

LOS COSTOS DETRAS DEL VOTO

CARLOS CORREA

La pasada campaña no fue la excepción. Los medios nos inundaron de ofertas y promesas con un disfraz de anuncio publicitario. Algunos pocos se preguntaron: ¿quién paga esos anuncios? ¿cuánto cuesta ese afán por nuestra opinión sobre las diversas ofertas electorales? Las respuestas sólo se logran a medias.

Los periodistas repreguntan y siempre responden lo mismo. Las finanzas electorales se "manejan dentro de la estrategia electoral en términos que no pueden ser divulgados por la prensa"(1), sentencia David Morales Bello. Mientras que en la esquina contraria desmienten a Víctor Emiro Montero, jefe de las finanzas de Copei, quien a inicios de 1988, afirmó que el Tigre, gastaría mil millones en una campaña indispensable y austera.

A los políticos les molesta que se conozcan las cifras de la campaña, lo cual genera rumores y estimaciones a granel. Todos intentan atinar con los costos del voto de los venezolanos. El Consejo Supremo Electoral, en boca de su presidente alardea ciertas críticas a los partidos sobre sus excesos a la vez que propone una reforma a la Ley de Partidos Políticos. La reforma que se propone permitiría al CSE, vigilar, supervisar prevenir y sancionar a los partidos en todo lo relativo a su financiamiento.

La propuesta de Reforma, controlaría los aportes de particulares a los partidos. Se cuestiona que el financiamiento de las campañas está condicionado a ciertas prebendas en caso de resultar ganador el candidato presidencial, o a negociaciones de puestos salidores en las planchas. También se propone eliminar el anonimato de las donaciones a los partidos. En fin propuestas que hacen dudar de la aprobación de reformas de a la ley de partidos políticos, sobre todo porque estos cobran y se dan vuelta, ellos solos.

La guerra sucia, llegó a denunciar las ligazones de los partidos contrarios con el narcotráfico. Salieron publicadas fotos de los candidatos con supuestos señores del narcotráfico que financiarían a los partidos y especialmente a los candidatos. Las presiones a favor y en contra de una ley que regule los partidos políticos pusieron picante la crónica política en febrero del 88, y el resquemor se sintió hasta finales de la campaña misma.

Como siempre el gobierno hizo sentir su "labor de gobierno". Carlos Croes empezó llenando los periódicos con frases elogiosas al gobierno. Citas de medios extranjeros que hablaban de lo bien que lo hacía el gobierno venezolano. La campaña de los cuatro años de buen gobierno, costó 726 mil bolívares <Croes dixit>. Es bueno acotar

que los canales de televisión no cobraron por transmitir las cuñas y programas.

Las cifras de la campaña electoral bailan el son que le toquen. Los copeyanos afirmaban que los adecos gastarían 2 mil millones de bolívares. Andrés Velásquez denunciaba que un mitin adeco en San Félix costó 10 millones de bolívares. Los mítines se hacen cada día más costosos y por eso los partidos dirigen su estrategia a los medios para masas. Quizás esta sea una de las características resaltantes de esta campaña, se empieza a profundizar en el uso de los medios masivos como elemento preponderante de la campaña. Si bien siempre y especialmente desde 1973 las campañas electorales venezolanas marchan con los medios masivos, compartían siempre su presencia con otras estrategias. Antes el mitin era el vehículo comunicacional más importante, ahora lo es la prensa, televisión y radio.

Los rumores se convierten en la principal fuente, para estimar los costos de la campaña. Los rumores afirmaban que el canal 4, no le cobraba la transmisión de las cuñas a Carlos Andrés Pérez, que había reuniones secretas entre directivos del canal 2 y El Tigre. Los rumores siempre rondan a la política venezolana, acostumbrada a chanchullos de último minuto.

Por otra parte los partidos minoritarios también entran en el festín de los medios. Por una parte nueva Generación Democrática, partido de derecha lanzó sus anuncios televisivos, también lo hizo Rhonna y su Fórmula 1. Este último gastó alrededor de 10 millones de bolívares con anuncios en prensa y televisión especialmente en el último mes de campaña.

El Consejo Supremo Electoral reparte entonces y después de la elecciones. El reparte es proporcional al número de votos siempre que sobrepasen de un mínimo de un diez por ciento. Lo que saquen por encima de este diez por ciento se reparte (cerca de doscientos millones de bolívares) para cancelar algunas de las deudas contraídas en la campaña.

