febrero de 2014).

Aprobado el registro de su candidatura en la Justicia electoral, con fecha límite hasta el 30 de junio de 2014, Campos será el segundo político de la base electoral originalmente nordestino a disputar la Presidencia de Brasil desde 1998. En ese año, el paulistano Ciro Gomes con carrera política desarrollada en Ceará, obtuvo el 11% de los votos como candidato del PPS (Partido Popular Socialista).

Nacido en Garanhuns, ciudad del interior del estado de Pernambuco, Lula construyó su vida, de líder sindicalista a presidente de Brasil, a partir de São Paulo. Sólo pasó a tener más influencia en el Nor-

<sup>11</sup> Jacob, César Romero. La elección presidencial de 2010 en Brasil: continuidad política y estabilidad en la geografía electoral. PUC-Rio: 2012.

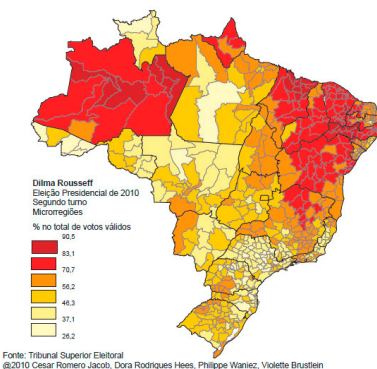
Figura 1



deste cuando fue electo a su primer mandato, en 2002. Es el gran prescriptor de Rousseff en la región, con un poderoso argumento para atraer más votos a la presidenta: los 22,6 millones de “Bolsas Familiares” concedidas a la población.

2002, como área de influencia del PT (rojo) o del PSDB (azul), respectivamente. En la región Sudeste, el mapa muestra una ruptura de Minas Gerais, de Aécio Neves, con la entonces candidata petista.

Figura 2



En el caso de que Campos consiga atraer votos de la ascendente clase media nordestina, que siempre observó con desconfianza a los candidatos del Sudeste y Sur del país, la disputa con Rousseff, en la segunda vuelta, promete ser intensa. Son los objetivos electorales de la región.

Figura 2: Observados los distritos electorales, se nota el predominio del PT en Amazonas, en el norte de Minas Gerais y en los estados del Nordeste, con un destaque para Ceará y Pernambuco, donde la presidenta Rousseff no obtuvo menos que el 70% de los votos en cualquiera de los distritos.

**Mapas: el regionalismo electoral en Brasil<sup>12</sup>**

Figura 1: El mapa electoral de la segunda vuelta en las elecciones de 2010 muestra un recorte Norte-Sur con estados que se han consolidado, desde

Figura 3: Las manchas azules más fuertes en el mapa de la segunda vuelta indican las regiones que se consolidaron, en los últimos tres comicios, como áreas de influencia del PSDB, con destaque para el interior de São Paulo y las fronteras de la agroindustria en Paraná, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Acre, Roraima y parte de Pará.

Figura 3

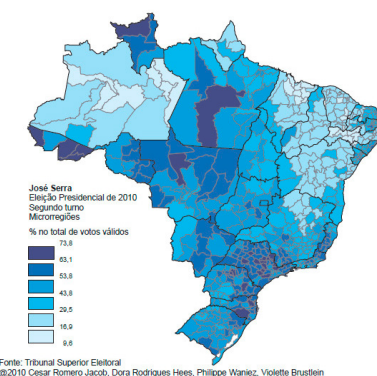


Figura 4

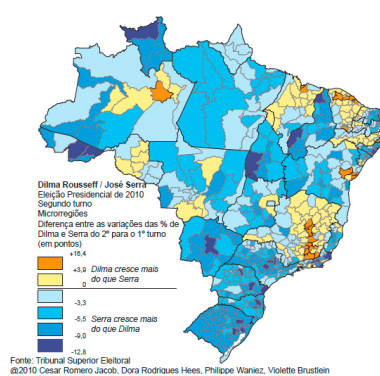


Figura 4: La variación de votos entre los candidatos en la segunda vuelta, con relación a la primera, se dio sobre el espolio del 19% de los votos que habían sido dados a Silva. Se nota como la ciudad de Río de Janeiro, las capitales del Nordeste y el interior de Minas Gerais transfirieron los votos de la entonces candidata del PV en masa para el PT.

