

Dialogando BA

para Fortalecer instituciones

Mesa de diálogo Campaña Electoral

El 27 de junio tuvo lugar la tercera mesa de diálogo para la reforma política de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el marco de la iniciativa **Dialogando BA**, la cual giró en torno a la temática “Campaña Electoral”.

El evento convocó a más de 40 personas, entre ellos representantes de organizaciones de la sociedad civil, académicos y representantes de los tres poderes del Estado -tanto local como nacional-.

La mesa de diálogo comenzó con un primer módulo de exposiciones moderado por Florencia Zulcovsky Directora de Reforma Política y Electoral, y presidido por Delia Ferreira Rubio, proveniente de la sociedad civil y Adriana Amado, especializada en temas de comunicación pública y medios.

Dichas exposiciones contemplaron la actualidad, tanto de La Ciudad como de otras experiencias internacionales, en lo que respecta a la legislación sobre financiamiento de campaña y propaganda, sumando al dialogo también la utilización de medios de difusión no convencionales, así como el feedback que se percibe de los ciudadanos sobre las campañas electorales. Para cerrar su exposición se abrió un espacio de preguntas al público, sobre las cuales se logro profundizar aún más sus respectivos puntos de vista.

El segundo módulo de exposición estuvo moderado por Hernán Charosky, Subsecretario de Reforma Política, y contó con el Legislador por la Coalición Cívica Maximiliano Ferraro y el Co fundador de Cippec y Secretario General del GCBA, Fernando Straface como oradores. Sus exposiciones se centraron en el Debate de candidatos en periodo de campaña, como instancia necesaria para la ciudadanía. Cerrando nuevamente el módulo con un espacio de preguntas al público.

Finalizadas las exposiciones, se abrió el debate en cada grupo de trabajo, que tuvo como cierre una instancia en donde cada grupo planteo brevemente su discusión. Este documento constituye una síntesis de los diálogos mantenidos en cada uno de los equipos de trabajo y las opiniones expresadas por cada vocero.

Los voceros de cada grupo de trabajo fueron los siguientes:

Grupo 1: Guillermo Montenegro

Grupo 2: Ricardo González Dorfman

Grupo 3: Camila Silva

Dialogando BA

para Fortalecer instituciones

Grupo 4: Sebastian Smaler

Consideraciones metodológicas

Con el objetivo de reflejar los diálogos mantenidos en los grupos de trabajo y lo expresado por el respectivo vocero en forma sustancial, esta síntesis presenta la información de acuerdo a los consensos y disensos a los que arribó cada grupo a partir de las preguntas disparadoras. En este sentido, las preguntas disparadoras del diálogo fueron ordenadas sobre los siguientes ejes temáticos:

- a) Financiamiento
- b) Campaña
- c) Debate

a) Financiamiento:

1) ¿Qué modelo de financiamiento de campaña considera más apropiado para la CABA?

- a. Origen del financiamiento: Público, Privado, Mixto.**
- b. Forma de los aportes: Directo, Indirecto, Mixto**
- c. Destinatario: Partido, Agrupación, Candidato.**

2) Respecto a los gastos: ¿Cuál debería ser el criterio para regular los gastos de campaña de los partidos? ¿Debería permitirse la pauta privada en medios de comunicación?

3) Respecto a las donaciones privadas (todas, jurídicas o físicas): ¿Cuál debería ser el criterio para regular las donaciones privadas a la campaña de un partido político?

4) Respecto al financiamiento público: ¿Cómo debería ser el financiamiento público de campaña? Equitativo, proporcional o mixto.





Principales consideraciones con respecto a la temática:

- La totalidad de los grupos acuerdan en que el financiamiento debería ser mixto.
- Tres de los cuatro grupos acuerdan que el tipo de aporte por parte del estado debería ser mixto. Siendo estos tres mismos grupos los que coinciden en que el destinatario del aporte debería ser el partido y no la agrupación.

Dialogando BA

para Fortalecer instituciones

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática

	Financiamiento Público	Financiamiento Privado	Financiamiento Mixto
Aporte directo			
Aporte indirecto			
Aporte mixto			  







Destinado a Partidos	Destinado a Agrupaciones	Destinado a Candidatos
  		

Tabla 2: Síntesis de los diálogos mantenidos en cada grupo de trabajo

GT 1 	<p>Consenso: Se acordó que tanto el origen del financiamiento, como su forma de aporte deberían ser mixtos.</p> <p>Anotaciones sobre el diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En las PASO el destinatario debería ser el Partido y en la General la Agrupación. - Se debería usar tecnología a favor de la transparencia de la regulación de gastos.
GT 2 	<p>Consenso: Se acordó que tanto el origen del financiamiento, como su forma de aporte deberían ser mixtos.</p> <p>También se acordó que es imposible de evitar el aporte privado a la campaña pero debería evitarse el aporte de empresas extranjeras y contratistas del estado.</p> <p>Anotaciones sobre el diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Las leyes deben ser un principio rector pero deben adaptarse a la realidad. -En vez de evitar simplemente las contribuciones privadas, se deben velar por la transparencia de esas contribuciones. Tomando lo propuesto por Rubio Delia, se debe apostar a un dispositivo transparente donde se pueda visualizar tema de contribuciones para que la gente sea quien ve y elige. -El gasto de campaña tiene que estar regulado de tal manera que sea un sistema equitativo, generando espacios para todos en radio, televisión etc. También debe estar regulado en términos de tiempo y distribución de los espacios.

