
IMPACTO DE LAS MEDIDAS ECONOMICAS DE DICIEMBRE 1986 EN LOS M.D.M.

JOSE M. TERRERO

El sábado 6 de diciembre de 1986, a las 2:30 p.m. resonó por los radios y televisores del país la voz del Presidente Lusinchí con las anunciadas medidas económicas y sociales.

El discurso tenía la apariencia de una sólida y humeante hallaca, que sale, llena de promesas, de la paila hirviendo, mientras paraliza momentáneamente al hambriento comensal.

Y poco a poco fueron apareciendo las medidas, después de caer su envoltura:

- Devaluación de la tasa de cambio controlada del dólar de Bs. 7,50 a 14,50 (malo para el importador productor y consumidor de RECADI), pero pagando la deuda externa privada a 7,50 más una prima de garantía (muy bueno para la clase media-alta y alta, que deben dólares, pues así los consiguen al precio más barato).

- Elevación del salario mínimo agrícola y urbano (hasta 1.500 y 2.000 respectivamente) y de sueldos de algunos funcionarios públicos, a quienes no se les aumentó en Enero 1986.

- Mantenimiento de la tasa de cambio de 7,50 Bs./\$ para la importación de alimentos básicos y medicinas, y de subsidios a fertilizantes, leche popular, vaso de leche escolar, etc.

Balance General de las medidas

- Positiva la devaluación, pues hará crecer la producción nacional. Pero está hecha de tal forma, que va a golpear los ingresos de la población, pues elevará los precios de bienes y servicios entre un 20% y un 25%.

- Negativo el no aumento de salarios, por razones sociales y económicas. La reactivación económica se debía apoyar en una mayor capacidad adquisitiva de los consumidores. Muchas aspiraciones quedaron truncadas, por ejemplo, las salariales de la CTV.

- Profundiza la brecha entre los que tienen y los que no tienen.

- El dólar no debería fluctuar, si funcionara RECADI rápida y expeditamente.

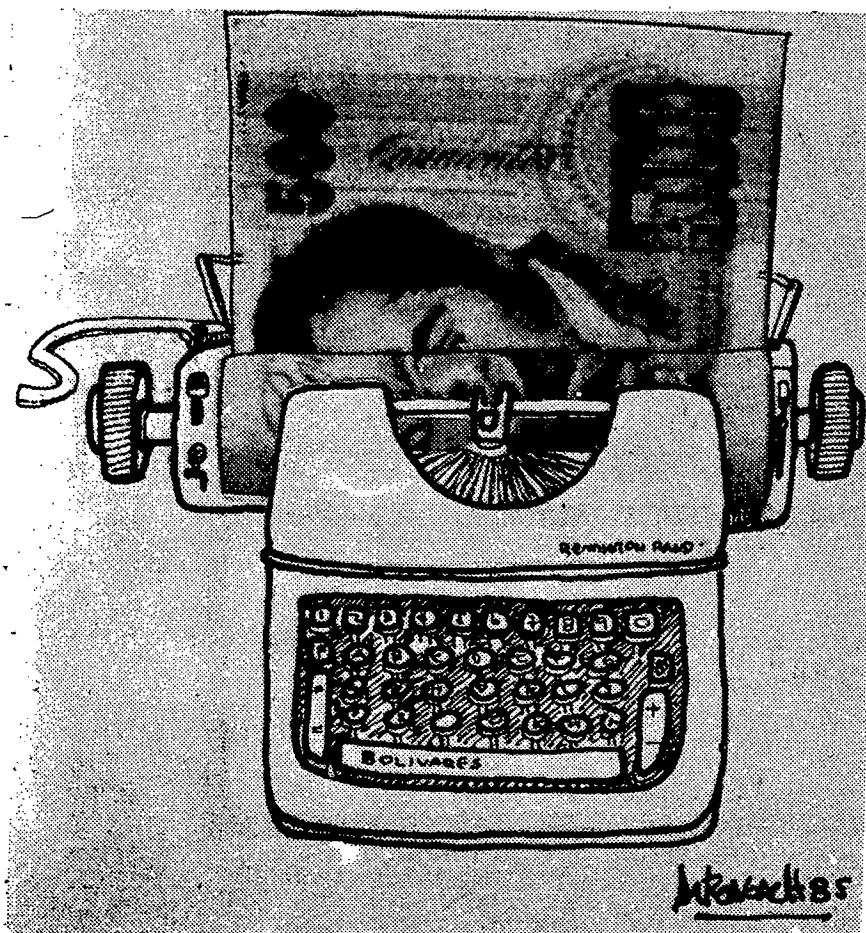
Pero la lentitud de la burocracia y el papeleo obligará a mucha gente a acudir al dólar libre, aunque éste vaya subiendo hasta Bs. 30, lo que obligará a otra devaluación de la tasa de cambio controlada. Por lo que el costo de vida seguirá aumentado.