12 Mapas retirados de: Jacob, Cesar Romero. La elección presidencial de 2010 en Brasil: continuidad política y estabilidad en la geografía electoral. PUC-Rio: 2012.

**CALENDARIO ELECTORAL DE 2014**

5 al 30 de junio	Período de realización de convenciones partidarias para escoger u oficializar los candidatos de cada partido o coalición.
5 de julio	Último día para que los partidos políticos soliciten el registro de sus candidatos ante la Justicia Electoral. Fecha límite para contrataciones, indicaciones y otros generadores de gastos-públicos que no sean de emergencia o no previstos en presupuesto.
6 de julio al 3 de octubre	Período legal de campaña para la primera vuelta de las elecciones a los cargos de presidente, gobernador, senador, diputado federal y diputado regional.
5 de octubre	Votación en la primera vuelta.
11 al 25 de octubre	Período de campaña para la segunda vuelta de las elecciones para presidente y/o para los cargos de gobernador en los estados en que ninguno de los candidatos haya obtenido el 50% más uno de los votos válidos (descontados los blancos y nulos).
26 de octubre	Votación en la segunda vuelta.

#### 4. SALUD E INFRAESTRUCTURAS: DESAFÍOS CON NOMBRES PROPIOS

##### En la contienda electoral, el PAC 3 puede ser la estrategia eficaz

Al preparar la tercera etapa del Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC 3), anunciado a inicios de abril, el Gobierno brasileño intenta responder a las manifestaciones ocurridas a partir de junio del año pasado, que reunieron multitudes en las grandes capitales brasileñas.

Las presiones populares por mejoras en los servicios públicos, principalmente de transporte, entraron en la agenda y las respuestas a sus demandas prometen debates fervorosos en los estrados de los principales candidatos a la elección presidencial de 2014.

Una vez más, el Gobierno petista salió al frente. La presidenta Rousseff y su equipo enfocan la

movilidad urbana en grandes y medianas ciudades, además de la adaptación de carreteras que las rodean y la pavimentación de vías urbanas, como metas para aliviar el tránsito local. Es casi un *revival* del lanzamiento del PAC 2, en 2010, cuando el entonces presidente Lula anunció el programa al mismo momento en que el PT (Partido de los Trabajadores) lanzaba a Rousseff como candidata y posible sucesora de Lula hasta 2014, en un primer mandato, con posibilidad de ampliarlo hasta 2018. La estrategia fue tan exitosa que los más allegados al Palacio del Planalto acostumbran a decir "*Bendito PAC 2*", como uno de los grandes éxitos de la elección de Rousseff, con 36 millones de votos en la segunda vuelta.

El PAC 3 prevé inversiones calculadas en R\$ 900.000 millones. Pero, para los especialistas, el gran problema reside en que el Gobierno lance la etapa 3, sin haber conseguido licitar o



**“El PAC 3 puede realmente tener un efecto positivo en la definición de los votos de la población, previendo una amplia atención, aunque no inmediata, a sus principales reivindicaciones”**

concluir obras de infraestructura previstas en los PACs 1 (R\$ 510.000 millones) y 2 (R\$ 773.000 millones). Además de los atrasos, Rousseff y su equipo enfrentan otro problema: obtener el soñado superávit primario en 2014, lo que los obligó a realizar un corte en el presupuesto, de R\$ 44.000, para pagos de los intereses de la deuda pública —cerca de R\$ 80.800 millones— equivalentes al 1,55% del Producto Interno Bruto (PIB). Sumado a la programación presupuestaria de los Gobiernos regionales y locales, el superávit previsto llega a R\$ 99.000 millones o 1,9% del PIB. O sea, para satisfacer las inversiones es necesario retomar el crecimiento de la economía brasilera.

