

Date Printed: 06/16/2009

JTS Box Number: IFES_77
Tab Number: 117
Document Title: No botes tu voto
Document Date: 1993
Document Country: Venezuela
Document Language: Spanish
IFES ID: CE02698



* F F E A A 5 5 1 - C 1 1 3 - 4 6 9 4 - A 3 D F - 4 B A D 9 3 C D A F 6 F *

ELECCIONES 1993.

Jornada «No Botes tu Voto»

Tema: No Botes tu Voto

Expositores:

- Elías Santana
- Eduardo Matute

Asociación Civil QUEREMOS ELEGIR

Edif. Tacagua. Nivel Bolívar. Oficina CB-59. Parque Central.
Caracas 1015-A. Telf.:(02) 576.58.36/Fax:(02) 576.04.36

Una guía de comunicación y compromiso con los electores

**EL CANDIDATO UNINOMINAL
A DIPUTADO**

Veinte notas de un ciudadano
para una campaña deseable,
a tono con la modernización del sistema político
y la maduración del electorado.

Con información útil para
candidatos al senado y
a las asambleas legislativas.

Elias Santana

Caracas. 1993

Apartado 66.668. Caracas 1061-A

Fax 02-2393947

Una guía de comunicación y compromiso con los electores

EL CANDIDATO UNINOMINAL A DIPUTADO

1. EL CANDIDATO UNINOMINAL

El candidato a diputado postulado uninominalmente es una novedad en el sistema político venezolano. Su existencia es el resultado de la presión ciudadana y de la aprobación de la reforma de la Ley Orgánica del Sufragio. Estos primeros candidatos y sus campañas, la gestión que desarrollen y el vínculo que establezcan con sus electores serán el mejor argumento para alcanzar una mayor personalización del voto y un aumento del porcentaje de uninominalidad, que garantice la representación de los electores y de sus circuitos.

Ser candidato uninominal a diputado condiciona y determina, en buena medida, el tipo y la calidad de la campaña electoral a realizarse. Cada campaña es una experiencia, es un experimento en el nuevo camino de la representación personal menos partidista.

El desempeño de un diputado electo desde un circuito consiste en llevar el Congreso al circuito y en llevar el circuito al Congreso. El diputado, electo uninominalmente, es un educador político de la población, es un representante con visión propia. Tiene la misión de representar, de informar e interesar a sus electores en los temas nacionales combinándolos con los intereses regionales y del propio circuito.

Aunque la ley no lo indica como obligatorio, como si ocurre para los alcaldes, el candidato debe vivir, debe haber vivido, tener trayectoria propia, en el circuito desde el que se postula. Se trata de establecer una relación directa con los electores no sólo con motivo de la campaña electoral, sino de darle continuidad a una trayectoria personal vinculada a un conjunto específico de comunidades.

Así como a los concejales electos uninominalmente les estamos brindando apoyo y orientación desde la Escuela de Vecinos de Venezuela, desde ahora contribuimos con aquellos ciudadanos decididos a convertirse en representantes políticos de los electores de un circuito, de su estado y del país. Estas notas son una reflexión inicial, para contribuir al desarrollo de campañas coherentes con el proceso de personalización de la representación.

2.LA CAMPAÑA

La campaña es el conjunto de acciones tomadas por el candidato y sus colaboradores para informar a los lectores sobre su postulación, presentar su compromiso de acción legislativa y señalar el sistema de elección y la tarjeta para sufragar en respaldo del candidato.

La campaña de un candidato a diputado por el sistema uninominal puede tener los siguientes rasgos:

3. EL COMIENZO DEL DIA

El día del candidato comienza con la distribución matutina de material impreso promocional en los lugares desde donde los electores se dirigen al trabajo. En las paradas, en los semáforos, a la salida de las residencias. Cuidando de no retrasar innecesariamente al elector o generar alguna alteración del tránsito o basura en las calles.

Ese contacto permite conversar, por parte del candidato y de sus colaboradores, con los ciudadanos. Detectar posibles electores,

colaboradores para organizar reuniones locales o vigilantes de los votos el día de las elecciones. Explicar el programa legislativo, informar sobre la ubicación de la oficina de campaña y sobre los eventos promocionales previstos. Evidentemente permite, también, explicar a los electores el procedimiento de votación, hablarles del tarjetón y de la necesidad de acercarse a las mesas al final de la tarde para presenciar los escrutinios.

