

Financiamiento transparente de campañas Recomendaciones para las elecciones de 2007

El problema

El financiamiento de los partidos políticos es un elemento fundamental para el funcionamiento del sistema de partidos. Sin dinero los partidos no pueden funcionar. Sin embargo es necesario que el dinero que ingresa y es gastado por los partidos políticos sea controlado.

La desigualdad en la competencia electoral es un síndrome de estos tiempos. Ello genera escenarios desequilibrados en favor de partidos o candidatos con dinero o acceso a él y aquellos que no lo tienen. Hoy la televisión es el medio masivo más eficiente y también más caro que permite a cualquier candidato ser visto y conocido por millones en segundos. Esos segundos cuestan mucho dinero. Otros mecanismos usualmente utilizados por algunos partidos se vinculan al desvío o mal uso de recursos públicos para apoyar sus campañas, por ejemplo, utilizando personal contratado por la administración pública para realizar tareas electorales, el uso del correo oficial con fines proselitistas y el de medios de transporte como vehículos y aviones oficiales para su traslado a actos u eventos de campaña. Aquí se suma no sólo un problema de desequilibrios sino también de corrupción: el uso de bienes públicos con fines privados.

Poder Ciudadano acerca a los partidos políticos y a aquellos que ejercen cargos públicos las siguientes recomendaciones para generar una campaña transparente y equitativa. Muchas de las recomendaciones tienen directa relación con el marco normativo vigente, otras tienen que ver con las buenas prácticas que promueven la transparencia en materia electoral.

Las propuestas

1. Limitar la distribución de la publicidad oficial a los medios de comunicación

Los gobiernos suelen utilizar el recurso de la publicidad oficial con discrecionalidad y poca transparencia. En épocas electorales, la inversión aumenta exponencialmente.

- Limitar la publicidad oficial sólo a situaciones de emergencia dadas por catástrofe natural, social o sanitaria, llamados a licitación o concursos públicos;

2. Limitar 3 meses antes de toda elección la inauguración de obras públicas, lanzamientos o promoción de planes sociales y la realización de actos de gobierno que promuevan la captación del sufragio

La inauguración de obras o los anuncios de nuevas suele ser una práctica de neto corte electoralista de funcionarios que buscan la reelección o posicionar a sus delfines. Muchas de esas obras nunca se concretan o son inauguradas a medias generando mayor desconcierto y desconfianza por parte de la ciudadanía. A su vez, este tipo de manipulación de la posición gubernamental genera desequilibrios frente a los demás partidos en la competencia.

- No inaugurar obras públicas ni realizar anuncios en actos oficiales durante los 3 (tres) meses previos a la fecha estipulada para la elección. Esto no implica frenar las obras que están en proceso o no poner en funcionamiento aquellas que estén o vayan a estar culminadas durante esos meses. Implica la no realización de actos inaugurales porque se considera a éstos posibles captadores de votos ciudadanos.
- No lanzar planes o promociones sociales durante los 3 (tres) meses previos a la fecha estipulada para la elección. El presupuesto nacional votado por el Congreso de la Nación prevé aquellos gastos a ser realizados por el Ejecutivo Nacional durante todo el año. Es por ello que se recomienda que aquellos planes sociales a ser distribuidos no sean utilizados como moneda de cambio en la campaña electoral y sean distribuidos 3 (tres) meses antes o días después de la fecha estipulada para la elección, salvo verdaderos casos de necesidad y urgencia. Este mecanismo ha sido utilizado con éxito en México para paliar la compra de votos y el clientelismo.

3. Controlar y limitar el uso de recursos públicos con fines electorales

Todo funcionario público sea o no candidato debe abstenerse de utilizar recursos públicos para hacer campaña electoral.

Es por esto que se recomienda:

- No utilizar inmuebles del Estado para realizar actos que promuevan la captación del voto a favor o en contra de determinado candidato.
- No utilizar bienes muebles, transportes (autos, camiones, helicópteros, aviones, etc) u otros recursos (Ej. correo) del Estado para realizar actos o dirigirse a los mismos.

De hacerlo, deberán pagar el uso de esos bienes como si fuera una contratación corriente.

La Comisión de Elecciones Federales de EEUU, estipula que cualquier individuo que participe de una campaña utilizando un avión del Estado Nacional, estatal o local debe abonar al organismo gubernamental correspondiente la tarifa regular de un servicio de primera clase entre las ciudades conectadas. En el caso de la utilización de otro medio de transporte que pertenezca al gobierno Nacional, estatal o local, también debe ser abonado, teniendo en cuenta el costo de un viaje comercial regular de cualquier empresa de transporte.