La infraestructura ofrece una reserva de munición poderosa para los opositores de Rousseff. Hay obras prioritarias que ya totalizan seis años de atrasos, como el Arco Rodoviario de Río de Janeiro, que tenía su conclusión prevista para 2010 y, ahora, hay previsión de finalización solamente en 2016; además del Tren de Alta Velocidad entre Río de Janeiro y Sao Paulo que, después de sucesivos intentos fracasados y el interés de diversos grupos internacionales, ni salió del papel.

En una nota del diario O Globo de Río de Janeiro, a comienzos de febrero, el Gobierno aseguró que el ritmo de ejecución de las obras no será perjudicado por las elecciones de este año. Eso porque, en 2007, el expresidente Lula sancionó una ley que permite el traspaso de recursos para el PAC aún en

período electoral, diferentemente de las demás obras. Es un factor favorable a la reelección de Rousseff, ya que el PAC 3 puede realmente tener un efecto positivo en la definición de los votos de la población, previendo una amplia atención, aunque no inmediata, a sus principales reivindicaciones.

### **En la salud, el Más Médicos se volvió polémico**

El Programa Más Médicos, lanzado por el Ministerio de Salud en julio de 2013, parecía, en el primer momento, una de las soluciones más eficaces para resolver décadas de atraso de la salud pública brasilera. Preveía la contratación de diez mil médicos, incluyendo profesionales extranjeros, que se habilitasen para actuar en la atención básica en salud en las regiones Norte y Nordeste, en las periferias de las grandes ciudades y municipios del interior. Resolver uno de los principales problemas de la salud brasilera sería un “golazo” para el Gobierno en el año de las elecciones presidenciales. Algo que, seguramente, se reflejaría en las urnas.

Pero el programa, que debería ser visto como una primera luz en el túnel en la superación de los innumerables problemas de la salud del país, se tornó en una gran polémica, envolviendo desde discusiones sobre las dudas de la remuneración real de los médicos cubanos llegados al país en el marco del programa —en un formato de traspaso al Gobierno cubano hasta hoy considerado mal explicado—, así como en la alta



**“Las cuestiones sobre el sistema de salud brasilero prometen ser una de las más candentes en el debate electoral”**

tasa de resistencia de los médicos extranjeros, provocada, en gran parte, porque los profesionales encontraban unidades de salud escasas de recursos y de personal capacitado.

Las cuestiones sobre el sistema de salud brasilero prometen ser una de las más candentes en el debate electoral. Según la Organización Mundial de Salud (OMS), Brasil ocupa hoy la 19ª posición en las Américas como país con menos médicos per cápita. Son 31,4 profesionales para cada diez mil habitantes, por debajo del parámetro razonable establecido por la OMS de 34,5 profesionales por cada diez mil habitantes.

Los problemas de la salud pública brasilera recaen en otro punto fuerte del debate electoral: la reforma tributaria. El brasilero sufre con una de las cargas tributarias más altas del mundo, lo que debería garantizar una de las mejores asistencias en salud en el planeta. La discusión gira sobre la formación de médicos y su disposición para trabajar en locales remotos o comunidades consideradas violentas; en un modelo de salud que actúe en la prevención de enfermedades, por medio de atención a la familia, que acaba muy oneroso porque el paciente sólo es diagnosticado tardíamente. Según una nota de la revista *Veja*, una de las más influyentes del país, 170 mil brasileros pueden esperar hasta cinco años para realizar una cirugía que no sea de emergencia.

La reforma tributaria, entonces, entra en el debate electo-

ral como otro artefacto poderoso de la oposición. La presión sobre el Gobierno Rousseff debe recaer sobre una mejor repartición de este presupuesto para el área de la salud, y la gestión más eficiente del Sistema Único de Salud (SUS). Cuestiones que envuelven la revisión de modelos burocráticos de más de 50 años, con decisiones que asisten a las reivindicaciones del pueblo, cada vez más impaciente frente a las mejorías de la salud pública.