La mañana del candidato puede distribuirse entre visitas a programas radiales o periódicos, reuniones de trabajo con su equipo, conversaciones telefónicas con figuras relevantes de la localidad o visitas a los comercios o automercados del circuito, para tener contacto personal, especialmente, con las electoras.

4. MEDIODIA CON ELECTORES

La hora del almuerzo es propicia para reuniones con pequeños grupos de interés o personalidades líderes de opinión en el circuito. Solicitando a cada uno opiniones y respaldo práctico, a partir de presentaciones del compromiso legislativo y del compromiso de funcionamiento en la comunidad a través de la oficina parlamentaria.

A cada persona contactada e interesada en apoyar la fórmula del candidato uninominal debe informársele sobre los suplentes, sobre el grupo de electores o partido que postula y sobre el equipo y los fondos de la campaña. Vale la pena informar hasta la saciedad sobre el rol y responsabilidades de un dipitado, especialmente sus diferencias con las juntas parroquiales, concejales, alcaldes, diputados a la asamblea o el gobernador. También explicar las diferencias con los diputados electos en la plancha y los senadores.

5. TARDES DE VISITA

En las tardes el candidato puede visitar las instituciones, empresas y centros de concentración de la comunidad. Aprovechar para comunicarse directamente sin molestar o interrumpir asuntos

importantes de los ciudadanos. Es muy importante el respeto por el tiempo y las responsabilidades de los otros, para no crear animadversión de los electores sobre la campaña y los contactos con sus potenciales representantes.

El atardecer es apropiado para contactos directos en lugares visitados por los electores antes de dirigirse a su casa. Panaderías, comercios locales, estaciones de servicio, puntos de llegada o transbordo de transporte colectivo. El diálogo del candidato y de sus colaboradores centrados, justamente, en la presencia del candidato es el centro de la campaña uninominal. El contacto directo, la reafirmación de una trayectoria personal local y la transmisión de información útil son elementos claves de la presencia electoral de un candidato uninominal. Es muy recomendable que los candidatos suplentes tengan un rol destacado en todo este proceso.

Si la agrupación postulante inscribió, también, candidatos al senado y candidatos a diputados por planchas es útil, si hay coherencia y coordinación entre ellos que realicen algunas de estas visitas en conjunto.

6. LAS REUNIONES INTENSAS SON NOCTURNAS

La noche es el momento para las reuniones con grupos de vecinos en sus lugares encuentro habitual o en residencias. Así como para asistir a debates con los otros candidatos o visitar a las organizaciones de la comunidad que mantienen reuniones nocturnas. Estas son las oportunidades para presentar, siempre ordenada y brevemente el compromiso parlamentario y legislativo. Es el momento estelar del contacto directo, pues son reuniones diseñadas para dialogar y para invitar a organizar reuniones similares con otros votantes, apoyar en la promoción o participar en la vigilancia de los votos el día de las elecciones. Es oportuno distribuir información sobre el proceso electoral y material de fondo sobre el programa legislativo.

7. CORRESPONDENCIA, TELEFONO Y MEDIOS

Las visitas a los medios pueden tener un sentido informativo sobre el compromiso legislativo y sobre el proceso electoral, finalizando con la invitación a alguna reunión cercana o a llamar a la oficina del candidato.

Las llamadas telefónicas a conocido o a referidos por otros son importantes. Deben ser realizadas por el candidato y sus suplentes o por alguien de mucho nivel en la campaña o conocido por el destinatario. Son otra modalidad del contacto directo, deben ser breves, respetuosas y motivantes.

También es recomendable la correspondencia personalizada a cada elector del circuito y a cada institución local. Destinando un especial esfuerzo a los electores destacados y relevantes en esas comunidades.

8. EL FIN DE SEMANA: UN ENCUENTRO REPOSADO

Los fines de semana, en que los ciudadanos nos dedicamos a las compras y diligencias, a la distracción y al descanso familiar son apropiados para pequeños, breves y comunicativos, encuentros entre el candidato y los electores. La visita casa a casa, el recorrido por el supermercado y los comercios y la visita a los lugares de concentración en el fin de semana son un escenario propicio para la comunicación directa con aquellos electores que nos cedan parte de su tiempo para entrevistarse con nosotros. Pueden existir electores apurados, no interesados o simplemente con su decisión tomada que no deseen atendernos, mucho respeto y cortesía deben ser la respuesta del candidato y sus colaboradores

9. PROPAGANDA EN EL CIRCUITO

La propaganda debe ser respetuosa de las regulaciones de la ley y de las disposiciones municipales. Debe denunciarse a cada candidato

trangresor ante la junta electoral principal. Se trata de hacer una campaña que no deteriore ni lesione el ambiente ni los intereses o propiedades de la comunidad y de los electores.