Un partido con recursos, léase AD o COPEI, gastaría cerca de 1.257 millones de bolívares para poder cubrir todas las posibilidades de cobertura que permiten los distintos medios de comunicación venezolanos. Sumemos a esto los costos de producción de los diversos anuncios publicitarios y sobrepasan los dos mil millones de bolívares. Cifra que sólo puede ser alcanzada por partidos políticos que tengan fuertes vínculos con sectores económicos sólidos. Algunos canales de televisión y emisoras de radio no cobraron sus tarifas a los partidos; esto puede indicar una contraprestación para los propietarios de los medios en caso de que su candidato resultare ganador (este es el caso de Carlos Andrés Pérez con Venevisión). También se negocian los puestos de las planchas, para garantizar la "inversión". Otras veces se canjean los apoyos de los medios por jugosos contratos estatales.

Los distintos vericuetos de las finanzas de los partidos y sus costosas campañas son el objeto de diversos rumores que bailan un danzón pecaminoso; todos saben cómo ponerle coto, pero los intereses son muy fuertes. También el asunto rebasa tímidamente las barreras del rumor, los hechos parecieran confirmar acuerdos previos entre propietarios de medios y el actual gobierno. Hay una notable presencia de vinculados al grupo Cisneros, en el actual gabinete ministerial, y no faltan convivencias entre gobierno y el grupo CORAVEN, inspirado en las líneas del equipo RORAIMA.

Las cifras de la campaña sobrepasan los 5 mil millones de bolívares, entre todos los partidos políticos venezolanos. Los montos inclinan la balanza hacia AD y COPEI, desequilibrando las posibilidades de los partidos minoritarios. Es decir, la balanza rom-

pe los esquemas institucionales del CSE.

La última campaña presidencial se caracterizó por una mezcla de carnaval en crisis y un cierto desaliento que se observó en los anuncios políticos. Quizás la prueba de esto lo constituye el desánimo que impregnó al 20 por ciento de los votantes que se abstuvieron.

La estrategia de los partidos se centró en los medios, relegando lo mítines a un plano menos destacado. Las concentraciones se convirtieron en un espectáculo más para la televisión, sólo así parecían tener sentido. AD, basó su campaña en el candidato, una campaña con mensajes que iban más a las emociones que al raciocinio. COPEI, combinó el asunto cuando asociaba el nacionalismo con pretendidas razones. La de COPEI fue una campaña incoherente y con altibajos.

En fin una campaña con los números de siempre, maromas circenses, golpes bajos, medidas de pata, torpezas y aciertos que apenas sí sacaron al espectador de prolongados bostezos. Una novela más y amenazan con empezar la nueva serie desde ya, con los susodichos precandidatos.

COSTO POR ELECTOR/CSE

Elecciones Presidenciales 1979

Presupuesto año 1978	Bs.202.700.000,00
<i>Menos</i> : Artículo 155. L.O.S.	<u>Bs. 50.000.000,00</u>
Sub Total	Bs.152.700.000,00
<i>Menos</i> : Presupuesto Ordinario	<u>Bs. 48.004.020,00</u>
Presupuesto elecciones 1978	Bs.104.695.980,00
Costo por elector : 104.695.980,00	
-----	=16,04
6.178.318,00	

Elecciones Presidenciales 1983

Presupuesto año 1983	Bs.420.000.000,00
<i>Menos</i> : Artículo 155-L.O.S.	<u>Bs.110.400.000,00</u>
Sub-Total	Bs.309.400.000,00
<i>Menos</i> : Presupuesto ordinario	<u>Bs.100.000.000,00</u>
Presupuesto elecciones 1983	Bs.209.600.000,00
Costo por elector : 209.600.000,00	
-----	= 26,94
7.777.892,00	

Elecciones Presidenciales 1988 (Estimado)

Presupuesto Año 1988 Bs.666.002.232,00
 Más : Créditos adicionales solicitados Bs.223.271.777,00

Bs.899.274.009,00
 Menos: : Artículo 155 L.O.S. Bs.220.000.000,00

Bs.679.274.009,00
 Menos : Presupuesto Ordinario Bs.245.500.000,00

Presupuesto elecciones 1988 (estimado) Bs.433.774.009,00

Costo por elector (Estimado) :433.774.009,00
= 47,24
9.181.529,00

En estas cifras no se incluyen los rubros:

- Asignaciones del C.S.E establecidas para los Partidos en el art. 155 de la Ley Orgánica del Sufragio.
- Gastos de las Fuerzas Armadas a través del Plan República VI
- Gastos de los partidos en sus movilizaciones, giras, mítines, etc.

CUADRO COMPARATIVO / COSTO POR ELECTOR / CSE ELECCIONES PRESIDENCIALES 1978-1983-1988

Costo por elector 1983	Costo por elector 1988	Diferencia	Variación %
26,94	47,24	20,30	42,97
16,04	26,94	10,90	40,46

COSTO DEL VOTO POR ELECTOR / CSE (Bolívares)