## 5. CAMPAÑAS 2.0: EL GIGANTE ESTÁ ONLINE

### Conectados a la espera de un mensaje

Desde que Barack Obama fue elegido presidente de Estados Unidos, en 2008, impulsando su candidatura a partir de una poderosa estrategia online que divulgaba plataformas de Gobierno, segmentaba mensajes, regionalizaba debates y potenciaba diálogos en redes sociales, parece haberse tornado obligatorio para cualquier posicionamiento electoral un plan de actuación consistente en los espacios de conversación 2.0.

Desde entonces, Brasil ya pasó por dos elecciones. La verdad es que, tanto en 2010 como en 2012, los equipos de estrategia de los candidatos reprodujeron en las redes sociales mensajes publicados en modelos ya tradicionales de *broadcast*. Y para atraer la atención de los electores contaron con las redes de televisión y radios como sus principales aliados. Quizás la única movilización online fuerte

**“Brasil tiene el segundo mayor número de usuarios en Twitter y Facebook en el mundo”**

que podemos destacar fue la de la entonces candidata a la Presidencia por el Partido Verde (PV) en 2010, Marina Silva, que disputaba su primera elección presidencial. Aun así, a pesar de buenos números de crecimiento en las intenciones de voto en la víspera de los comicios, la elección no se definió por *likes*, o *retweets*, pero sí por la supremacía del PT, impulsada por el carisma de Lula y su fuerte apoyo a la sucesora Dilma Rousseff, actual presidenta de Brasil.

En octubre de 2014, nuevas elecciones federales y regionales ocurrirán. La popularidad del actual Gobierno Rousseff presenta inestabilidad, pero sus números de aprobación todavía son positivos. Rousseff se muestra una fuerte candidata a la reelección y lidera las encuestas de intenciones de voto hasta ahora divulgadas. Más que eso, la presidenta tendrá más tiempo que sus competidores en el horario de propaganda electoral en las emisoras de radio y televisión, según las reglas del Tribunal Superior Electoral (TSE). La oposición busca alternativas y los medios digitales y de redes sociales se presentan como espacio oportuno para atraer electores, sugerir nuevos debates, consolidar propuestas y firmar nuevos ideales. Todo eso directamente relacionado a las figuras de los candidatos postulantes al cargo de presidente de Brasil.

En el escenario actual, los dos concurrentes más fuertes de Rousseff son Aécio Neves, candidato por el Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB), y Eduardo Campos, candidato por el Partido Socialista Brasileiro (PSB). Oficialmente, las

campañas en la red sólo podrán iniciar el 6 de julio, pero los principales candidatos ya buscan crear relaciones con los electores: el factor de socialización de contenido online puede ser definitivo en la indicación de cuál de los dos puede asumir el papel de principal adversario de Rousseff. Brasil tiene el segundo mayor número de usuarios en Twitter y Facebook en el mundo. Según encuestas del Nielsen IBOPE de diciembre de 2013, hay hoy 108 millones de brasileños con acceso a Internet. De este total, 45 millones están conectados a las redes sociales.

En el sondeo realizado por la herramienta de investigación en redes sociales, Vortio, en que se identifica el número de menciones a los candidatos, tono de expresión y plataformas más utilizadas; es posible constatar que, en el año de 2014, Rousseff es la candidata más mencionada en las redes sociales, con más de 170 mil menciones a su nombre. El Twitter responde por el 75% de estas menciones. El equipo de Rousseff, seguramente consciente de estos datos, apostó por la reactivación de la cuenta oficial de la presidenta, que se encontraba sin publicaciones desde 2010, cuando la candidata fue elegida. Las menciones a Rousseff todavía aparecen en Facebook (13%) y en la “blogosfera” (12%). En Youtube, más de 700 vídeos hacen referencia a la presidenta de Brasil. El sentimiento en la red 2.0 es ligeramente favorable a la candidata en este momento.