Repercusiones en los medios en general

Las medidas no mencionan a los medios expresamente, pero quedan englobados dentro de su incidencia en la producción y consumo de los bienes y servicios, fundamentalmente por el cambio de la divisa.

Es evidente que al pasar el cambio del dólar de Bs. 7,50 a Bs. 14,50, todas las solicitudes a través de RECADI de dólares para materiales primas y repuestos para prensa, radio, TV, cine y medios afines, incidirán en un aumento de pago en Bs.

Asimismo disminuirá el tiraje de periódico, revistas y libros, y habrá una tendencia a reducir el horario de transmisión de radio y TV, para disminuir los gastos de mantenimiento y permitir que los equipos y maquinarias duren más.



Pero ello no hará disminuir notablemente la fuga de divisas, puesto que son gastos necesarios para la supervivencia del medio, y tarde o temprano habrá que hacerlos. Si hay una ligera disminución momentánea de fuga de divisas por ese concepto, se deberá a que algunos gastos se pospondrán hasta que no quede más remedio que hacerlos.

Como siempre, no han faltado quienes han alabado incondicionalmente las medidas del Gobierno, dentro de una línea a ultranza de partido, o siguiendo las ventajas económicas personales que esperan obtener de ellas. Pero la mayoría acusó las repercusiones negativas en los medios.

Todos ellos quedan afectados al subir su costo, con lo que esto incide en el derecho a la información (pasiva y activa). En algún caso pequeño, favorecerá la producción nacional, el empleo, los ingresos familiares y la independencia tecnológica y económica de los país.

El Derecho de Información

Este ha sido el argumento más manejado, si no más manipulado. A uno le extrañan los argumentos, que huelen a racionalizaciones que se esgrimen, cuando los intereses monetarios exprimen los cerebros.

Parecería que la presión sobre el bolsillo se extiende al cerebro, que como una calculadora comienza a listar todas las posibles razones en contra, inclusive las más filosóficas y altruistas.

Un argumento que se ha usado es que las medidas restringen el Derecho a la Información. Es verdad, pero ¿no sería bueno utilizar la misma energía para denunciar otros mecanismos más importantes que restringen dicho Derecho? ¿Por qué mencionar unos mecanismos, callando otros?

Además, no basta con estar informados. Tenemos Derecho a estar BIEN informados. ¿Cómo cumplen los medios esta obligación suya? Si ellos no cumplen, ¿cómo pueden exigir a otros que lo cumplan, simplemente porque les afectan directamente al bolsillo?

Por otra parte, el Derecho a la Información incluye también el Derecho del pueblo a informar él mismo de lo que pasa a su alrededor y dentro de su propia vida. ¿Qué facilidades dan los medios para que el pueblo informe de sus problemas? Más bien, ¿qué presiones se ejercen a todo nivel para que el mismo pueblo no pueda decir su palabra por esos medios u otros?

Repercusión en los Medios Impresos

Son los que más ruido han metido, quizá por contar con el apoyo del mismo medio impreso.

