

INFORME POLITICO

PANORAMA

ELECTORAL

CARLOS ANDRES

Junio de 1973 — Faltan seis meses para las elecciones. Algunos candidatos llevan más de un año sembrando promesas. A estas alturas la polarización entre las candidaturas de Lorenzo Fernández y Carlos Andrés Pérez es clara y definitiva.

Carlos Andrés y su partido Acción Democrática lucen bien coordinados. Han sabido cambiar el pasado agresivo del candidato por la imagen de hombre decidido, enérgico, valiente y sincero. Estos slogans han "pegado". Es conocido el fenómeno político de que en períodos de indecisión y desorientación brota en la población la apelación mesiánica del hombre fuerte. Carlos Andrés es incansable. Su imagen no es simpática, ni siquiera con la sonrisa ensayada, pero se defiende muy bien en TV. En los pueblos hace afirmaciones progra-

máticas concretas.

AD es un partido que está de vuelta. Su dirigencia está constituida por un club de desengañados de los viejos pujos populistas. Están instalados con "realismo" en una comodidad adquirida tardíamente. Juegan el papel de la derecha con ganas y con esmero en demostrar su plena confiabilidad. Están muy lejos los días de 1948 y 58 cuando la derecha veía su irrupción en la política como los romanos el asalto de los bárbaros. El mejor derechista es el izquierdista desengañado y eso lo saben nuestros empresarios. Los americanos, desde el Pentágono, la CIA y las petroleras creen en Rómulo desde hace más de quince años. Por eso AD cuenta con abundantes recursos económicos. Las finanzas y los empresarios prepotentes nacionales y extranjeros están con

Carlos Andrés. La televisión respalda a AD. No solamente por la facilidad de las cuñas, sino también por la manifiesta simpatía de ciertos noticieros que sutilmente aumentan la impresión de caos, indecisión y malestar en el país. Los mejores programas políticos de la TV no han podido ocultar su simpatía pro adec. Los dueños de las tres plantas comerciales, Wollmer, Phelps y Cisneros son simpatizantes de Carlos Andrés. AD crecida en la Venezuela rural era experta en la política de mitin y del contacto popular directo. Pero en los últimos años su aire campesino contrastaba con la moderna técnica propagandística y organizativa de COPEI. Hoy las cosas han cambiado. AD se ha urbanizado. Americanizado. Tiene asesoramiento extranjero y un laborioso equipo de cubanos.

Rómulo coordina el programa. Hay gente trabajando seriamente. Saldrán buenas propuestas de atracción popular. Con esquemas desarrollistas, claro está, pero la gente no entiende de esquemas ni de contradicciones estructurales.

AD ha tratado de recuperar la gente que por razones doctrinales o personales se fue un día del partido. Muchos dirigentes han preferido las comodidades de la ínsula Barataria de Sancho a las azañas ideales de Don Quijote. La mejor prueba de este éxito relativo no es la alianza con el PRN ni con el Congreso del Trabajo, ni el regreso de algunos exmiristas, sino el movimiento que se está produciendo en la base. Hay un drenaje del MEP hacia AD.



Muy fuerte en el Zulia. Notable en Sucre y otros estados. Ya en el Zulia la candidatura de Carlos Andrés ha pasado del tercer puesto al segundo a costa del MEP. Y la tendencia se acentuará.

Con todo la candidatura de AD no despierta entusiasmo. En el partido no hay optimismo. Las esperanzas de triunfo se alimentan más de los errores y debilidades del contrario que de las fuerzas propias. Además carecen del poder del Gobierno, su aliado de siempre. No están acostumbrados a enfrentar unas elecciones sin repartir planchas de zinc o regalar puestos, prebendas y asfaltados estratégicos.

LORENZO FERNANDEZ

Lorenzo Fernández personalmente está realizando una campaña intensa. Se mueve más de lo que muchos pensaron. Además de los mítines mostruos con acarreo nacional de gente, ha visitado numerosas poblaciones. Pero en su campaña las cosas no marchan bien. Hay cierta descoordinación. El partido no se ha puesto a trabajar. Unos se sienten preteridos y alegan que una camarilla ha monopolizado a Lorenzo. Los que están más cerca del candidato se quejan de la falta de interés que ciertos grupos conservan llevados por el despecho y la amargura. Sea lo que fuere la campaña está fría y el candidato no despierta entusiasmo. Quienes apoyaban la candidatura de Lorenzo pensaron que iban a arrollar a base del Gobierno y de la moderna técnica de campaña. Esperaban contar con la benevolencia de la derecha que Luis Herrera Campins podía espantar. Pero les faltó distancia crítica para acertar en los cálculos.

En cuanto a la propaganda la

entregaron en manos de publicistas lectores de las más modernas técnicas para vender un candidato. "El medio es el mensaje". "No importa lo que se diga sino cómo se diga". La televisión sería su arma. Pero han surgido dificultades: económicas y personales. Económicas porque la derecha los repudió prefiriendo a AD. El uso de la televisión se ha restringido para COPEI porque es muy costosa y porque a Lorenzo no le ayudan las apariciones en la pantalla. Sus asesores se han visto obligados a reducir al máximo sus programas.

