

Al viernes 11 de octubre los fondos recibidos totalizaban \$1.275 millones

# Folletería, redes sociales, bolsas y semillas: los énfasis de los aportes transferidos en campaña electoral

Montos se concentran en candidaturas independientes y de alcaldes. Pese a los recursos millonarios, desde la academia extrañan mayor "rupturismo" y plantean que fondos invertidos no serán un factor determinante en resultados.

Por Nicolás Arrau Álvarez / nicolas.alvarez@diariosur.cl

A l 11 de octubre pasado, los aportes transferidos a los candidatos de la Región alcanzaban los \$1.275 millones, ya sea por concepto de recursos propios, aporte con publicidad, financiamiento inicial, aporte menor sin publicidad o crédito contra reembolso. Se trata de 2.500 transferencias destinadas a promocionar la campaña de gran parte de las 1.856 cartas que tiene Biobío para las elecciones regionales y municipales del 26 y 27 de octubre, con ayudas que, incluso, pueden llegar a los \$40 millones.

En la lista del Servicio Electoral (Servel) se observa que la mayor cantidad de recursos fue dirigida a las candidaturas de alcaldes, con \$592 millones, y que los sectores políticos más favorecidos corresponden a los independientes—dentro o fuera de pacto—, cuyo monto supera los \$532 millones. Más atrás siguen partidos de un tinte más tradicional como la UDI y la DC, con \$133 millones y \$124 millones, respectivamente.

Al analizar por candidato, es posible advertir que sólo 20 de ellos concentran \$411 millones, es decir, el 32% de los aportes transferidos a la fecha en cuestión. En la lista de aspirantes con las cifras más abultadas se encuentran el candidato al Gobierno Regional Javier Sandoval (PI), con \$58,3 millones, seguido de su contrincante independiente pro Chile Vamos, Sergio Giacaman, con \$48,9 millones, y la carta UDI a la alcaldía de Concepción, Valentina Pavez, con \$41,3 millones.

Desde la academia apuntan a que los actuales montos transferidos demuestran algo más sintomático: antes de cambiar la ley de financiamiento los niveles eran mucho más altos y hoy, frente a la transparencia, las cifras disminuyen, "algo que parece razonable, porque no necesariamente una mayor inversión a nivel comunicacional o de gasto de campaña significa un proceso exitoso". El profesor USS Lucas Serrano agrega a su

análisis que en la actualidad se ha puesto en tela de juicio el efecto de las clásicas palomas o las gigantografías y que son las fuerzas políticas tradicionales las que logran siempre acaparar un poco más de recursos.

"Eso sí, es interesante que los independientes hayan logrado mover ese nivel de recursos. Obviamente, el desglose es particular y hay que ver si es o no homogéneo, pero habla del interés de apoyar estas candidaturas que se han posicionado muy fuerte, sobre todo por el descuento y el desgaste de las personas que vienen desde la política. Parece que ellos logran un mejor nivel de apoyo a nivel de recursos", enfatiza, y agrega que, pese a los nuevos tiempos, la actual campaña política carece de elementos innovadores, centrándose más bien en el trabajo en terreno, presencia en redes sociales, palomas, gigantografías o anuncios en las radios, "pero no hay nada muy rupturista (...), por eso no sé si la cantidad de recursos invertidos en la campaña será un factor determinante en la elección de gobernador, por ejemplo".

## EL USO DE LOS FONDOS

Sobre el uso que dan a estos fondos, la mayoría de los candidatos consultados son escuetos y responden de manera escrita. Para este reportaje se les preguntó a los cinco aspirantes que encabezan la lista regional: Javier Sandoval, Sergio Giacaman, Valentina Pavez, Aldo Mardones (DC) y Camilo Riffo (independiente), estos dos últimos con transferencias por \$25,2 millones y \$24,2 millones, respectivamente.

En un primer análisis, la carta del Partido Igualdad plantea que los aportes corresponden mayoritariamente a un crédito electoral regulado por ley para estos efectos, junto con aportes menores de ciudadanos y otros de carácter partidario. "Nuestros gastos de campaña se concentran en al menos tres grandes áreas: radioemisoras de carácter regional, despliegue territorial, así como plataformas digitales y redes sociales. No hay gasto en palomas de plástico", puntualiza Sandoval, quien reconoce que los \$58,3 millones que registra al 11 de octubre representan un gasto elevado, "pero que a su vez, refuerza actividades económicas como son los medios de comunicación local".

Suma a eso la posibilidad de activar brigadas y emprendimientos locales, la contratación de servicios profesionales y el desarrollo de actividades culturales con empresas de la zona. "Para candidaturas como la nuestra, es vital alcanzar la mayor visibilidad posible para que nuestra propuesta y visión de Gobierno Regional llegue a la mayoría del electorado", dice.

En segundo lugar, el existente Giacaman asegura que los fondos, en su caso, provienen principalmente de aportes realizados por partidos políticos y particulares, "siempre dentro de lo permitido por la normativa vigente". Estos recursos, agrega, los ha destinado a áreas clave "para una campaña eficiente y efectiva, como la publicidad, la producción de material gráfico y el despliegue de equipos de difusión en terreno, porque mi prioridad ha sido mantener un equilibrio responsable entre los gastos y las necesidades reales de la campaña,

ajustándonos a la magnitud del desafío que implica una elección de esta envergadura".