El primer impacto ha sido sobre el papel, ya que es su insumo básico: "Más del 70% de los costos de producción del periódico se lo lleva el papel. El resto corresponde a tintas, planchas y máquinas" (Guillermo Kubler, de "El Diario de Caracas", *Producto*, Febrero 1987, Nº 41).

En 1986 se trajeron unas 100 mil toneladas de papel de imprenta, por valor de 60 millones de dólares. Su costo ha sido ahora incrementado en un 93%. Lo curioso es que el costo de otros tipos de papel permanece inalterable: "No entiendo cómo el papel de imprenta va a 14,50% Bs./\$, mientras la pasta para fabricar servilletas y papel higiénico sigue a Bs. 7,50 Bs./\$.

Este costo adicional será trasladado inmediatamente a los anunciantes y a los lectores.

El último aumento tarifario fue en ju-

nio de 1985. La subida del costo de papel llevará de inmediato a un aumento del 60% en la tarifa a los anunciantes.

Efectivamente, "los diarios de Caracas y del interior del país comenzaron el año con aumentos en sus tarifas de avisos. En promedio, el adicional está en Bs. 20 el centímetro por columna" (*Producto*, Febrero 1987, Nº 41). A pesar de eso, el aumento de la tarifa no llega a cubrir el costo de la manufactura; el incremento ideal sería Bs. 30 (Luis Teófilo Núñez, id.).

Dentro de esta reacción en cadena, ¿qué harán los anunciantes? Ellos probablemente disminuirán el volumen de sus anuncios y recurrirán a otros medios publicitarios (radio, vallas, etc.) Asimismo se supone que el gasto de los anunciantes no bajará notablemente, pero sí bajará el centímetro anunciado en un 20% (Larry Hernández, de "El Nacional", id.) Es decir, harán avisos más pequeños con la misma plata.

Si se retiran algunos anunciantes, disminuirá el número de páginas y habrá menos información, y asimismo menos columnas fijas, en las que generalmente se vierte la opinión de muchas personas e instituciones, independientemente de la política editorial del periódico. Esto sí va a afectar la pluralidad de expresión

Por su parte, el precio de algunos impresos (sobre todo, los de Provincia) subirá, y el lector lo tendrá que pagar. Algunos lectores se retirarán de comprar el periódico, pero por tratarse de un bien para muchos necesario (con inelasticidad en la demanda al precio actual), el volumen de tiraje y ventas no disminuirá notablemente.

Sin embargo, es posible que el precio no suba (vg. "El Diario de Caracas" no subirá), sobre todo si baja el número de páginas. Recordemos que los ingresos de los diarios por concepto de su PVP son mínimos, pues suelen ir fundamentalmente a los distribuidores. Los ingresos de los periódicos vienen de los anuncios.

Las medidas afectan menos de momento a los grandes periódicos, que ya tienen grandes reservas de papel, pero afectarán a quienes no las tienen (los periódicos menores de Provincia suelen tener menos "stock").

Sin embargo, esto no es tan generalizado. "El Universal tiene apenas para un mes", confesó su Director, Luis Teófilo Núñez. Ese periódico, no obstante, lanzó a

la calle hasta mediados de Enero, ediciones de 90 páginas, pero luego las subió hasta 144 páginas. ¿Cómo lo logró? En cambio, "El Impulso" de Barquisimeto tiene cinco meses de reserva de papel.

Impresionado por las consecuencias de un aumento al doble en el costo del papel, el Congreso de la República solicitó al Presidente de la República reconsiderar la aplicación de la medida en el caso de la prensa nacional.

La Prensa Regional

Los periódicos, que más van a verse afectados son los pequeños periódicos de provincia.

Hay que calcular que al cambio de Bs. 14,50 el dólar, los costos de producción se elevarán en un 130%. Al mismo tiempo, tendrán que defenderse con un aumento del PVP, pues muchos carecen de soporte publicitario.

Indican que, si no se reconsideran las medidas, los periódicos de Provincia colapsarán, y ello perjudicará los intereses de la Provincia y de la nación, por haber callado parte de la opinión regional y nacional.

