



► **DELIA FERREIRA RUBIO**
ARGENTINA

Nació en Córdoba. Es doctora en Derecho de la Universidad Complutense de Madrid, España. En 1990, y por 15 años, se desempeñó como jefa de Asesores de Diputados y Senadores en el Congreso Nacional. Entre 2005 y 2007 actuó como asesora de la Auditoría General de la Nación. Desde 2007, se dedica a su actividad como consultora independiente. En tal carácter ha trabajado para la OEA, PNUD, IDEA Internacional, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), NEEDS, Transparency International, CAPEL, IFES y otros organismos internacionales y ONG. Es investigadora de la Fundación CEPPA de Buenos Aires y autora de numerosas publicaciones sobre Cultura Democrática, Instituciones Políticas, Política Comparada, Gobierno por Decreto, Ética pública y parlamentaria, Financiamiento de los Partidos Políticos y Sistemas Electorales, entre otros temas. Actualmente es Presidenta de la ONG Poder Ciudadano y miembro del consejo de administración de Transparency International.

COBERTURA DEL FINANCIAMIENTO ELECTORAL

Sin transparencia política no hay democracia

La transparencia del financiamiento de la política hace a la calidad del proceso democrático. Y, en este sentido, la prensa juega un papel esencial en la búsqueda de esa transparencia. Esto obedece a que la información sobre los fondos de los partidos

tiempos de campaña, a partir del 2005. En este proceso hacia una mayor transparencia, fueron clave la sanción de la Ley 25.600 que obligó, por primera vez, a los partidos a presentar un informe previo a la elección; la regulación del contenido y detalle de esos informes que formuló la Cámara Nacional Elec-



Durante las elecciones, el periodismo debe prestar atención a los informes de financiamiento de los candidatos en campaña.

y candidatos brinda herramientas a los ciudadanos en sus análisis y decisiones; facilita la identificación de vinculaciones entre políticos y sectores de interés; genera incentivos para evitar conductas corruptas o, por lo menos, aumenta el costo o el riesgo; pone en evidencia la desviación de fondos públicos a favor del partido de gobierno; genera incentivos para el control recíproco de los partidos políticos; y ofrece insumos y parámetros para la evaluación de las decisiones de los funcionarios.

Un repaso de la cobertura periodística en los medios argentinos, desde 1983 hasta la fecha, muestra un claro avance. El tema del financiamiento de las campañas ingresó en la agenda de la mano del descubrimiento e investigación de casos de corrupción –en la década de los 90– y adquirió presencia regular y creciente en los medios, no sólo en

total; y la posibilidad de acceder a esa información mediante Internet.

La forma en que está regulado el financiamiento de las campañas varía significativamente entre los países. Conocer la legislación aplicable constituye una invaluable ayuda en la tarea de informar sobre el financiamiento de la política, así como en la de investigar la trama oculta vinculada con el origen y el destino de los fondos.

En el caso de la Argentina, la ley vigente en el orden nacional es la Ley 26.215, aprobada a fines de 2006, cuyas principales características son las siguientes:

- El sujeto eje de la regulación es el

partido, por lo que las obligaciones, deberes y derechos están referidos a los partidos políticos. Esto deja afuera a los candidatos y otras organizaciones –como fundaciones partidarias– que muchas veces son canales de ingreso y egreso de fondos, y no están obligados a reportar, lo cual abre un campo de investigación interesante.

- Los aportes públicos previstos en la ley son: el aporte institucional anual, el aporte extraordinario de campaña, el aporte para la impresión de boletas y las franquicias en medios de comunicación.

- Los aportes privados pueden realizarse directamente a los partidos o al Fondo Partidario Permanente y gozan de beneficios impositivos.

- Quedan prohibidas las donaciones anónimas. No podrá imponerse el cargo de no divulgación de la identidad del donante.

- También están prohibidos los aportes de: entidades centralizadas o descen-

para personas jurídicas y \$75.429, para personas físicas; en la Provincia de Buenos Aires se fijó en \$153.132 y \$306.264 respectivamente; en Santa Fe fue de \$35.208 y \$70.415, y en Córdoba se fijó en \$36.002 y \$72.003.

