



A NUESTROS LECTORES

"Tres cosas hay que me desbordan y cuatro que no conozco: el camino del águila en el cielo, el camino de la serpiente por la roca, el camino del navío en alta mar, el camino del hombre en la doncella" dice el libro bíblico de los Proverbios. Podríamos añadir una quinta cosa: cuánto influyen los medios en una campaña electoral.

Para empezar a salir de esta ignorancia práctica decidimos indagar la relación medios-campaña en Costa Rica, República Dominicana, Venezuela, Colombia, Perú y Argentina, países con campañas relativamente recientes. Nos falló la contribución colombiana, pues más pudo la falta de tiempo que la buena voluntad del autor invitado. El ensayo dominicano nunca llegó por culpa de correos y por distracción del autor al no haber sacado una copia de su trabajo. ¡Lástima: un verdadero acto fallido xerocópico! El mérito de los ensayos que publicamos es haber tratado el tema en su contexto. Se ilumina así y llena de sentido la relación medios-campaña electoral. Por este motivo abrigamos la esperanza de que este número de *Chasqui* sea útil también a políticos y gente de campañas.

Los casos de la reelección de Reagan, el debate sobre Waldheim, el triunfo en segunda vuelta de un perdedor en la primera ronda de las elecciones de presidente ecuatoriano, —casos recogidos en la sección *Experiencias*— ilustran, el primero, la guerra no siempre leal de la publicidad política y el impacto poco eficaz de los medios en la decisión final de los electores de los Estados Unidos; el segundo, cómo puede distorsionarse un debate en el desigual suelo de las emociones nacionalistas; el caso ecuatoriano ilustra la vigencia del dicho clásico de no dormirse en los laureles que aquí vienen a ser un símbolo de los peligros del lenguaje abstracto en una concreta, áspera y ríscosa campaña electoral. En fin, la entrevista sobre medios y campañas políticas en los países escandinavos es ricamente informativa sobre el funcionamiento de la publicidad política en naciones de antigua raigambre democrática y sistemas pluripartidistas.

El material de reseñas de libros y revistas complementa la intención de explorar desde varias perspectivas el fenómeno medios, comunicación y elecciones.

Con este número damos comienzo a una sección de *Cartas de los Lectores*. Si bien una sección semejante tiene más sentido en revistas de aparición mucho más frecuente que la nuestra, con todo puede convertirse en un camino que traiga la opinión sincera y crítica de quienes son la razón de ser de *Chasqui*. Esperamos una respuesta adecuada que justifique el nombre de esta publicación: correo andino, latinoamericano, portador de ideas, vida, cambios, retos y esperanzas.

Jorge Mantilla Simón Espinosa

EN ESTE NUMERO

2 EDITORIAL

- 2 Campañas políticas y comunicación
Luis E. Proaño

4 CARTAS

5 ENTREVISTA

- 5 Función política de los medios en Escandinavia
Karen Siune

12 ENSAYOS

- 12 Argentina 1983: La campaña electoral en una transición política
Ariana Vacchieri
- 19 Costa Rica 1986: Una democracia amenazada
Manuel Rojas Bolaños
- 26 Perú 1985: Rescate de la memoria colectiva
María Teresa Quiroz
- 33 Venezuela 1983: Impacto de la crisis económica
Alfredo Keller R.

43 EXPERIENCIAS

- 43 Austria 1986: Impresiones del periodismo político
Holger Rust
- 49 Ecuador 1984: Propaganda electoral en la prensa de Quito
María del Carmen Cevallos
- 56 Estados Unidos 1984: Estrategia de comunicación: la elección presidencial.
Stephen Bates

65 ACTIVIDADES DE CIESPAL

68 NUEVAS TECNOLOGIAS

- 68 Flujos de datos transfronteras y cuestiones afines
Eduardo Contreras Budge

76 DOCUMENTOS

- 76 Primera Reunión de Jamaica sobre Innovación Tecnológica en Educación
- 79 Cuarta Conferencia Mundial de Noticias en Radio y Televisión

82 NOTICIAS

88 RESEÑAS

94 HEMEROGRAFIA

97 BIBLIOGRAFIA

99 SECCION EN PORTUGUES E INGLES

Impacto de la crisis económica

ALFREDO KELLER R.

Describe el contexto de las elecciones del 83 con énfasis en el impacto psicológico electoral de la crisis económica. Analiza los factores sociopolítico-estructurales (consolidación de la democracia, bipartidismo, hipertrofia y por tanto peso del Estado en el proceso). Pasa a examinar los factores coyunturales (gobierno de Herrera, conflictos internos de Copei y con el gobierno), para luego centrarse en los actores primarios (Herrera, Copei-Caldera, AD-Lusinchi), en los actores de refuerzo (las veinticinco organizaciones políticas y los ocho candidatos presidenciales sin opción real de captar el poder, las Fuerzas Armadas, Iglesia Católica, sindicatos, empresariado) y en los electores. Al describir lo que llama "fase caliente" de la campaña compara plataformas, mensajes, discursos, ofertas, estrategia, tácticas, estilo, tono y medios de comunicación usados por los dos candidatos principales. Un claro triunfo de la crisis económica sobre la imagen proyectada por los candidatos.

Una semana después de las elecciones del 4 de diciembre de 1983 el clima de la opinión pública venezolana era de alivio. Nunca una campaña electoral había sido considerada tan agresiva, larga y costosa¹, ni tanta gente tuvo tanto que ver con ella, ni las matrices de opinión se fueron formando desde tan temprano, como en la que concluyó aquel domingo decembrino.

Aunque la larga campaña electoral había comenzado legalmente sólo ocho meses antes, los orígenes más o menos explícitos de este proceso pueden hallarse en múltiples signos que se retrotraen hasta las elecciones de cinco años atrás en 1978, confirmando el axioma según el cual una campaña electoral comienza el mismo día en que termina la anterior. El proceso había adquirido, sin embargo, abierta y pública evidencia a partir del último trimestre de 1981 cuando el partido Acción Democrática, en la oposición, convocó a sus colegios electorales para nominar a su candidato presidencial. De esta manera, más de 24 meses antes de las elecciones el Dr. Jaime Lusinchi abrió los fuegos para una carrera que lo llevaría a obtener una victoria sin mayores sobresaltos con el 56.7 o/o de los votos. Su rival en los comicios, el Dr. Rafael Caldera, del partido Copei en el gobierno, ex-presidente de la República (1969-1974), obtuvo a su vez la nominación candidatural en agosto del 82 tras un proceso interno dificultoso y polémico de diferenciación con el gobierno del Presidente Luis Herrera Campíns.