**La fuerza de la movilización 2.0 gana protagonismo en el escenario electoral**

Pero los ojos del equipo de Rous-

**“El año de 2013 fue fundamental para alertar, no solo al equipo de la asesoría de Rousseff, sino a todas las asesorías de políticos brasileños sobre el potencial de activismo social y de movilización”**

seff no miran la web solamente por las perspectivas del futuro de la próxima elección. El año de 2013 fue fundamental para alertar, no solo al equipo de la asesoría de Rousseff, sino a todas las asesorías de políticos brasileños sobre el potencial de activismo social y de movilización de grupos de protestas frente a problemas de políticas públicas (salud, educación, economía y movilidad urbana).

La ola de manifestaciones que avanzó sobre las calles de las principales ciudades del país a mediados del año pasado moldeó su identidad en el hashtag #vempruarua y su autenticidad a partir de eventos creados en Facebook y diseminados en Twitter, Youtube y blogs con gran número de lectores. Lo que podría mostrarse como una simple necesidad de dialogar con líderes opositores, en verdad se presentó como un movimiento sin partido y sin líderes aparentes. La mayor cobertura de esos eventos fue hecha por grupos independientes de periodistas que filmaban y comentaban sobre los eventos sin seguir un guión específico, o línea editorial, publicando imágenes vía twitcam. La población adquiría perfil 2.0 en su forma de reunirse, de protestar y de actuar, pero los ojos del poder público parecían observar una dinámica de conversación 1.0.

Otros movimientos se formaron en las redes. Algunos con ímpetu de protesta, otros no tanto. Los “rolezinhos” (paseítos) de los jóvenes de baja renta en Shopping Centers de São Paulo y Río de Ja-

neiro parecían, en principio, una forma en que la juventud experimentaba la fuerza de movilización de las redes y tenían como objetivo inicial promover grandes encuentros de personas en establecimientos comerciales. La respuesta de los centros comerciales fue rápida, pero desastrosa: requisa de clientes, prohibición de la entrada de personas aparentemente sospechosas y, en algunos casos, cierre del establecimiento durante el día programado de los encuentros, que pasarían a ser cuidadosamente monitorizados en las redes sociales.

La reacción de la población fue inmediata. Con la alegación de que la restricción de entrada de personas en los Shopping Centers era prejuiciosa, grupos de ciudadanos, que ya se habían envuelto en las manifestaciones de junio en el país, entrarían una vez más en escena y promoverían una serie de protestas. Diariamente, encuentros eran marcados en los centros comerciales y alegaban otros motivos que, nuevamente, estaban relacionados con las críticas a las autoridades del poder público brasileño.

Pero Internet no fue protagonista solamente en las protestas políticas en Brasil. Juzgados y condenados por crímenes de corrupción en la época del “mensalão” (gran mesada), algunos de los imputados (líderes del PT) crearon páginas web con el fin de recaudar fondos para pagar sus respectivas multas impuestas por la Justicia brasileña, todavía como sentencia del juicio del proceso en que son culpados. En

**“La oposición a Rousseff busca medios para consolidarse como posible líder de los descontentos”**

pocas semanas, el montante llegó a más de 2 millones de reales (casi 1 millón de dólares) a través de donaciones que quedaban registradas en los sitios.

Así, el activismo social gana estatus de amenaza en un año que el país será sede de una Copa del Mundo y, poco después, irá a las urnas a elegir, o reelegir, a sus representantes. El escenario genera dudas en cuanto a los próximos acontecimientos. Pero la oposición a Rousseff busca medios para consolidarse como posible líder de los descontentos. Neves tiene, en 2014, poco menos de la mitad de menciones en las redes sociales (79 mil menciones) en comparación con Rousseff. Sin embargo, el sentimiento del ciudadano con relación al precandidato presidencial del PSDB es ligeramente más positivo que a Rousseff en las redes sociales. Las menciones están mucho más enfocadas en Twitter, así como sucede con Rousseff y el aspirante Eduardo Campos. El

precandidato del PSB tiene el sentimiento más positivo en las redes entre los tres aspirantes, a pesar de ser el de menos menciones, con 51 mil expresiones referentes a su nombre.