Dialogando BA

para Fortalecer instituciones

GT 3	<p>Consenso: Se acordó que tanto el origen del financiamiento, como su forma de aporte deberían ser mixtos.</p> <p>También se acordó sobre la incorporación de donaciones por parte de las personas jurídicas.</p> <p>Anotaciones sobre el diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El financiamiento debe ser previamente transparente. - Se debería establecer un piso y un techo de aportes. - El destinatario debe ser el partido político, entendiendo que es quien agrupa a los demás actores jurídicos. - El gasto de campaña es difícil de controlar. Estamos tratando de regular algo que es irregulable. Va a quedar en una ley simbólica. Esto tiene que ir acompañado con una ciudadanía activa. - Se debe permitir la pauta privada en medios de comunicación pero con techo. - El prohibir a las personas jurídicas origina que los gerentes de empresas aporten como personas físicas.
GT 4	<p>Consenso: Se acordó que el origen del financiamiento, debería ser mixto y la forma en que se de este aporte sea indirecto. También acuerdan que las empresas no deberían estar habilitadas a donar a los partidos.</p> <p>Anotaciones sobre el diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se deben establecer controles que limiten el aporte privado, por ejemplo: que no se permitan aportes de personas jurídicas. - El destinatario del financiamiento debería ser el Partido (en el caso del fondo partidario permanente) o Agrupación (en el caso del fondo de campaña).

b) Campaña:

1) ¿Cuáles deberían ser las restricciones para el gobierno durante la campaña? Actos inaugurales de obras públicas o de promoción de planes sociales, publicidad en webs oficiales y redes sociales, uso de recursos en actividades destinadas a la campaña oficial, entre otros.

2) Pauta de campañas en Medios y Redes Sociales:

- ¿Cómo debería distribuirse entre los partidos la pauta oficial en los Medios? (equitativa, proporcional o mixta).
- ¿Cómo se deberían regular las campañas en Redes Sociales? -límite al gasto y regular distribución-

3) Rendición de cuentas sobre el financiamiento de campaña:

- ¿Cuándo se debería hacer la presentación del informe financiero final de campaña?

Dialogando BA


para Fortalecer instituciones



- b. ¿Quién debería ser responsable por las finanzas? (qué cargo ocupa y qué nivel de profesionalización)
- c. ¿Qué organismo debería encargarse de la auditoría (justicia, administrativo o externo)? ¿Cuál debería ser el cronograma de acción?
- e. ¿Cuáles son las sanciones? ¿Quién sanciona y cuándo lo hace? ¿Sobre quién recae la sanción?

Principales consideraciones respecto a la temática:

- La totalidad de los grupos acuerdan en la necesidad de establecer una regulación de campaña propia para la Ciudad.

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática


Regulación de campaña	No regulación de campaña
	

Pauta en medios / Equitativa	Pauta en medios / Proporcional	Pauta en medios / Mixta
		



 No dialogan sobre este tema.

Tabla 2: Síntesis de los diálogos mantenidos en cada grupo de trabajo

GT 1 	<p>Consenso: - Respecto a la campaña no debería haber restricciones a los aportes.</p> <p>- Se debe distribuir la pauta oficial en los medios de forma mixta. La regulación de campaña en redes sociales debe hacerse a través de la regulación de los gastos de campaña. Regular las redes es, actualmente, inviable.</p> <p>- El informe financiero final de campaña se debe presentar previo a las elecciones, mediante un informe tentativo, y posteriormente, con la distribución final de gastos.</p> <p>- El organismo debería encargarse de la auditoría, debe ser la Autoridad</p>
---	--

Dialogando BA

para Fortalecer instituciones

	<p>electoral.</p> <p>Anotaciones sobre el diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se debe sancionar directamente al partido, con la posibilidad de la caducidad del partido.
GT 2 ●	<p>Consenso: Se debe distribuir la pauta oficial en los medios de forma equitativa, el Estado debe velar por la igual distribución de los fondos públicos. También se consensua que debería generarse un límite al gasto ya que hay una imposibilidad de regular distribución.</p> <p>El organismo debería encargarse de la auditoría, debe ser la Auditoría de la ciudad.</p>
GT 3 ●	<p>Anotaciones sobre el diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inaugurar una obra no genera que la gente lo vote. Es imposible de regular (Juan Martín Donato). - No debería haber usufructo de obras públicas dentro de una campaña (Camila Silva).
GT 4 ●	<p>Anotaciones sobre el diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sólo los partidos con personería permanente deberían estar habilitados a competir en la Ciudad. En este sentido resulta necesario limitar los sellos de goma y la participación en elecciones de partidos con personería provisoria

c) Debate:

1) ¿Deben regularse los debates en un Código Electoral?

En caso afirmativo, ¿qué temas debería prever la regulación? Participación de candidatos (cuáles, con qué incentivos y sanciones), modos de transmisión, participación de la sociedad civil, otros.

a. Pros y contras de la obligatoriedad y de los incentivos para el debate.

b. Condiciones para participar del debate.

c. Posibles tipos de sanciones y de incentivos.

Principales consideraciones con respecto a la temática:

- La totalidad de los grupos acuerdan en la regulación de los debates en un Código Electoral.

Dialogando BA

para Fortalecer instituciones

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática









Regulación de los debates en un Código Electoral	No regulación de los debates en un Código Electoral
   	

Tabla 2: Síntesis de los diálogos mantenidos en cada grupo de trabajo

GT 1 	Consenso: El debate debe estar regulado en el código electoral.
GT 2 	Consenso: El debate debe estar regulado en el código electoral.
GT 3 	Consenso: El debate debe estar regulado en el código electoral. Anotaciones sobre el diálogo: <ul style="list-style-type: none"> - El debate debe estar en el código electoral. No debería ser obligatorio. - Plantea la pregunta de qué pasaría si el candidato que tiene que presentarse se enferma, qué sucedería. - Propone crear un sistema de incentivos, sin pena.
GT 4 	Consenso: El debate debe estar regulado en el código electoral.