Simultáneamente, y a lo largo de todo este proceso, los venezolanos sintieron deteriorarse su nivel de vida al sumergirse el país rápidamente en la crisis económica que comenzaba a afectar a toda América Latina. Al problema de la deuda externa, al incremento de los precios y al desempleo, se sumó en febrero del 83 la puntilla de la devaluación del signo monetario, hecho que para la mayoría de los venezolanos era una experiencia sorpresiva y jamás vivida. El impacto inmediato de esta medida monetaria en el electorado no lo fue tanto en el plano económico como en el psicológico (C-21 1984): venía a significar el ejemplo síntesis, el hecho concreto, el símbolo de la crisis que representaba la frustración de las expectativas, la incertidumbre cara al futuro, y el sentimiento avergonzante e inexplicable de pasar de la opulencia petrolera de la segunda mitad de la década de los 70 a la imagen de pobreza de un país en quiebra. Pero el fenómeno actitudinal

Mas de veinticuatro meses antes de las elecciones, Lusinchi abrió los fuegos para una carrera que lo llevaría a una victoria sin mayores sobresaltos.

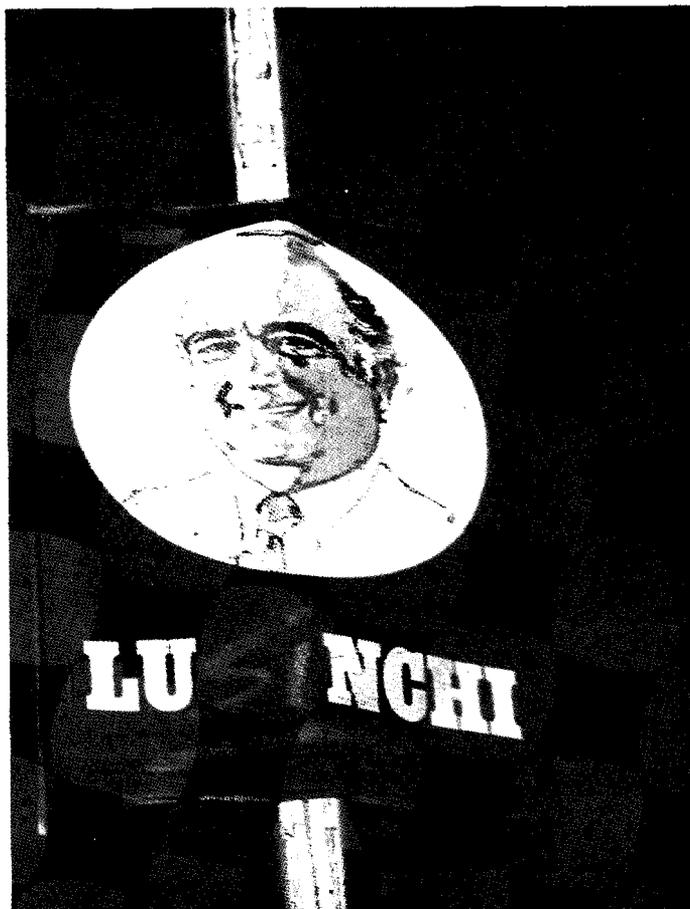
más importante que habría de afectar el comportamiento electoral de diciembre consistió en la percepción de la crisis, no explicitada en el plano verbal por el electorado, como una forma agresiva de imposición gubernamental de mecanismos restrictivos a las aspiraciones y a los niveles de vida. Para la opinión pública era totalmente incomprensible que un país petrolero, con un pasado reciente de bonanza y derroche, y considerado con un gran potencial en recursos, pudiera presentar un balance de deterioro en tan corto plazo. Este clima psicológico generó en el electorado un sentimiento de impotencia colectiva que derivó en actitudes de reivindicación y venganza. De esta manera, el Estudio Psicomotivacional Postelectoral (C-21 1984) revela que la motivación fundamental de los comicios estuvo centrada en el deseo urgente de sancionar la crisis en un utópico y mágico intento por corregirla y hacerla extensiva a los que se consideraban sus autores, con el propósito de castigarlos.

La crisis económica resultaba tanto más incomprensible, y reforzaba el ánimo psicológico resentido, cuanto que la campaña hacía alarde de un gasto millonario. Algunos analistas llegaron a estimar en 2.000 millones de bolívars² el gasto conjunto de todos los partidos, lo cual reiteraba a las elecciones venezolanas como una de las más caras del mundo en gasto por elector, equivalentes a casi 60 US \$ per cápita al cambio previo a la devaluación.

No sorprende en realidad el alivio del electorado después de los comicios. La duración del proceso, el clima de agresión normal entre candidatos y partidos, no ajeno en realidad a cualquier otra campaña electoral del mundo occidental, al cual se sumó el particular sentimiento de la violencia de la crisis económica, habían hecho catarsis a través del llamado "voto-castigo".

EL ESCENARIO ELECTORAL

El escenario en el cual se desarrolló esta campaña estuvo conformado por una serie de hechos de carácter circunstancial unos, y estructurales otros; y del acomodo a estas situaciones de los diversos actores que compitieron por los favores del elector. El telón de fondo, como hemos visto, puede resumirse en lo que se denominó "la crisis", a secas, aunque ésta haya sido la resultante de multitud de variables confluyentes, donde pocos se detuvieron realmente a evaluar sus



causas objetivas, su composición y sus consecuencias reales.

Para comprender cabalmente este escenario electoral debemos estudiar especialmente dos aspectos de carácter general: la adecuación de las bases socio-políticas estructurales y coyunturales del comportamiento histórico electoral a las circunstancias de 1983, y su influencia en el proceso; y los actores presentes en la contienda y su incidencia en la conformación de actitudes en el elector.

El fenómeno actitudinal más importante para los resultados fue la percepción de la crisis económica por un electorado incrédulo del tránsito de la bonanza y derroche a un inesperado deterioro.