- Para las elecciones legislativas, el límite de gasto por partido por distrito es de \$1,5 por cada elector empadronado. A estos fines se considera que ningún distrito tiene menos de 500.000 electores. El límite es fijado por la Cámara Nacional Electoral y varía por distrito. Para 2009, el límite de gastos, por ejemplo, en la Ciudad de Buenos Aires fue de \$3.771.441; en la Provincia de Buenos Aires de \$15.313.187; en Santa Fe se fijó en \$3.520.772; para Córdoba fue de \$3.600.165, y en Santa Cruz de \$750.000.

- El control del financiamiento, tanto ordinario como de campaña, está a cargo de la Justicia Federal con competencia electoral (el Juzgado Federal N°1 de cada distrito y la Cámara Nacio-

En el período de campaña electoral es aconsejable observar y registrar los siguientes aspectos:

- Exteriorización de gastos.
- Eventos de recaudación de fondos.
- Cumplimiento / incumplimiento de las reglas fijadas por la ley.
- Datos que surgen de los informes previos.
- Uso de recursos públicos para realizar actividad proselitista a favor de candidatos del oficialismo de turno.
- Distribución / incremento de la pauta publicitaria oficial.

El tema del financiamiento sigue aportando noticias de interés aún después de las elecciones, ya que el origen de los fondos de campaña puede ser la clave para desentrañar el porqué de algunas decisiones gubernamentales. En este sentido es importante:

- Aprovechar los datos que surgen de los informes finales.

LA PRENSA JUEGA UN PAPEL ESENCIAL EN LA tarea de transparentar el financiamiento de la política. Un repaso de la cobertura periodística en medios argentinos, desde 1983 hasta la fecha, muestra un claro avance.

tralizadas del Estado nacional, provincial o municipal; entidades binacionales o multilaterales; empresas concesionarias de obras o servicios públicos; personas físicas o jurídicas que exploten juegos de azar; gobiernos o entidades públicas extranjeras; personas físicas o jurídicas extranjeras sin residencia o domicilio en el país; asociaciones sindicales, patronales y profesionales; personas obligadas a realizar aportes por sus superiores jerárquicos.

- Se establecen límites a los aportes privados, por persona, por partido y por año. Cada partido no puede recibir de una persona física, por año, donaciones superiores al 2% del total de gastos autorizados. En el caso de las donaciones de personas jurídicas, el límite es del 1%. El límite es fijado por la Cámara Nacional Electoral y varía por distrito. Para la elecciones 2009, el límite de aportes, por ejemplo, en la Ciudad de Buenos Aires fue de \$37.714

nal Electoral como órgano de segunda instancia y único del sistema con competencia exclusiva en materia electoral y de partidos políticos).

Todos los fondos van a una cuenta única, donde se mezclan –salvo para el caso de las alianzas partidarias que sólo tienen cuenta de campaña– los fondos y movimientos ordinarios y los de campaña. Esta regla complica su seguimiento y el del cumplimiento de los límites en cuanto a los gastos.

- Los partidos deben presentar un informe previo detallado de ingresos y egresos de recursos para la campaña, 10 días antes de la elección.

El informe final del financiamiento se debe presentar 90 días después de finalizado el acto electoral.

Se establece la obligación del juez de ordenar la publicación de los datos en el sitio web del Juzgado. Cualquier ciudadano puede consultar y obtener copia de todos los informes y documentación.

- Comparar esos datos finales con los recopilados durante la campaña.

- Controlar si la Justicia aplica las sanciones previstas en la ley.

- Usar la información de financiamiento de la campaña para el control de gestión (licitaciones, concesiones, nombramientos, presentación de proyectos, votaciones parlamentarias, dictado de decretos, decisiones administrativas, resoluciones, etc.).

Hay quienes sostienen que la transparencia en torno del financiamiento de la política es un objetivo de política pública de segunda generación, algo a lo que pueden aspirar las democracias consolidadas. En mi opinión, en cambio, la transparencia es una condición esencial para garantizar la democracia representativa. Sin transparencia política no hay democracia. Sin prensa libre no hay transparencia. Eso es lo que está en juego hoy en la Argentina.