COPEI está en posición incómoda. Carece del optimismo e idealismo renovador contagiante de 1968. Mientras AD lucha por ganar el poder, COPEI combate para no perderlo. Está a la defensiva. Ante el desaire relativo del gran capital se han visto obligados a jugar a la izquierda sin convencimiento mayor. Apoyado en ciertos hechos de la política exterior del Presidente

Caldera buscan entusiasmar con la bandera del Nacionalismo pero sin lograrlo.

Cuentan sí con el Gobierno y esto ofrece ciertos medios (no necesariamente financiamiento directo) para la campaña y para la persuasión. Pero el Gobierno también desgasta. Ahí está como prueba el descenso ininterrumpido de AD desde 1948. Y el Gobierno tiene problemas. La lucha contra la inflación es la primera. Los precios al consumidor constituyen un punto electoral muy delicado. Hay una tendencia objetiva a la inflación y los adversarios de COPEI tienen interés en fomentarla. La carne, el pollo, la leche... Por otra parte la divulgación de los últimos escándalos mina al Gobierno. Independiente de su culpabilidad, el venezolano piensa que la corrupción de los políticos (aún de los de oposición) —manifestada o sospechada por ejemplo en el caso de las máquinas de votación— se debe reclamar al Gobierno.

Sin embargo ha habido en este Gobierno una utilización más hábil y popular de ciertos recursos. La política de barrios ha sido más intensa. En el Zulia y en Lara han hecho obras que se dejan sentir. Y este es el año del asfalto y de la vivienda.

COPEI va a enfrentar una campaña más difícil de lo que pensaban cuando lanzaron a Lorenzo. Pero todavía mantiene una opción de triunfo. AD está trabajando al máximo de su capacidad. Los verdes por el contrario tienen seis meses para maximizar el esfuerzo y reparar ciertos errores.

Lorenzo siempre ha sido un buen negociador. Desde los días del gobierno de la "guanábana". Aquí puede estar la clave del triunfo. Han superado con mucho a AD en la política de alianzas. Lograron dis-

tanciar a URD de sus tentaciones proadecas. Han conseguido la alianza con el FDP y van a lograr dar la impresión de que este partido tiene más gente de la que le corresponde. Lograron atraer al Movimiento Popular Justicialista. Se han sumado los aliristas y otros pequeños grupos independientes. Ahora están animando a Tinoco para que lance su candidatura. Y queda la izquierda como una última carta. Con todo no conviene olvidar la fuga de los votos perezjimenistas.

Creemos que si la campaña sigue las tendencias actuales AD volverá al poder con Carlos Andrés. Pero el desarrollo de la lucha no es lineal. La polarización creciente favorece a COPEI. La izquierda no cree en el izquierdismo de COPEI,

pero sí en el derechismo agresivo de AD y sus aliados financieros. El MAS no sólo teme a AD en el Gobierno, sino que tiene un temor oculto a COPEI en la oposición. Los socialcristianos podrían presentar una mayor radicalización y arrebatarse las banderas a los socialistas. Mejor es que se desgasten en el Gobierno, mientras ellos suman adhesiones de grupos cristianos. Por eso le llegará a Lorenzo mucho voto negativo de la izquierda y de otros sectores que temen el incremento de la agresividad gubernamental en el país. Ante el peligro de perder, el partido se movilizará en serio sin dejar la campaña en manos de un grupito. Se verá obligado a sacar un programa preciso y político, no meramente filosófico.

JOSE VICENTE RANGEL

Detrás de estos dos candidatos, aunque a distancia, viene el MAS con José Vicente Rangel. El caudal de votos que tiene es superior a su equipo y al trabajo realizado. Ello se debe a que han captado el "momento histórico". El sentimiento socialista está en auge y no sólo en los jóvenes. La frustración frente a las fórmulas actuales también. Pero si quieren pasar de un buen 10% deben enriquecer el equipo, librarse de ciertos errores de una izquierda de esquemas y consignas hechas e instalada en el usufructo de las ventajas de ciertos

reductos universitarios y profesionales. Su contacto popular es reducido y las posibilidades de avance limitadas mientras no aprendan a hablar venezolano al margen de la indigestión libresca y a sentir más de cerca las necesidades y la mentalidad de los desposeídos.

Entre el resto de los candidatos habrá algunas combinaciones. Entre sí y algunas adhesiones a AD o COPEI. Un fuerte peligro de triunfo de AD pudiera hacer modificar al MEP su línea política... Por el contrario un incremento de las esperanzas de COPEI traería un ablan-

damiento de los financistas, siempre dispuestos a comprar la docilidad de los gobiernos. La línea fundamental que está por definirse es la de las fuerzas perezjimenistas y de los candidatos que aspiran a su apoyo como son Burelli, García Villasmil y Tinoco. Aunque ni Jovito ni el MAS han renunciado a los votos perezjimenistas.

Ojalá que a pesar de las numerosas ofertas no tengan razón quienes afirman que esta es una elección sin alternativas reales para los problemas de las mayorías venezolanas.