LOS FACTORES SOCIO-POLITICOS ESTRUCTURALES

El elector venezolano se incorporó a la dinámica de la campaña de 1983 con ciertos determinismos actitudinales y de conducta, como producto de la decantación del proceso político que comenzó en 1958 con el derrocamiento de la dictadura del general Marcos Pérez Jiménez. Las elecciones de 1983 iban a dar paso al sexto período constitucional de gobierno tras 25 años de libertades civiles, lo que significaba que el 39o/o de la población en edad de votar no había conocido la dictadura, y había nacido a la par de la instauración de un sistema democrático, pluralista y competitivo. Los cinco procesos electorales previos al 83 permiten perfilar algunos factores de carácter estructural que es preciso detenerse a revisar para comprender el comportamiento electoral de ese año. Vamos a revisar sólo tres de los factores que más usualmente son esgrimidos por diversos analistas:

- La democracia consolidada
- El régimen bipartidista
- La hipertrofia del Estado

LA DEMOCRACIA CONSOLIDADA

El primero de estos factores hace referencia al criterio generalizado de que la democracia venezolana constituye un sistema consolidado. La derrota militar y política de la insurgencia de izquierda en la década de los 60, la institucionalidad de las Fuerzas Armadas, y la cooperación de los principales partidos políticos en el desarrollo de un programa básico común para orientar las políticas del Estado, denominado Pacto de Punto Fijo, son en buena medida el respaldo que sostiene este criterio. En efecto, múltiples estudios³ coinciden en que la democracia conocida por el elector de 1983 había sido adoptada como sistema de vida por más del 80o/o de la población. Para el grueso de ella, sin embargo, el marco de referencia de la democracia estaba constituida únicamente por su garantía de libertades, inferidas como una individualización de la libertad, y por tanto más como un derecho de cada quien que como un deber del colectivo para asumirla dentro de un contexto

La democracia quedaba reducida a lo formal, pero en apariencia lucía sólida pues se admitía la crítica y periódicamente se renovaban las autoridades sin intervención militar.

normativo. La democracia quedaba reducida a algunos aspectos de lo formal, y lucía aparentemente consolidada por el hecho de que se admite la crítica pública sin que haya represalias, y a que periódicamente se renuevan las autoridades nacionales sin que intervengan los militares.

Tal como ocurre en cualquier proceso educativo, las actitudes amodélicas o anómalas se producirán siempre que se expongan un propósito o una meta de conducta que no especifique nítidamente sus parámetros. En este sentido, los valores más reiterados de la democracia conocida son los que terminan por definirla y, hasta cierto punto, a corromperla conceptualmente. Por ello, el proceso electoral de 1983, que como vimos venía gestándose de manera pública desde varios años an-

tes del día del sufragio, tradujo el sentido de la libertad de expresión en mera crítica, tras una campaña permanente e indiscriminada de agresiones de "todos contra todos" que progresivamente fue exacerbando el clima psicológico del electorado. El otro valor apreciado de la democracia conocida, la libertad de elegir, se sumó al valor de la alternabilidad, para dar paso a un axioma de cambio, de tal forma que vivir en democracia no se concibió simplemente dentro del rango de las garantías de alternabilidad política, sino en el de las exigencias de sustitución inmediata del equipo de gobierno. En lo que va de historia democrática, estos valores se han convertido reiteradamente en expectativas insatisfechas dando pie a un fenómeno recurrente.

EL REGIMEN BIPARTIDISTA

El segundo factor socio-político presente en el proceso electoral del 83 lo representó la aparente consolidación del régimen bipartidista encarnado por AD y Copei. En las siete elecciones nacionales que se han dado en Venezuela hasta ese año, incluyendo las elecciones municipales de 1979, el total de votos obtenidos por Acción Democrática y Copei siempre superó el 50o/o. Este peso significativo de ambos partidos en el comportamiento electoral venezolano toma realmente forma bipartidista a raíz del primero de los gobiernos de Copei, dando pruebas de que el sistema de alternabilidad era factible. De esta manera, AD y Copei se constituyen en opciones de poder, al punto que en cada nueva elección a partir de 1973 se acusa el carácter estructuralmente polarizador de ambas organizaciones. En 1973 la suma de los votos de ambos partidos alcanza al 81 o/o; en 1978, al 88 o/o; y en 1983, al 92 o/o. Paralelamente, el resto de las opciones políticas se desvanece:



del 19 o/o, al 12 o/o, a sólo el 8 o/o.

La polarización, entendida entonces no sólo como un producto de la instrumentación de una estrategia, sino como la resultante de este esquema bipartidista, adquiere características estructurales, si bien debe concederse que, como toda estructura, no se ve desafecta de influencias circunstanciales que pueden reforzarla o debilitarla.

El bipartidismo en Venezuela contribuye a generar una acción de alternativa pendular, sin que ello signifique que el electorado se vuelque automáticamente en contra del candidato del partido gobernante.

Aunque no necesariamente constituye la única causa, el bipartidismo ha contribuido a generar una acción de alternabilidad que algunos llaman "pendular" para darle acceso al poder cada cinco años a Acción Democrática y a Copei. En efecto, desde 1968 los dos grandes partidos se han rotado en las funciones de gobierno. Esto no significa, naturalmente, que el electorado se vuelque de manera automática en favor de la oposición, pero ha permitido generar ciertas actitudes y propensión fatalista que afectan la credibilidad de uno y de otro partido, y dan soporte, o debilitan, las expectativas y las frustraciones sociales.

LA HIPERTROFIA DEL ESTADO

El tercer factor de gran importancia en la conformación de la base del comportamiento político del venezolano lo constituye el hiperdimensionamiento del Estado ante el ciudadano, obligando a éste a nexos de extrema dependencia y, en determinadas situaciones, hasta de sobrevivencia. Como característica cultural o como orientación normativa de grandes y pequeños, de ricos y de pobres, muy pocas iniciativas se ponen en marcha sin la intervención gubernamental. Basta analizar la composición del PTB para advertir la magnitud de su participación como agente económico y su elevada relación cuantitativa frente al sector privado. Las distintas carencias y déficits del desarrollo se resuelven a

través del gasto público, lo cual contribuye al fortalecimiento del llamado "paternalismo estatal". Desde el punto de vista institucional, el hiperdimensionamiento del Estado es apreciable a

El crecimiento del Estado tiene gran importancia en el comportamiento político venezolano. Pocas iniciativas se ponen en marcha sin la intervención gubernamental.

través de su estructura fuertemente centralizada, en la cual los procedimientos cuentan tanto como la norma, al punto que se hacen equivalentes. La centralización es de potestades y territorial, lo cual genera un amplio campo en el cual la indefensión del ciudadano se hace evidente, particularmente debido a la discrecionalidad del funcionario público. Este cuadro del Estado superlativo genera dinteles de tolerancia por parte del ciudadano, puesto que necesariamente se nutre de la oferta de expectativas que generalmente no pueden ser satisfechas. El Estado pasa a ser, entonces, el único responsable de todo lo bueno y todo lo malo que ocurre. El efecto fundamental de esta situación es que el Estado, y en el caso venezolano propiamente el gobierno debido a su énfasis presidencialista, se convierte inevitablemente en el actor principal de las contiendas electorales, tanto más cuanto que en él se resume la casi totalidad de los temas de campaña. De esta manera, los "issues", como los llaman los norteamericanos, pasan inexorablemente por el filtro del

gobierno quien se convierte en el marco de referencias del escenario electoral. En 1983, por tanto, el electorado tenía bases para sostener que el responsable de la crisis que se estaba desarrollando no era otro más que el gobierno de turno.

