



**Poder  
Ciudadano**

Capítulo Argentino de Transparency International

## Recomendaciones para una campaña transparente 2009

Con el objetivo de incentivar a los partidos políticos y a los candidatos para que colaboren en el desarrollo de una campaña transparente, Poder Ciudadano pone a disposición de ellos y de la ciudadanía una serie de recomendaciones.

Este documento es una actualización de las recomendaciones presentadas en la campaña 2007. La observación en profundidad de lo acontecido en aquella campaña nos lleva a reafirmar la necesidad de profundizar todas las medidas necesarias para transparentar el presente proceso electoral.

Desde Poder Ciudadano tenemos la convicción de que una campaña transparente, limpia y con mucha información, es prerequisite fundamental para fortalecer el proceso de acceso a la representación de la ciudadanía.

### **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 sea controlado.

La desigualdad en la competencia electoral es un síndrome de estos tiempos que genera escenarios desequilibrados entre partidos o candidatos con dinero o acceso a él y aquellos que no lo tienen.

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 de campaña, 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 durante los dos meses de campaña la inauguración de obras públicas, lanzamientos o promoción de planes sociales y la realización de actos de gobierno que promuevan la captación del voto

La inauguración o los anuncios de obras suelen ser una práctica de neto corte electoralista por parte de funcionarios que buscan ser reelegidos 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 la campaña electoral. 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 como posibles captadores de votos ciudadanos.
- No lanzar planes o promociones sociales durante la campaña electoral. 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. Este mecanismo ha sido utilizado con éxito en México para luchar contra 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 los medios públicos de comunicación para transmitir actos, reportajes y noticias en forma inequitativa entre los candidatos.

- 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 públicos 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 legislativa)**

Según estipula la ley 26.215 de Financiamiento de los Partidos Políticos, estos deben presentar una rendición de contribuciones recibidas y gastos realizados 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.
- 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.

## **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 informado. Para esto se aconseja la realización de debates públicos entre candidatos y la utilización de propaganda 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.

### **Medios de comunicación**

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 difusión 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.