## GASTO MUNICIPAL

Ya en el piso municipal, tres de las ocho figuras que van por el sillón alcaldicio de Concepción, Valentina Pavez, Aldo Mardones y Camilo Riffo, se ubican dentro del grupo de los cinco candidatos con mayor nivel de aportes de toda la Región. En el caso de la hija de la exesadora UDI Jacqueline Van Rysselberghe, la campaña emprendida se ha financiado por dos vías: aportes entregados por la propia UDI u un crédito bancario con mandato contra reembolso de votos.

"Estos recursos se han destinado a actividades propias de una campaña electoral: impresión de folletería, palomas, equipos de brigadistas, frases de radios, etc. (...) Entiendo que, a la fecha, mi campaña es la que presenta mayores aportes. Sin embargo, viendo el despliegue territorial de las otras candidaturas, estoy segura de que, al momento de comparar las rendiciones de gastos electorales, se verá que hay campañas mucho más altas que la mía", deja entrever Pavez.

El posible continuador de la actual gestión penquista, Aldo Mardones, detalla que del total de aportes recibidos, más del 95% corresponde a los dineros entregados por su partido. Eso sí, considera que se trata de un número "bastante austero considerando que es una campaña de alcaldía de una ciudad tan grande como Concepción, de la manera más estratégica posible".

Bolsas para feria, bolsas pequeñas para los autos, lunetas, papelería, palomas para vía pública y casas, y publicaciones en redes sociales han sido las prioridades. Por lo mismo, cree que en estas últimas semanas ha podido llevar adelante una buena planificación de gastos, gastos que "están acorde a los aportes que se han realizado, y no todas las candidaturas para la alcaldía de Concepción pueden decir lo mismo, pues sólo hasta ver algunas con mucho despliegue y poco aporte y otras que tienen mucho aporte y se ven poco a lo largo de la ciudad".

Por último, el independiente Camilo Riffo resalta el hecho de ser la segunda candidatura a nivel nacional con la mayor cantidad de personas aportantes. Advierte que este respaldo es un reflejo del movimiento ciudadano que impulsa su candidatura y demuestra el compromiso con políticas ciudadanas, y que una parte significativa del total proviene del crédito que BancoEstado otorga a las postulaciones, en especial aquellas que han tenido una alta votación en elecciones anteriores.

"Nuestra campaña se sostiene en gran medida gracias al trabajo voluntario de muchas personas comprometidas con este proyecto. En nuestras redes sociales se puede ver cómo estamos a mano las bolsas que entregamos y cómo promovemos la plantación de semillas de árboles nativos, entre otras iniciativas que fomentan la participación y el cuidado del medioambiente. Los recursos obtenidos los hemos destinado principalmente a fortalecer nuestra presencia en redes sociales y la impresión de material informativo, áreas que son prioritarias para nosotros", afirma.



El período de propaganda electoral culminará el próximo jueves 24 de octubre.

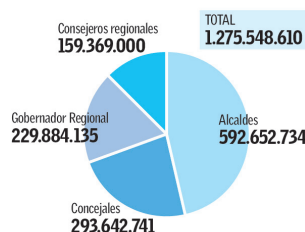
## Los aportes transferidos a los candidatos del Biobío (en pesos)

Fuente: Aportes transferidos al 11 de octubre de 2024, según Servicio Electoral

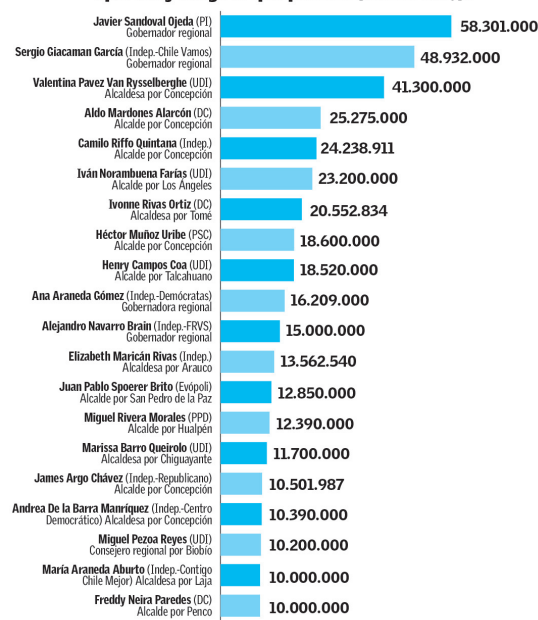
### Según partido político (monto en \$):



### Según cargo a elegir (monto en \$):



### Los 20 aspirantes con la mayor cantidad de aportes y cargo al que postula (monto en \$):



## CIFRAS relevantes

# 40

millones de pesos alcanza el aporte más alto de la Región. Fue recibido por Javier Sandoval y corresponde a un crédito contra reembolso.

# 411

millones de pesos abarcan los montos transferidos a los 20 primeros candidatos que encabezan la lista regional. Es el 32% del total.