LOS FACTORES DE COYUNTURA SOCIO-POLITICA DE 1983

Los factores socio-políticos estructurales que hemos revisado arriba constituyeron el sustrato básico del comportamiento electoral de 1983, tal como había venido ocurriendo en Venezuela de manera cíclica en elecciones anteriores. El hecho de que cerca del 80o/o del electorado confiesa en las encuestas postelectorales⁴ haber tomado su decisión de por quién votar más de un año antes de celebrarse los comicios, indica hasta qué punto dichos factores contribuyeron a los resultados de diciembre de 1983, y a reafirmar el axioma según el cual los procesos electorales comienzan cuando concluyen los anteriores. Pero a estas consideraciones de tipo más permanente deben sumarse algunos elementos de coyuntura que tuvieron determinante influencia en el proceso que culminó ese año. Los factores de coyuntura más importantes a que hacemos referencia trascienden nuevamente el lapso de la denominada "fase caliente", o campaña propiamente dicha. De ellos, haremos sólo mención de los siguientes:

— La trayectoria gubernamental del Presidente Herrera.

— Los conflictos de relación gobierno-Copei.

LA TRAYECTORIA GUBERNAMENTAL

Independientemente de sus resultados, el gobierno del Presidente Carlos Andrés Pérez (1974-1979)

le había imprimido un estilo de euforia y dinamismo permanente a su gestión administrativa. Sus cinco años habían transcurrido bajo una sistemática invocación nacionalista reiterada a través del lema "hacia la gran Venezuela" en medio de la bonanza económica más grande conocida por el país; y aunque ya a la mitad de su ejercicio comienza la declinación de los indicadores del crecimiento, y se vislumbra la recesión que se hará evidente un par de años más tarde, el estilo, y la propaganda que le daba sustento, logró que concluyese su

El efecto de las políticas económicas del presidente Herrera produjo a mediano plazo estancamiento, inflación, deterioro del poder adquisitivo de la moneda y desconfianza en la inversión privada.

mandato con la misma ubicua exuberancia con que lo inició. Este estilo contrastará manifiestamente con el del nuevo Presidente. En efecto, Luis Herrera Campíns manifiesta tener una personalidad sustancialmente diferente a la de su predecesor, más pausada, más tolerante y menos visible, que se resaltarán desde los primeros meses de su gobierno a través de la concatenación de hechos de carácter económico unos, y político otros; pero en todo caso impopulares y desfavorables para un gobierno que nacía.

En el plano económico, el gobierno de Herrera consideró oportuno desacelerar el ritmo del crecimiento, enfrentado como estaba a una deuda externa cuantificada en cerca de



SELLA BLANCO

JAIMES PRE SIDENTE

US \$ 20.000 millones, parte de la cual se consideraba ilegalmente contraída. Para ello, eliminó una serie de proyectos sobredimensionados de inversión pública iniciados en la administración pasada; y permitió la liberación de los precios en un fallido intento por abrir el mercado interno a la libre competencia con el propósito de reducir el volumen de los subsidios. El efecto de estas políticas a mediano plazo produjo estancamiento, inflación, desempleo, deterioro del poder adquisitivo de la moneda, y desconfianza en la inversión privada. Adicionalmente, el gobierno de Herrera no supo o no pudo corregir las tendencias del desordenado crecimiento del gasto no reproductivo que se había iniciado en 1974 con los ingresos extraordinarios provenientes del petróleo, y que nuevamente se multiplicarían hasta alcanzar los 32 US \$ por barril en 1982. La sobrevaluación de la moneda que como consecuencia de una riqueza no reproductiva provocaba, entre otros efectos, que para ese año el 60o/o de los componentes de la dieta diaria fueran importados e incrementaba la fuga de capitales, hizo inevitable que en febrero de 1983 se decretara el control de divisas con una devaluación de hecho del signo monetario.

El anuncio del control de cambios, apenas un mes antes de darse inicio a la fase oficial de la campaña electoral, facilitó el trabajo de la oposición por encontrar un símbolo que sintetizara el desmejoramiento de la situación económica y la incertidumbre hacia el futuro. De esta manera, el clima psicológico en desfavor del gobierno y del candidato Caldera era poco menos que insalvable, como lo demostraron las encuestas a lo largo de la campaña y los propios resultados el día de los comicios.