En este período preelectoral, los equipos de Neves y Campos ya se estructuran con el objetivo de interactuar, responder y cuestionar, además de la búsqueda de relaciones más duraderas con los ciudadanos, apostando por que la conversación sea más importante que el habla en la dinámica del posicionamiento online. La visión de que Internet es un medio más de conquista que de divulgación, sólo se muestra incoherente cuando percibimos que, a pesar del intento de gran interacción en los canales oficiales de los candidatos, Neves y Campos poco han hecho en el sentido de desarrollar una identidad digital consistente, actuante y convincente. En este punto, Rousseff lidera la disputa.

## AUTORES



**Juan Carlos Gozzer** es Director Ejecutivo de LLORENTE & CUENCA Brasil. Experto en Estrategias de Gestión de la Reputación y de la Comunicación. Ha colaborado en el desarrollo de planes estratégicos de comunicación para clientes como Sonae Sierra Brasil, Organización Cisneros y Light Energía, entre otros. Con formación académica en Brasil y en el extranjero, Gozzer es licenciado en Ciencias Políticas y título de Especialista en Información Internacional por la

Universidad Complutense de Madrid, así como Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad de Bolonia.

[jcgozzer@llorenteycuenca.com](mailto:jcgozzer@llorenteycuenca.com)



**Anatricia Borges** es Gerente de Cuentas en LLORENTE & CUENCA Brasil. Licenciada en Periodismo por la Universidad Federal Fluminense (UFF) y Máster en Educación de Negocios en Responsabilidad Social y Sector Terciario por la Universidad Federal Rio de Janeiro (UFRJ). Ha trabajado en el área de Comunicación Estratégica, Corporativa y de Crisis durante más de 15 años y ha participado en proyectos para Light, Coca-Cola, KKR y Grupo Cisneros, entre otros.

Trabajó como editora en el periódico O Globo, como asesora para Petrobras y como Gerente de Comunicación y Relaciones en Iberdrola Latinoamérica.

[aborges@llorenteycuenca.com](mailto:aborges@llorenteycuenca.com)



**Pedro Borges** es Gerente de Cuentas en LLORENTE & CUENCA Brasil. Licenciado en Periodismo por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ) y Máster en Gestión Internacional por la Université Pierre Mendès - Grenoble 2. Tiene una amplia experiencia en comunicación de marca, comunicación online y marketing. Ha trabajado durante siete años como analista de marketing en Petrobras, donde fue responsable de planificación y ejecución de relaciones y de

acciones de marketing digital con inversores, empleados, proveedores y socios. Tiene un sólido conocimiento en medición ROI de campañas en medios tanto online como offline.

[pborges@llorenteycuenca.com](mailto:pborges@llorenteycuenca.com)



**Thyago Mathias** es Gerente de Cuentas en LLORENTE & CUENCA Brasil. Graduado en Comunicación y en Derecho. Mathias formó parte del equipo del mayor grupo mediático de Brasil, que incluye la página web de noticias más grande del país, UOL, y la compañía de televisión TV Globo. Posee una Especialización en Relaciones Internacionales y un MBA en Gestión de Proyectos por la Fundación Getúlio Vargas (FGV), donde también colaboró como consultor senior

para los principales clientes gubernamentales del país. En la actualidad, trabaja con LLORENTE & CUENCA en proyectos estratégicos para clientes como Petrobras, Syngenta, Countour Global y Faurecia, entre otros.