La propaganda de una campaña uninominal está centrada en la imagen, la trayectoria personal y las características del candidato y sus suplentes. Se pueden usar medios como una hoja informativa en forma de boletín que aparezca con cierta frecuencia, un tríptico de presentación del candidato y su programa, que informe sobre el circuito y el sistema electoral. Esto se puede acompañar con un pequeño afiche con la foto del candidato y la tarjeta de votación del grupo o partido que lo postula. El tamaño debe ser apropiado para ser colocado en automóviles, carteleras o lugares destinados a ello. Nunca con cola, en paredes privadas o en lugares ilegales.

Otros recursos apropiados son las vallas, las telas horizontales o verticales distribuidas con inteligencia, sin saturar y sin perjudicar los recursos de otros candidatos. El mensaje es sencillo y muy informativo sobre candidato y suplentes, tarjeta de votación y un resumen en frases del compromiso legislativo. Acompañar cada pieza con un número telefónico puede resultar útil.

Un recurso productivo es encartar en los periódicos dominicales un material especialmente diseñado para los electores del circuito con mucha e interesante información.

10. EL FINANCIAMIENTO DE LA CAMPAÑA

Una o varias cuentas en oficinas de entidades bancarias en el circuito pueden ser el mejor recurso para ubicar todos los recursos de la campaña. Deben tomarse iniciativas muy claras como bonos, cenas, conciertos, depósitos en las cuentas o venta de material divulgativo. Debe llevarse un registro claro de los orígenes y de la utilización de los fondos. Sin temor a explicar los gastos característicos de una campaña, pues eso forma parte de la educación de los electores. Lo

que no justifican ahora son grandes contribuciones anónimas o gastos secretos de una campaña.

11.EL EQUIPO Y LA OFICINA

La oficina debe estar ubicada en el circuito. Su ubicación y teléfono debe divulgarse con insistencia. Es recomendable que tenga un espacio para el trabajo de captación de fondos, contacto con electores y organización de reuniones y para medianas reuniones de trabajo con los colaboradores y para recibir visitantes. Puede funcionar en la casa del candidato como oficina privada.

No se necesita una gran infraestructura salvo dos o tres líneas telefónicas, contestadoras para recibir llamadas de electores las 24 horas, fax, computador e impresora y una fotocopidora de mediana capacidad. Una buena cartelera, rotafolio portátil, retroproyector y una pizarra.

El equipo humano básico consta de un gerente o director general de la campaña, una secretaria con cualidades de asistente muy ligada a la campaña, una recepcionista bien entrenada para excelente atención al público y otros roles como fianzas, reuniones, relaciones con los medios, contacto con instituciones, coordinación de las actividades de contacto directo en la calle y responsable del manejo de recursos propagandísticos desde trípticos a vallas. Estas responsabilidades pueden ser asumidas por personas con una remuneración por contrato o voluntarios con un reconocimiento económico para todos sus gastos. Este pequeño equipo es el básico. Si el candidato tiene trayectoria y méritos nada más será necesario.

A su equipo el candidato le debe atención, apoyo y supervisión.

12. EL DIA ESPERADO

Para el 5 de diciembre cada candidato debe tener un verdadero aparataje de personas con disposición y entrenamiento necesarios para ser testigos en las mesas, para defender sus votos en las mesas. Mejor dicho para garantizar que las actas reflejen la voluntad de los electores. Me gustaría poder escribir otra cosa, pero las decisiones del Consejo Supremo Electoral y la actitud de algunos miembros de las cúpulas partidistas indican intenciones de comportarse como en otras oportunidades. Intentarán tergiversar la voluntad de los electores.

Así que no queda otro camino que el que cada candidato organice a sus colaboradores, los entrene y cree un sistema de vigilancia y de apoyo a los vigilantes de votos para el domingo 5 de diciembre. Construir una organización humana basada en el compromiso personal y la voluntad de hacerse sentir y disputarle el terreno a la política tradicional.

Un valor fundamental para cada colaborador presente en las mesas es la defensa de la voluntad de los electores, de todos los electores. No se está allí para defender sólo los votos del candidato, llegando al punto de sumar votos por la vía de distraer los depositados por candidatos sin testigos en las mesas. La modernización del sistema político pasa por la transparencia y legitimidad de las elecciones y la conducta ética de los testigos y miembros de mesa

Un recurso interesante puede ser el apoyar localmente iniciativas como las de Fiscales Electorales o de "auditores electorales" de Queremos Elegir. Apoyando la participación de independientes motivados por la defensa del voto de todos, hasta de los tradicionalmente tramposos, estarían apoyando la transparencia del proceso y disminuyendo el esfuerzo y costos propios.