Por ahora, han recibido buenas palabras por parte del Presidente Lusinchí, Carmelo Lauría, Carlos Croes (OCI), Mirabal Bustillos (Fomento), Héctor Hurtado (FIV), en cambio, les ha indicado que supone que no habrá preferencias.

En consecuencia, se han apresurado algunas acciones:

Se acabó de constituir la "Cámara de Prensa Regional Venezolana" (CAPREVE). Esta era una vieja aspiración con intentos previos de fundación en 1972 (Barquisimeto) y 1975 (Caracas).

Realmente los objetivos de la Cámara van más allá de la presión económica de las actuales medidas. La constitución de la Cámara estaba ya decidida antes por parte de sus integrantes desde noviembre 1986. Sus estatutos se refieren a todos los aspectos y funciones de la prensa de provincia.

Su actual presidente, José Manuel Guzmán, de "El Expreso" de Ciudad Bolívar, dice: "Nosotros cubrimos y somos voceros del 70% del territorio nacional... Hemos contribuido a erradicar de la capital la opinión centralizada del país para diversificarla a través de la geografía nacional en los últimos 15 años" (El Nacional, 9 de enero 1987, p. D-2).

Las actuales medidas obligaron a acelerar la constitución de la Cámara.

CAPREVE se constituyó el 8 de enero de 1987 en Ciudad Bolívar, donde nació "El Correo del Orinoco", fundado por Bolívar, y donde se celebró el Congreso de Angostura en 1819, también convocado por Bolívar.

La Junta Directiva está constituida por: José Manuel Guzmán Gómez ("El Expreso", Ciudad Bolívar), Miguel Antel Moyetones ("La Prensa de los Llanos", Guárico), Luis Mazzarri ("El Tiempo", Valera), Eladio Muchacho Benedicto Monsalve ("La Frontera", Mérida), Rogelio Díaz ("El Periódico", Aragua), Ramón Yáñez ("Provincia", Cumaná), Parmíño González ("El Nacionalista", S. Juan de Los Morros), y Omar Azuaje ("Medano", Punto Fijo).

A la reunión fundacional asistieron representaciones de más de 20 periódicos de Provincia, de los 40 que integran ese conglomerado.

Es positiva la constitución de dicha Cámara, pero sólo parcialmente. ¿Son estos periódicos realmente los voceros del pueblo de la Provincia o más bien los voceros de las élites políticas y económicas de la Provincia? ¿Dónde queda la voz real de la mayoría de la población de la Provincia? Las voces fuertes de la Provincia se unen, ¿y la voz silenciada del lector? ¿Quién representa la voz del no lector y del analfabeta real y funcional? Como siempre, el pueblo sigue desorganizado, y las élites se organizan.

Contagiada por la preocupación de CAPREVE, fundada en Ciudad Bolívar, la Asamblea Legislativa del Estado Bolívar pidió la reconsideración de la aplicación de la medida para los periódicos de Provincia. La Comisión Delegada de dicha Asamblea especificó que "sólo la Gran Prensa que se edita en la capital de la República, está en capacidad de poner en práctica las medidas cambiantes establecidas" (El Nacional, 8 enero 1987).

Mientras tanto, ¿cómo van incidiendo las medidas cambiantes en la Prensa de Provincia?

"El Impulso" de Barquisimeto (con 45,000 ejemplares) facturó en 1986, 60 millones de Bs. en publicidad; para finales del presente año 1987 piensa llegar a los 90 millones (Producto, Febrero 1987, N° 41, p. 22). Para ello aumentó sus tarifas publi-

ciarias de 28 a 44 Bs., es decir, un incremento del 56% el centímetro por columna. Pero no aumentó el PVP de Bs. 2 (de lunes a sábado) y 2.50 Bs. (domingos). Sólo se aumentaría por razones inflacionarias y por presiones de los distribuidores.

"El Sol" de Maturín (con 24 páginas) aumentó sus tarifas de 25 a 30 Bs. el centímetro por columna, y de 4.000 a 5.500 la página completa.