[tmathias@llorenteycuenca.com](mailto:tmathias@llorenteycuenca.com)

# LLORENTE & CUENCA

CONSULTORES DE COMUNICACIÓN

## Consultoría de Comunicación líder en España, Portugal y América Latina

LLORENTE & CUENCA es la primera consultoría de comunicación en España, Portugal y América Latina. Cuenta con **17 socios** y **330 profesionales** que prestan servicios de consultoría estratégica a empresas de todos los sectores de actividad con operaciones dirigidas al mundo de habla **hispana y portuguesa**.

Actualmente, tiene oficinas propias en **Argentina, Brasil, Colombia, Chile, China, Ecuador, España, México, Panamá, Perú, Portugal** y **República Dominicana**. Además, ofrece sus servicios a través de compañías afiliadas en **Estados Unidos, Bolivia, Uruguay** y **Venezuela**.

Su desarrollo internacional ha llevado a LLORENTE & CUENCA a convertirse en 2011 y 2010 en **una de las cincuenta compañías de comunicación más importantes del mundo**, según el Ranking anual elaborado por *The Holmes Report*. En 2013, ocupa el puesto 51 del Ranking, ascendiendo una posición respecto a 2012.

## Organización

### DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente  
Socio Fundador y Presidente  
jallorente@llorenteycuenca.com

Enrique González  
Socio y CFO  
egonzalez@llorenteycuenca.com

Jorge Cachinero  
Director Corporativo de Reputación e Innovación  
jcachinero@llorenteycuenca.com

### IBERIA

Arturo Pinedo  
Socio y Director General  
apinedo@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo  
Socio y Director General  
acorujo@llorenteycuenca.com

### Madrid

Joan Navarro  
Socio y Vicepresidente Asuntos Públicos  
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla  
Socio y Director Senior  
amoratalla@llorenteycuenca.com

Juan Castillero  
Director Financiero  
jcastillero@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 – planta 3  
28001 Madrid  
Tel: +34 91 563 77 22

### Barcelona

María Cura  
Socia y Directora General  
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª  
08021 Barcelona  
Tel: +34 93 217 22 17

### Lisboa

Madalena Martins  
Socia Fundadora  
mmartins@llorenteycuenca.com  
Carlos Matos  
Socio Fundador  
cmatos@llorenteycuenca.com

Rua do Fetal, 18  
2714-504 S. Pedro de Sintra  
Tel: + 351 21 923 97 00

### AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero  
Socio y CEO América Latina  
aromero@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo  
Socio y CFO América Latina  
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonio Lois  
Director Regional de RR.HH.  
alois@llorenteycuenca.com

### Bogotá

María Esteve  
Directora General  
mesteve@llorenteycuenca.com

Germán Jaramillo  
Presidente Consejero  
gjaramillo@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B – of. 501  
Bogotá (Colombia)  
Tel: +57 1 7438000

### Buenos Aires

Pablo Abiad  
Socio y Director General  
pabiad@llorenteycuenca.com

Enrique Morad  
Presidente Consejero para el Cono Sur  
emorad@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP  
Ciudad de Buenos Aires (Argentina)  
Tel: +54 11 5556 0700

### Lima

Luisa García  
Socia y CEO Región Andina  
lgarcia@llorenteycuenca.com

Cayetana Aljovín  
Gerente General  
caljovin@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7  
San Isidro. Lima (Perú)  
Tel: +51 1 2229491

### México

Alejandro Romero  
Socio y CEO América Latina  
aromero@llorenteycuenca.com

Juan Rivera  
Socio y Director General  
jrivera@llorenteycuenca.com

Bosque de Radiatas # 22 – PH7  
05120 Bosques las Lomas (México D.F.)  
Tel: +52 55 52571084

### Panamá

Javier Rosado  
Socio y Director General  
jrosado@llorenteycuenca.com

Avda. Samuel Lewis. Edificio Omega, piso 6  
Tel: +507 206 5200

### Quito

Catherine Buelvas  
Directora General  
cbuelvas@llorenteycuenca.com

Av. 12 de Octubre 1830 y Cordero.  
Edificio World Trade Center, Torre B, piso 11  
Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador)  
Tel: +593 2 2565820