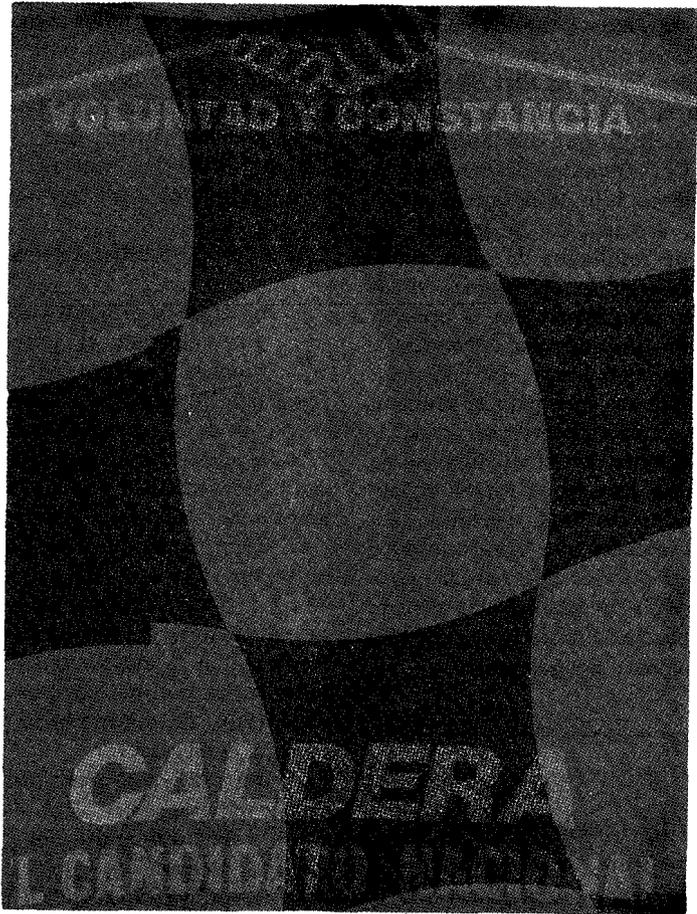
En el plano político, el gobierno de Herrera, tuvo grandes dificultades desde el mismo inicio del período. Tres hechos que se suceden en 1979 concluirán por generar un peligroso y temprano aislamiento en torno al Presidente y a su equipo directo de colaboradores. El primero de ellos se remite al hecho de que por primera vez en treinta años se había decidido separar la elección de los concejales de las elecciones nacionales para presidente de la República y de legisladores. Estas elecciones a nivel de todas las comunidades del país se llevaron a cabo el 6 de junio de 1979, a seis meses de las elecciones anteriores y apenas a

tres meses de instalado el nuevo gobierno. En la práctica, el proceso electoral municipal se tradujo en la prolongación de la campaña anterior, con lo cual el nuevo gobierno vio diluirse su eventual capacidad para agregar adhesiones transpartidarias en un momento importante que popularmente se conoce como de "luna de miel". El segundo hecho político fue la temprana movilización organizada de la oposición, como producto de las mismas elecciones municipales y del cierre de filas contra las medidas de liberación de los precios, lo cual provocó, por ejemplo, el emplazamiento al gobierno para que decretase un aumento general de sueldos y salarios, medida controversial cuya promulgación significó una victoria para la oposición e irritación del empresariado con el gobierno. El tercer hecho político, quizá el más dramático para el gobierno de Herrera, fue provocado por las elecciones para la renovación de autoridades de su partido Copei en noviembre de ese año. Este evento intrapartidario tiene dos consecuencias importantes de analizar: antagoniza las relaciones entre el gobierno y el partido, e impulsa la candidatura de Caldera para las elecciones de 1983. Vamos a

detenernos un poco más en este tercer hecho político.

LOS CONFLICTOS EN LA RELACION GOBIERNO-COPEI

La emergencia del liderazgo de Luis Herrera y su lucha por lograr la candidatura presidencial para las elecciones del 78 no habían sido fáciles ni habían escapado a una evolución dificultosa de confrontaciones más o menos explícitas con Rafael Caldera, líder fundador del partido. Paulatinamente, las relaciones entre ambos dirigentes se habían ido haciendo cada vez más tensas, hasta el punto en que, nombrado el primer Gabinete de Herrera, conformado casi exclusivamente por gente de su círculo de confianza, se hizo del dominio público la existencia de tales diferencias de estilo y liderazgo que comenzó a plantearse la coexistencia de dos Copei: el de Caldera y el de Herrera. En la práctica, Herrera Campíns controlaba de hecho tanto el gobierno, que recién inauguraba, como la estructura formal del partido. Bajo este esquema de rivalidades, y para dar cumplimiento a los estatutos partidistas, la militancia copeyana se su-



mergió en la lucha por el control del partido a fin de optar entre la reelección del Dr. Pedro Pablo Aguilar, Secretario General de la organización desde hacía 6 años, e identificado con Luis Herrera, y el Dr. Eduardo Fernández, en aquel momento Jefe de la Fracción Parlamentaria, asociado a la imagen de Caldera. Los resultados de estos comicios favorecieron a Fernández, victoria que fue interpretada por la opinión pública como una derrota del herrerismo y, consecuentemente, del gobierno. No debe olvidarse que para el momento de estas elecciones internas, a mediados de noviembre del 79, el gobierno de Herrera había pasado, o estaba pasando, por todos los hechos económicos y políticos iniciales que hemos descrito arriba, sucesos todos que habían generado en la opinión pública una percepción negativa de la situación y un creciente aislamiento del gobierno.

Las diferencias entre el gobierno y su partido (Copei) se tornaron agudas, especialmente por discrepancias en torno al manejo de la economía.

Bajo este cuadro, las diferencias entre gobierno y partido fueron haciéndose más agudas en la medida en que avanzaba el quinquenio, particularmente por las discrepancias en torno a la conducción gubernamental de la política económica que dificultaba, si no imposibilitaba de antemano, mantener el poder en las elecciones de 1983.

El episodio de las elecciones internas del 79, de la confrontación Herrera-Caldera, tendría una nueva edición en 1982 cuando el propio Caldera ganaría la nominación presidencial al desplazar al candidato propuesto por el herrerismo. Pero a pesar de esta aguda diferenciación, veremos cómo el desarrollo de una campaña exitosa de AD logró reunificar a los contendientes copeyanos como una sola unidad ante la opinión pública.

LOS ACTORES

Si bien en sentido estricto puede hablarse de la participación de quizá varias decenas de actores

diferentes, distinguibles como individualidades que jugarán su propio rol determinado en el proceso electoral, las propias circunstancias permiten distinguir tres grandes tipos que llamaremos Actores Primarios, Actores de Refuerzo y, finalmente, los Electores.

LOS ACTORES PRIMARIOS

Los actores primarios son aquellos que liderizan el proceso, sobre quienes recae el peso de las alternativas de decisión electoral. Tienen el poder de la convocatoria de masas y sobre ellos se polariza la atención de la opinión pública. Son los actores más activos del escenario porque el electorado comprende que entre ellos reside el poder. No son únicamente actores de un proceso comicial, sino que lo son de la historia y del hecho político. Representan la institucionalidad del sistema social porque han generado estrechos lazos de dependencia y empatía cultural con el elector.

En 1983, sólo tres actores reunían estas condiciones:

- El gobierno del Presidente Herrera
- El partido Copei y su candidato Caldera
- El partido AD y su candidato Lusínchi.

Dado que sobre el actor gobierno hemos expuesto ya algunos de sus rasgos fundamentales, debemos detenernos brevemente en las plataformas partidistas, Copei y AD; y en sus candidatos, Caldera y Lusínchi.