13. PERDER PUEDE SIGNIFICAR EL INICIO DE UN CAMINO

Estas son las primeras elecciones con candidatos uninominales para diputados. Es esperable que los nuevos grupos electorales o que los independientes o militantes con poca experiencia no ganen en la mayor parte de los circuitos en esta oportunidad. Son muchas las razones que dificultan una mejor experiencia para los candidatos uninominales que no reflejan la voluntad de las cúpulas partidistas. El tarjetón confuso y diseñado para privilegiar el voto tubo, la composición de las juntas electorales, la dificultosa tarea de cuidar los votos de las nuevas opciones frente a las maquinarias o la inexperiencia son las previsibles dificultades. Ni hablar de la carencia de recursos o del dificultoso acceso a los medios.

Pero ninguno de esos obstáculos impedirá las postulaciones de personas con trayectoria y con convicciones uninominales, campañas diferentes o, incluso, algunos triunfadores que inicien experiencias de gestión coherentes con la elección uninominal.

Los que ganen tiene una enorme responsabilidad de gestión, de abrir caminos para postulaciones futuras. Pero los que pierdan tienen el mandato de no desanimarse, de analizar las causas, de tomar las previsiones para el futuro, de llevar adelante un seguimiento de la gestión del parlamentario electo para aportar una visión de coherencia uninominal.

Perder, habiendo realizado una campaña de contenido y espíritu uninominal y con respeto hacia los electores, puede ser el inicio de un camino y una contribución práctica para el proceso de modernización del sistema político y del liderazgo nacional y regional.

14. RENDICION DE CUENTAS: EL PUNTO DE PARTIDA

A los pocos días de concluido el proceso electoral y luego de anunciados los resultados definitivos los ganadores y los perdedores, todos los candidatos de convicción uninominal pueden organizar una

reunión pública destinada a los colaboradores y los votantes comprometidos. Para presentar una reseña de la campaña, una evaluación de los resultados prácticos y de su significado para el circuito y una visión del futuro de la experiencia iniciada.

Es el momento de agradecer, de anunciar compromisos prácticos y de rendir cuentas de fondos y recursos. Es la oportunidad para el encuentro con la opinión pública a través de los comunicadores que cubrieron la campaña.

La rendición de cuentas será un rasgo del diputado electo y también debe serlo de los perdedores. Los electores y el sistema lo merecen.

15.UN MODELO DE GESTION

Sobre los modelos de gestión uninominal hablaremos en otra oportunidad, tal como hacemos desde un manual, cursos y asesorías para los concejales uninominales. Pero vale la pena destacar la enorme responsabilidad de los electos. Un diputado uninominal no puede, no debe, comportarse como lo han hecho los electos por planchas.

Cada diputado uninominal es un argumento en favor o en contra de la viabilidad de la personalización y del sistema uninominal. Que evidentemente no dará frutos inmediatos frente a un sistema deformado por las planchas cerradas desde que dejaron de tener vigencia. Los resultados no serán inmediatos ni mágicos, pues la uninominalidad no es una varita mágica. Pero es un primer paso, y como tal debe ser firme.

16.APUNTES PARA CANDIDATOS A SENADORES

Mucho de lo presentado anteriormente es aplicable para los candidatos al senado. Que aunque serán electos por planchas cerradas pueden darle a su campaña un matiz y un contenido binominal. Ya que en cada estado se elegirán dos senadores y cada

partido o grupo postulará dos candidatos principales. Eso los diferencia de las planchas de diputados, por ejemplo.

Por supuesto que pueden optar por permanecer en el anonimato, ocultando trayectoria, programa y suplentes. Pero también pueden optar por personalizar su campaña y darle contenido de compromiso y contacto directo.

17.LOS SEÑORES DE LAS PLANCHAS

Para los candidatos en la plancha queda también una opción para coordinarse con la campaña de los candidatos uninominales en cada circuito de su estado y de los candidatos a senadores que decidan comportarse como binominales.

Pueden comportarse como candidatos de un gran circuito que es el estado. Procediendo a personalizar su campaña, informando sobre su trayectoria, suplentes, compromisos y sintonía con los uninominales. Incentivando información y motivación de los electores a ejercer un voto personalizado.