Algunos buscan otras soluciones. Si no se puede alterar la tasa cambiaría controlada, algunos proponen subsidios para los diarios locales. Pero eso se presta a presión y dependencia del Gobierno y más corrupción.

Arancel a los libros importados

Otro caso relacionado con los medios impresos es el de los libros importados. Estos; además de la subida por aumento de la tasa cambiaría, tienen un impuesto del 40%, según Resolución 1081 del Ministerio de Hacienda, excepto para las publicaciones científicas, tecnológicas y educativas.

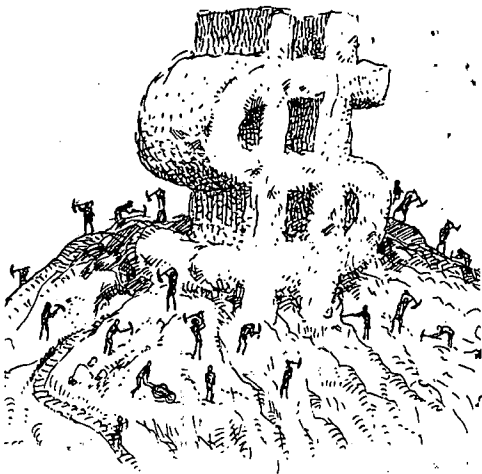
Tal Resolución ha levantado otra polvareda. ¿Que motivó tal Resolución? Habría dos motivos aparentes: estímulo a la Industria Gráfica Nacional y recaudación de impuestos fiscales. Este criterio economicista del Gobierno ha sido apoyado fuertemente por la Industria Gráfica Nacional, pues beneficia sus empresas afiliadas.

La industria Gráfica tiene una capacidad instalada ociosa; y al cambio de 14,50 Bs./\$, el libro puede imprimirse aquí con costos comparativos internacionales razonables.

Por otra parte la calidad del libro impreso en Venezuela es alta, y puede competir internamente sin problema, por ejemplo, en la sub-región del Pacto Andino.

España da un incentivo del 15% al 30% a la exportación del libro, que usa papel, tinta, hilo, percalina, etc., todo ello producido en España. Venezuela podría hacer lo mismo, pues tiene miles de hectáreas sembradas con pino caribe.

Por otra parte, sería absurdo pechar con impuestos al papel y añadirle otros costos ad-valorem (con lo que se duplica su costo inicial), mientras que el libro, que viene de fuera, no paga nada extra por papel, tinta, aporte al INCE, y encima empleó mano de obra extranjera, con lo que no ayuda a



solucionar el problema del empleo. Por eso Ernesto Armitano sugiere un impuesto del 30% al libro importado (*El Mundo*, 17 enero 1987, p. 7).

Sin embargo, los que opinan lo contrario son fuertes, numerosos y entendidos. No en vano hay importadores que mandan a hacer sus revistas en el extranjero (Miami), porque les sale más baratas.

Por una parte, se aduce que la Resolución de Hacienda ignora acuerdos internacionales sobre la libre circulación del libro, de los cuales es signataria Venezuela (Vg. Protocolos firmados en Beirut, en 1954; en Florencia, en 1960; en Nairobi, en 1976). Asimismo, hay una serie de organismos internacionales, que tienen que ver con la libre circulación del libro y que Venezuela está obligada a respetar.

Sin embargo, la cuestión no es tan simple en los acuerdos internacionales. Uno debe respetarlos, a condición de que otros (y más bien todos) los respeten. Me refiero a hechos concretos. Al menos en 1972, España cobraba un arancel del 40% ad-valorem por los libros que Venezuela trató de exportar a España. En cambio, ese mismo año los libros de España entraban en Venezuela sin ningún arancel. ¿Es justa esta conducta internacional? Las condiciones comerciales entre los países deben ser recíprocas, sin preferencias inexplicables, a no ser por la desidia de las entidades oficiales o por lo que otros llaman "analfabetismo ilustrado".