Acción Democrática y Copei, fundados en 1941 y 1946, respectivamente, son los únicos partidos que han constituido gobierno en Venezuela desde que se instaura el régimen democrático en 1958, en reflejo del esquema bipartidista expuesto arriba. Ambos partidos se autodefinen como policlasistas con vocación social y asumen normalmente posiciones centristas en la formulación y ejecución de sus políticas. El partido Copei cuenta con una plataforma ideológico-doctrinaria en sintonía con el pensamiento socialcristiano⁵, de cuyos movimientos continental (ODCA) e internacional (IDC) es líder prominente; mientras AD ha sido calificado como un partido más pragmático en búsqueda de un acomodo doctrinario dentro del esquema de la Internacional Socialista europea, gozando ya de un gran prestigio continental. No obstante, durante los diez años previos a las elecciones de 1983 ambos partidos habían

AD y COPEI contaban para 1983 con más de un millón de afiliados cada uno. Esto representaba una votación cautiva de cerca de un tercio de la población electoral.

venido demostrando un rápido decaimiento en el debate doctrinario de los temas políticos, probablemente por el mismo sobredimensionamiento que adquirió la coyuntura económica nacional, primero como etapa de bonanza, y luego como situación de crisis.

Ambos partidos contaban para 1983, según fuentes de ellos mismos, con más de un millón de afiliados cada uno⁶, lo cual representaría una votación cautiva de cerca de un tercio de la población electoral. La adhesión partidista del venezolano, medida periódicamente a través de encuestas, demuestra sin embargo que AD es un partido numéricamente más fuerte, y ello se ve confirmado por el hecho de que las victorias electorales de AD son siempre de amplio margen, mientras que las de Copei han sido por escasa diferencia.

Venezuela, conocido como un país altamente politizado, está en la práctica más bien partidizado, pues son pocas las organizaciones sociales intermedias que no diriman sus diferencias internas bajo la polarización "adecopeyana". Ello es así, sin duda, por el proceso de formación de la sociedad civil contemporánea, verdadera creación de estos partidos políticos a lo largo de 40 años. Hoy en día, AD y Copei permean toda la sociedad, luego de dos procesos históricos convergentes en los cuales AD incorpora el respaldo de las bases populares, y Copei el de determinadas élites. Por esta razón, a pesar de su policlasismo actual, AD ha demostrado especial fuerza en los movimientos obreros, al punto que se hace difícil diferenciar al Buró Sindical del partido, de la central de trabajadores más importante del país, la CTV; mientras que Copei ha hecho hincapié en las asociaciones de técnicos y profesionales de la clase media.

De estos partidos surgen las candidaturas presidenciales con mayor opción de triunfo en el 83, y que en prin-

cipio lucen completamente desiguales: Caldera y Lusinchi. El primero, de 67 años de edad, abogado, fundador de su partido, Presidente de la República durante el tercer período democrático (1969-1974), co-redactor de la Constitución de 1961, autor de varios libros, de magnífica capacidad oratoria, y con amplio prestigio nacional e internacional; el segundo, médico pediatra de 58 años, esforzado dirigente de su partido que había ocupado los cargos de jefe de la Fracción Parlamentaria y secretario general de su organización, y que había visto frustrada su precandidatura en el proceso para las elecciones nacionales previas del 78.

LOS ACTORES DE REFUERZO

En un segundo plano, los actores de refuerzo constituyen el conglomerado de alternativas electorales sin opción real de poder (en 1983 hubo en total 25 organizaciones políticas y 8 candidatos presidenciales que pueden clasificarse dentro de esta categoría); de limitadas capacidades de convocatoria de masas, aunque con un variable peso en el liderazgo de la opinión. A los actores de refuerzo debe agregarse los grupos específicos de presión que adquieren importancia relativa en la medida en que el discurso político y los argumentos de campaña les son atinentes. Algunos de estos actores de refuerzo adquieren relevancia circunstancial en virtud de cierta habilidad para agregar determinados intereses, como por ejemplo los partidos de la izquierda o la dirigencia del empresariado privado; otros, por criterios de jerarquización institucional del mismo sistema socio-político, como las Fuer-

zas Armadas, el movimiento sindical organizado y la Iglesia; y finalmente, los hay que ganan notoriedad por su grado de apoyo o desestabilización de los actores primarios, como determinados grupos de electores constituidos temporalmente para servir de caja de resonancia de los grandes partidos AD y Copei, o de sus candidatos (AD y Lusinchi contaron con uno, y COPEI y Caldera con dos).

Los actores de refuerzo, dentro del bipartidismo, consolidan las tendencias que pautan los actores primarios. Estos actores fueron las veinticinco organizaciones políticas y los ocho candidatos presidenciales sin opciones reales de llegar a captar el poder. También el empresariado, las Fuerzas Armadas, los sindicatos y la Iglesia Católica.

Todos estos actores tienen algo en común. Los hemos llamado "de refuerzo" porque en la práctica del esquema bipartidista, aunque sus propósitos sean muy particulares, tienden a reforzar las tendencias del voto que pautan los actores primarios, al punto que su propio discurso político termina por adecuarse al de los partidos grandes, utilizan sus mismos argumentos, reproducen sus mismas acciones de

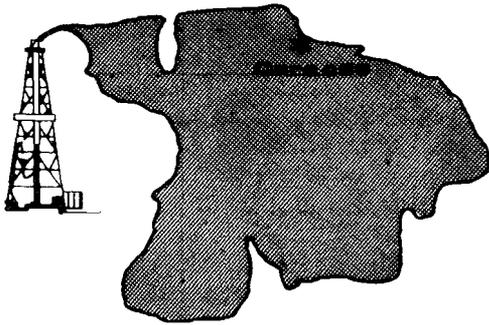
campana, y en algunos casos llegan a colaborar abierta o inconscientemente con ellos. En 1983, los principales actores de refuerzo fueron:

- Los partidos de Izquierda y sus candidatos Petkoff y Rangel.
- El partido OPINA y su candidato Olavarría
- El partido URD (sin candidato propio, aliado a AD-Lusinchi)
- El empresario privado en distintas asociaciones
- Los medios de comunicación social.