- No utilizar recursos económicos a favor de determinado candidato o partido.
- No utilizar recursos humanos del Estado para favorecer a determinado candidato o partido, participar de actos o trabajar en campañas electorales.

4. Financiamiento de la Campaña Electoral

Presentación de informes ante la Justicia Electoral (Elección Presidencial)

Según estipula la ley 26.215 de Financiamiento de los Partidos Políticos, éstos deben presentar una rendición de contribuciones recibidas y gastos realizados 10 (diez) días antes de la fecha estipulada para la elección y 90 días después de la misma.

Se recomienda a los responsables políticos y financieros de los partidos políticos:

- Presentar en tiempo y forma los informes previo y final según estipulan los artículos 56 y 58 de la ley 26.215.
- Registrar todas las donaciones recibidas en los informes financieros. Recordar que todos los recursos donados a los partidos tienen un valor y estos deben ser registrados como donaciones, aunque sean en especie.
- Registrar todos los gastos ocasionados por la campaña electoral en los informes financieros.

Registro de las donaciones en especie

Las donaciones en especie que empresas o particulares realizan a partidos políticos deben ser registradas debidamente en los informes que se presentan ante la justicia electoral.

Ejemplo: el préstamo de un estadio o auditorio para un acto es una donación y debe ser registrada como tal.

Campaña electoral

Se recomienda a los partidos políticos respetar los tiempos estipulados por el Código Nacional Electoral:

- Los candidatos a Legisladores Nacionales pueden comenzar su campaña 60 (sesenta) días antes de la fecha de la elección.
- Los candidatos a Presidente de la Nación pueden comenzar su campaña 90 (noventa) días antes de la fecha de la elección.

Todos los gastos realizados deben ser registrados en los informes financieros, incluidos aquellos que se realicen antes de que comience el período de campaña permitido.

Autoridades electorales

En 2005, la Justicia Electoral garantizó la publicidad de los informes financieros de los partidos y las alianzas. Esperamos que esa experiencia se repita.

En el caso de los expedientes de control patrimonial sugerimos que la Justicia Electoral desarrolle algún tipo de 'hoja de ruta' publicable en Internet que permita a la ciudadanía conocer el estado del control. A su vez, recomendamos publique un listado de los partidos sancionados, la sanción aplicada y el motivo.

5. Debates de propuestas y el sistema nacional de medios públicos

Poder Ciudadano recomienda a los partidos políticos y candidatos propiciar un debate de ideas y propuestas que permita al ciudadano ejercer su derecho a votar en forma informada. Para esto se aconseja la realización de debates públicos entre candidatos y la utilización de la publicidad de campaña para acercar propuestas a los ciudadanos.

El debate acerca de las propuestas de los candidatos promueve el voto informado y fortalece el vínculo entre los representantes y los representados.

Por ello, recomendamos que el sistema nacional de medios públicos organice rondas de debate temáticos entre todos los candidatos presidenciales a lo largo de los noventa días que dura la campaña electoral.

Medios de comunicación

A partir de la próxima elección nacional los medios de comunicación están obligados a informar a la Justicia Electoral todos los datos que les sean exigidos, como por ejemplo, cuántos espacios de radiodifusión otorgaron a los partidos políticos. Esta obligación de informar rige también para los proveedores, por lo que resulta imprescindible que cumplan con tales disposiciones legales para que el financiamiento sea transparente.

6. Elecciones internas

Se recomienda a aquellos partidos que realicen elecciones internas:

- Financiar las actividades de los candidatos en forma transparente.
- Reproducir mecanismos de control sobre el financiamiento de las actividades de los candidatos internos.
- Generar igualdad de oportunidades entre las diferentes líneas internas de los partidos en materia de financiamiento

Poder Ciudadano

La Fundación Poder Ciudadano es una organización no gubernamental independiente y sin fines de lucro. Fue creada en 1989. Es el capítulo argentino de Transparencia Internacional. Tiene como misión promover la participación ciudadana, la transparencia y el acceso a la información pública para fortalecer las instituciones de la democracia a través de la acción colectiva. Su visión es una red de personas e instituciones comprometidas con los asuntos públicos a escala local, nacional e internacional en pos de sociedades democráticas e inclusivas.

Poder Ciudadano basa sus programas y acciones en cuatro cuestiones: la independencia del Poder Judicial y el acceso a la justicia, una mejor calidad de la representación política, la promoción de la transparencia y la lucha contra la corrupción, y la construcción de ciudadanía.

Para mayor información, visite nuestro sitio www.poderciadadano.org o escribanos a fundacion@poderciadadano.org.