Por su parte, la Asociación Venezolana de Editores (AVE) declaró que, si se di-

faculta la importación de libros, podría quebrar el mercado librero (ya en crisis desde hace meses) de las distribuidoras y librerías. Si las librerías quiebran, también quebraría la producción ditorial venezolana, que se vende a través de tales librerías, pues faltarían canales de comercialización de cualquier tipo de libros.

Además, dicho arancel dificultaría la exportación de libros venezolanos, pues sería una tentación para los otros países a que hagan lo mismo con nosotros en represalia. Y ello vendría a perjudicar a la propia Industria Gráfica Nacional, que contradictoriamente, apoya el arancel. La Comisión de Fomento Editorial, creada por el mismo Presidente de la República, vería entorpecida su labor, quedando en peligro la Industria Gráfica.

Sobre la posible ventaja de recaudación de fondos fiscales la AVE responde: "Venezuela gasta anualmente, en libros y revistas importadas, sólo el 0,2% del total de divisas erogadas por el fisco. Un arancel, pues, a estos renglones, representa un ingreso fiscal insignificante, a cambio de un catastrófico empobrecimiento literario, científico y tecnológico" (Roberto Hernández Montoya y Manuel Vadell, de la AVE. El Nacional, 17 enero 1987).

A la acusación culturalista de la AVE, de que el arancel atenta contra la cultura, la Industria Gráfica Nacional responde que al menos no atenta contra la cultura local y nacional, sino que al revés la estimula.

Por fin, la Ministra de Cultura, Paulina Gamus, presentó en la sesión del Consejo de Ministros (anterior al 17 de enero de 1987) un documento, en el cual, por instancias del propio Presidente Lusinchi, se solicitaba la eliminación del arancel del 40%. La solicitud quedó sin resolverse, dentro de la larga lista de asuntos pendientes por estudiar.

El mismo Gonzalo Barrios, Presidente de AD, declaró que tal arancel es producto del error y confusión de algún funcionario.

Repercusión en radio, TV, cine y medios populares

Se prevé que el medio radio sufra

notablemente. El MTC había estimulado mayor cobertura en las emisoras de fronteras y cambios de potencia para evitar la penetración de emisoras de otros países.

Pero las previsiones de lo que puede ocurrir con el cambio del dólar van en dirección contraria. Para no reducir la nómina, se reducirán las horas de transmisión y de potencia para preservar más tiempo los repuestos y ahorrar energía.

Es posible que estas previsiones teóricas casándricas no lleguen a ese extremo.

En la Cámara de Radio, su Presidente Peter Taffin habla del dólar "comunicacional" a Bs. 10. Pero no parece que el Gobierno lo acepte.

Por su parte, en TV las medidas cambiarías obligarán a reducir gastos de producción. Por ello tendremos más enlatados extranjeros y menos talento vivo nacional de calidad.

La producción cinematográfica nacional bajará por la elevación del costo de insumos y equipos importados. A su vez, el costo de las entradas a los cines tenderá a subir, aunque la asistencia a los cines ha disminuido notablemente por la piratería de los videocassettes y liberación de las antenas parabólicas, que traen primero los grandes estrenos.

Asimismo, a nivel popular será más difícil trabajar con diapositivas, por el aumento de su costo. Pero se acudirá a medios más económicos.

Las medidas cambiarías han dado un dolor de cabeza a los medios masivos. A nadie le gusta el aumento de costos y precios. La crisis va llegando a todos los sectores.

La Comunicación como Comercio está en crisis, pues está afectado directamente su objetivo: la ganancia. La Comunicación Popular como Servicio está reducida a pocos medios masivos y a muchos micromedios populares. A estos también les afecta la nueva tasa cambiaría. Pero sus problemas son distintos, no están relacionados tan directamente con la moneda. Su problemática central es cómo hacer una comunicación popular al servicio de la mayoría en los momentos actuales a nivel de contenido, metodología y medios, cuando los recursos se empobrecen más.