De todos estos actores de refuerzo vale la pena analizar un poco el papel jugado por los medios de comunicación social, área donde se entremezclan los intereses de la empresa privada, y la función instrumental de la comunicación política durante la campaña electoral. Conviene destacar que en Venezuela circulan 65 diarios, emiten 155 emisoras de radio y transmiten cuatro canales de televisión, sin tomar en cuenta otros medios como revistas, cine, vallas, etc. La totalidad de la prensa, la casi totalidad de las emisoras de radiodifusión sonora, y dos de los canales de TV (que sin embargo acaparan más del 80% del rating) están en manos del sector privado. Siendo que la publicidad es el soporte básico de funcionamiento de este inventario de medios, resulta importante evaluar el impacto que sobre ellos tuvieron dos hechos: el primero referido a la ejecutoria de medidas gubernamentales que generaron gran irritación en los radioeléctricos, especialmente la TV, como por ejemplo la prohibición de la publicidad de cigarrillos y bebidas alcohólicas, lo cual mermó sus niveles de ingre-

Venezuela entera necesita

CALDERA



so por dicho concepto; y el segundo, la propia situación de crisis económica del país que indujo a los anunciantes privados a reducir cuando no a eliminar, el monto global del negocio publicitario. Las expectativas económicas de los medios de comunicación masiva no podían ser positivas cara al futuro. Como resultado de ello, y sin necesidad de que hubiese un entendimiento estratégico con los partidos de la oposición, asumieron un rol beligerante a través del "bombardeo de críticas a la situación existente (...) que contribuía a formar una imagen de crisis insuperable que sólo podía ser resuelta por la vía de un cambio de gobierno"⁷.

LOS ELECTORES

Para 1983 se estimaba⁸ la población venezolana en 16.393.726 habitantes, de los cuales 8.381.234 eran mayores de 18 años, y por tanto con derecho al voto; o sea, apenas el 51o/o de la población total, lo cual subraya el carácter joven de este país.

En la siguiente tabla exponemos algunos indicadores⁹ que definen a esta población electoral en el contexto del ochenta y tres.

LA "FASE CALIENTE" DE LA CAMPAÑA ELECTORAL

Como hemos intentado demostrar, la campaña electoral de 1983 no puede circunscribirse al período oficial de los ocho meses previos a las elecciones, sino que se arraiga profundamente en el pasado. El término de "fase caliente" tiene que ver con el des-

Total inscritos en Registro Electoral		
Permanente	7.777,892	100.0 o/o
Votos emitidos	6.825,180	87.8 o/o
Abstención	952,712	12.3 o/o
Votos nulos	244,281	3.1 o/o
Votos válidos	6.580,899	84.6 o/o
o/o de votos válidos obtenidos por Lusinchí para Presidente		56.7
o/o de votos válidos obtenidos por Caldera para Presidente		34.5
o/o de votos válidos obtenidos por AD para Legislativas		49.9
o/o de votos válidos obtenidos por Copei para Legislativas		29.8
o/o de nuevos votantes para 1983		20.0
o/o de nacidos después de 1958 (inicio de la Democracia)		39.1
o/o población urbana en 1950		47.9
o/o población urbana en 1983		80.8
Población económicamente activa	5.500,140	
Índice de desempleo 1983		12.5
Matrícula en Educación Básica Obligatoria (1980)	2.457,758	
Matrícula en Educación Media (1980)	820,660	
Matrícula en Educación Técnica (1980)	45,593	
Matrícula en Educación Superior (1980)	224,607	

La fuerza desplegada por la campaña de Lusinchí forzó el proceso electoral a una conversión de tipo plebiscitario.

pliegue de energías de las candidaturas por captar hasta el último de los votos blancos y de indecisos que van quedando hasta el mismo momento del sufragio. Para abril del 83, estos votantes "conquistables" se estimaban, de acuerdo a encuestas, entre un 15 y 20 o/o del electorado, porcentaje que coincidía aproximadamente con la diferencia en la intención de voto a favor de Lusinchí sobre Caldera. Esta situación no varió sustancialmente, como se ve por los resultados de los comicios, con lo cual pareciera que lo único que lograron ambas campañas fue anular mutuamente sus esfuerzos.

Los principales elementos de la fase caliente de las campañas de Lusinchí y de Caldera pueden representarse esquemáticamente en los siguientes planteamientos argumentales, y en las estrategias y tácticas desplegadas por ellos, que exponemos a continuación:

	LUSINCHI	CALDERA
Diagnóstico	La situación de crisis es coyuntural. Antes (gobierno Pérez) se vivía mejor.	La situación de crisis es estructural / Empeorará en los próximos años.
Culpable	Gobierno "herrero-calderista"	Crisis mundial / Depresión mercado petrolero/ Deuda externa del gobierno anterior/ Algunos errores del gobierno actual.
Solución	Castigar al gobierno / Sustituir el gobierno.	Liderazgo experimentado y capaz para el futuro/ Consenso y confianza.
Proposición	Votar contra Copei y contra Caldera a través de Lusinchi.	Votar por el mejor candidato: Caldera.
Estrategia	Plebiscitar al gobierno / Polarizar entre gobierno actual y AD	Plebiscitar a los candidatos / Polarizar entre Caldera y Lusinchi.
Tácticas	Identificar a Caldera con el gobierno de Herrera/ Evidenciar contradicciones del gobierno y de Copei / Publicar encuestas favorables / Exaltación de AD / Transmitir sensación de respaldo masivo/ Evitar la confrontación con Caldera.	Confrontar las diferencias entre Caldera y Lusinchi / Rejuvenecer la imagen de Caldera/ Retar a debate a Lusinchi / Centrar toda la campaña en la experiencia de Caldera / Diferenciar a Caldera del gobierno Herrera / Plantear una candidatura transpartidista.
Propuestas	Sustituir el gobierno es igual a superar la crisis / Es inevitable el triunfo de Lusinchi / AD es mejor que Caldera.	Sólo un liderazgo con experiencia resuelve la crisis / El pueblo debe votar por el mejor candidato y no por otras razones / Caldera es mejor que Lusinchi.
Promesas Básicas	Vivir mejor / Reactivar la economía.	Un millón de empleos.
Beneficios	Volver a vivir los tiempos de la bonanza petrolera / Castigar a los culpables de la crisis.	Seguridad y confianza.
Mensajes Síntesis (Slogans)	"Con toda Venezuela" / "Dile Sí a tu país" / "Sí" / "Esto no lo aguanta nadie" / "Menos mal que ya se van"	"Candidato Nacional" / "Caldera se las trae" / "Venezuela entera necesita a Caldera" / "Caldera por amor a Venezuela"
Estilo	Emocional.	Racional.
Tono	Agresivo-inceptatorio / Proponente-conciliador.	Agresivo-explicativo / Conciliador
MCS	Todos, pero básicamente TV.	Todos, pero básicamente TV.