18.CANDIDATOS DE LOS CIRCUITOS A LAS ASAMBLEAS LEGISLATIVAS

Los circuitos para los candidatos uninominales a diputados a las Asambleas Legislativas no coinciden, lamentablemente, con los de diputados al Congreso. Pese a ello los candidatos uninominales pueden articular su campaña con los candidatos uninominales al Congreso de origen y convicciones similares.

La tarea educativa, informativa y motivadora es idéntica. Más aún en el caso de las Asambleas Legislativas existe mayor desinformación y es necesario más tiempo para recorrido y contactos directos y un volumen mayor de material divulgativo.

Las Asambleas han sido distantes, lejanas de los ciudadanos. parecen poco útiles o desaguaderos de recursos que podrían dedicarse a otros

asuntos. Pero resulta que en el nuevo esquema descentralizado la Asamblea puede cumplir un rol efectivamente fiscalizador del poder ejecutivo regional, además de eliminar o producir leyes estatales que favorezcan la modernización jurídica y sirvan de marco para el desarrollo y la competitividad económica de la región.

El candidato uninominal, que también debe hacer equipo con los candidatos suplentes, debe centrar su campaña en el contacto directo y en la explicación del posible funcionamiento de su oficina parlamentaria en el circuito. En la explicación sobre la utilidad de contar con un contralor o fiscalizador de la gestión del gobernador, pero a la vuelta de la esquina. Ya no tendrán que desplazarse los electores hasta la capital del estado, ahora los diputados, al menos los uninominales, estarán en el mismo circuito.

19. PARA FINALIZAR: EL ROL DE NOSOTROS, LOS ELECTORES.

El sistema uninominal, esta primera experiencia, es al igual que la elección de gobernadores y alcaldes, en buena medida, el resultado de la presión y participación ciudadana.

Consolidar la experiencia, potenciarla para futuros avances depende, fundamentalmente, de quienes nos sentimos copropietarios del sistema de representación. De la campaña y la gestión de quienes decidieron postularse coherentes con la uninominalidad, de quienes sigan promoviendo las reformas y de los que se organicen para evaluar y potenciar la nueva relación entre representantes y representados. Tenemos el reto de demostrar que nuestra opción además de modernizadora es eficiente.

Pero muy especialmente nuestra responsabilidad está en nuestro comportamiento durante la campaña. Organizar foros con todos los candidatos del circuito en que vivimos, dictar charlas y hacer visitas a nuestros vecinos para informarles sobre el sistema de votación y escrutinios, el circuito y los candidatos. Cada uno de nosotros es un promotor de la nueva realidad, un informador y motivador.

El día de los elecciones nuestro voto expresará nuestro nivel de información y nuestra dedicación a la reflexión. Así como el compromiso con las opciones electorales que brinden coherencia con la uninominalidad.

Después de todo los fundamentales responsables del desarrollo del proceso somos todos y cada uno de nosotros, electores comunes y corrientes.

20.MAYOR INFORMACION EN LA RED, EN LA RED DE REDES.

Seguramente quedan dudas, preguntas prácticas o desacuerdos. Pero responder o intercambias estamos a la orden.

Desde hace varios años existen en Venezuela varias asociaciones civiles o agrupaciones ciudadanas promoviendo el fortalecimiento de la sociedad civil, la fuerza de la opinión pública y la modernización del sistema político. Para cumplir esta misión común, sin perturbar las misiones particulares como componentes de la sociedad civil, estamos aprendiendo a funcionar y a convivir en redes, en una red redes para ser exactos.

Recientemente varias asociaciones ciudadanas decidimos experimentar actuaciones conjuntas en relación a la propuesta de reforma de la Ley del Sufragio y a la participación ciudadana en el proceso electoral 93. Lo hacemos desde agrupaciones que, por estatutos, prohíben el postular, postularse o apoyar postulaciones a los asociados. Venimos haciéndolo y esta reflexión es parte de ello.

Nos estamos comunicando a través del intercambio de boletines internos y con la producción y distribución de un boletín de la red de redes, que no podía llamarse sino "Telaraña". Si algún lector desea recibirlo puede tomar contacto con la asociación civil Queremos Elegir por el teléfono 02 - 5765836.

Una guía de comunicación y compromiso con los electores

Con mucho respeto por los ciudadanos que tomaron el camino de la postulación y la campaña uninominal, quedamos a la orden para participar, desde las agrupaciones ciudadanas, en el proceso de modernización del sistema político.

Elias Santana