### Río de Janeiro

Juan Carlos Gozzer  
Director Ejecutivo  
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 – sala 1801  
Rio de Janeiro – RJ (Brasil)  
Tel: +55 21 3797 6400

### São Paulo

José Antonio Llorente  
Socio Fundador y Presidente

Alameda Santos, 200 – Sala 210  
Cerqueira Cesar. SP 01418-000  
São Paulo (Brasil)  
Tel.: +55 11 3587 1230

### Santiago de Chile


Claudio Ramírez  
Socio y Gerente General  
cramirez@llorenteycuenca.com


Avenida Vitacura 2939 Piso 10. Las Condes  
Santiago de Chile (Chile)  
Tel: +56 2 24315441

### Santo Domingo


Alejandra Pellerano  
Directora General  
apellerano@llorenteycuenca.com

Avda. Abraham Lincoln  
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7  
Tel: +1 8096161975


 Web corporativa  
[www.llorenteycuenca.com](http://www.llorenteycuenca.com)

 Blog corporativo  
[www.etblogdellorenteycuenca.com](http://www.etblogdellorenteycuenca.com)

 Twitter  
<http://twitter.com/llorenteycuenca>


 Centro de Ideas  
[www.dmasilllorenteycuenca.com](http://www.dmasilllorenteycuenca.com)

 Revista UNO  
[www.revista-uno.com](http://www.revista-uno.com)

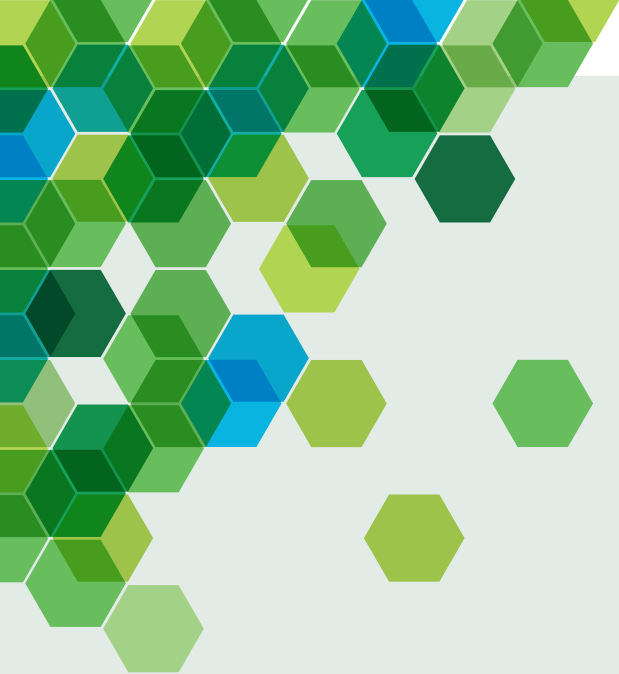
 YouTube  
[www.youtube.com/LLORENTEYCUENCA](http://www.youtube.com/LLORENTEYCUENCA)

 LinkedIn  
[www.linkedin.com/company/llorente-&-cuenca](http://www.linkedin.com/company/llorente-&-cuenca)

 Facebook  
[www.facebook.com/llorenteycuenca](http://www.facebook.com/llorenteycuenca)

 Slideshare  
[www.slideshare.net/LLORENTEYCUENCA](http://www.slideshare.net/LLORENTEYCUENCA)





d+i es el Centro de Ideas, Análisis y Tendencias de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

d+i es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la comunicación desde un posicionamiento independiente.

d+i es una corriente constante de ideas que adelanta nuevos tiempos de información y gestión empresarial.

Porque la realidad no es blanca o negra existe d+i LLORENTE & CUENCA.

[www.dmasillorenteycuenca.com](http://www.dmasillorenteycuenca.com)

**d+i** LLORENTE & CUENCA