La fuerza desplegada por la campaña de Lusinchi forzó al proceso electoral a una conversión de tipo plebiscitario. En este sentido, el manejo reiterativo y generalizado de la partícula afirmativa "Sí", no sólo se convirtió en el elemento simbólico de la persona del candidato ("LuSinchi", "PreSidente"), sino que tuvo un carácter excluyente que automáticamente, aunque de manera tácita, iden-

tificaba todo lo restante con el "NO". Adicionalmente, el "SI" tuvo un magnífico impacto subliminal de contenido erótico a través de un excelente trabajo iconográfico: resaltaba en color rojo carmín de los textos azules donde se insertaba, y aparecía escrito a mano alzada con una textura semejante a la que produciría un lápiz labial. Esta apelación primaria no podía ser al azar, pues estuvo dirigida a compensar un

problema táctico. En efecto, las encuestas demostraban que en la composición del voto a Lusinchi había un desbalance donde el votante femenino tenía menos propensión a su candidatura que el sufragante masculino.

A pesar de que el clima electoral transformó el voto en una protesta, en un plebiscito, y en un voto-castigo, en los estudios postelectorales a que hemos hecho referencia se observa que el

Pese a que el clima electoral transformó el voto en protesta y castigo al régimen, Caldera mantuvo una mejor imagen personal que el triunfador Lusinchi.

electorado mantuvo una mejor imagen personal de Caldera que de Lusinchi. De esta manera, puede concluirse que la campaña condujo al electorado a una situación contradictoria entre escoger al mejor candidato y castigar la crisis y sus culpables. En definitiva privó esto último porque Caldera no logró su propósito de diferenciación con Luis Herrera.

EPILOGO

Ocho meses después de asumida la presidencia por Lusinchi, la crisis económica del país no sólo no se había resuelto de manera mágica, sino que objetivamente se agravaba. El 60 o/o de la opinión pública decía que vivía peor que un año antes, y la popularidad del gobierno había caído 34 puntos para situarse en el índice del 23 o/o¹⁰. Mientras tanto, de los partidos Ad y Copei surgían los primeros indicios de reacomodos de fuerzas para escoger nuevos candidatos. Después de todo, para las elecciones de 1988 faltaban apenas cuatro años.

★ ★ ★

NOTAS:

1. C-21: **Estudio Psicomotivacional Postelectoral de las Elecciones de 1983**, Caracas, 1984. Este importante estudio, contratado por el partido Copei, analiza las motivaciones, las imágenes y las actitudes remanentes de la campaña electoral recién conclui-

da. Aunque el estudio sigue teniendo carácter restringido, el autor agradece que se le haya permitido dar a conocer algunos de sus resultados parciales a lo largo de este trabajo.

2. El monto exacto del gasto de la campaña probablemente no podrá conocerse nunca porque los partidos políticos mantienen tradicionalmente gran reserva sobre los mismos. En cualquier caso, el aporte estatal a los partidos para sus gastos de campaña puede ser insignificante comparado con el que les aporta el sector privado. En Venezuela no existen controles públicos de las cuentas de los partidos por ese concepto. Las estimaciones pueden en consecuencia, ser tan dispares como 1.000 millones, 2.000 millones, o 4.000 millones, dependiendo de los intereses y métodos de cálculo de los analistas. Véanse diversos autores que tocan este asunto en la monografía dirigida por Ramón J. Velázquez: **1984 ¿A dónde va Venezuela?**, Planeta, Caracas, 1984.

3. Keller, A.: "Las Encuestas en Venezuela y las Actitudes hacia la Democracia", en C-21, **Sistema Político y Campañas Electorales**, Ed. Conciencia 21, Caracas, 1983.

4. Esta decisión prematura del voto se descubre en el **Estudio Psicomotivacional Postelectoral (C-21 1984)**. El Dr. Rafael Caldera menciona una cifra similar en la primera reunión de la dirección de su partido para analizar la derrota electoral (enero de 1984) atribuyéndola a otra encuesta de la cual no revela su autoría (presuntamente de Gallup según información suministrada posteriormente al autor).

5. En enero de 1984, en su discurso ante el Directorio de su partido para analizar la derrota electoral del mes anterior, el Secretario General de Copei, Eduardo Fernández, propone la realización de un Congreso Ideológico, a celebrarse en 1986, con el propósito de actualizar las bases programáticas y doctrinarias de su organización política.

6. Los partidos reconocen en privado que los registros de militancia de sus organizaciones están viciados por errores de duplicaciones, informaciones no confiables, inscripciones "para salir del compromiso" e, incluso, de supuestos militantes que aparecen en los listados de varios partidos simultáneamente.

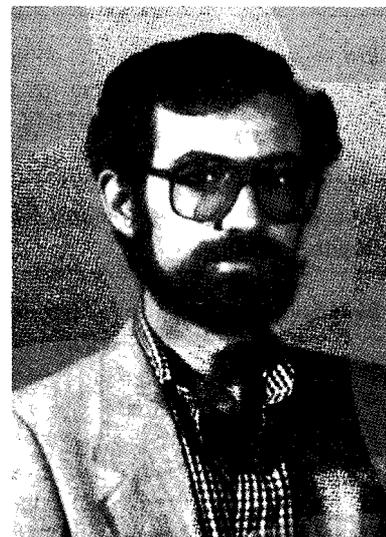
7. Fernández Eduardo, en **Discurso del Secretario General ante el Directorio Nacional de Copei**, mimeo, Caracas, 1984.

8. Oficina Central de Estadísticas e Informática: **Estimaciones y Proyecciones de Población 1950-2025**, OCEI, Caracas, 1985.

9. Diversas fuentes: B. C. V, OCEI, CSE, ME.

10. Encuesta DATOS, 3er. Trimestre 84, Caracas.

URM



ALFREDO KELLER, venezolano de 38 años, licenciado en Comunicación Social, director del Instituto de Investigación de Opinión y Análisis Político **CONCIENCIA 21**, en Caracas, profesor de la Escuela de Comunicación Social, cátedra de Comunicación Política, de la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Ha sido profesor en la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Rafael Urdaneta de Maracaibo. Editor de los libros **Sistemas Políticos y Campañas Electorales**, 1983; y **Comunicación Política**, 1985.