El secreto de la financiación de las campañas políticas levanta envidias

Autor(en): **Herzog, Stéphane**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero**

Band (Jahr): **46 (2019)**

Heft 4

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-908304

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

El secreto de la financiación de las campañas políticas levanta envidias

Suiza recibe reiteradamente críticas por p arte del Consejo de Europa debido a la opacidad de la financiación de las campañas. Parece que el verdadero núcleo del problema es la desigualdad de los recursos.

STÉPHANE HERZOG

¿Pondrá Suiza en breve al descubierto su sistema de financiación de los partidos y de las campañas políticas? Este es el objetivo de la iniciativa popular sobre transparencia presentada por el PSS, los Verdes y el PBD, que reproduce textos ya adoptados por Ginebra, el Tesino y Neuchâtel, y más recientemente por Friburgo y Schwyz. Según este nuevo enfoque, los partidos deberán comunicar sus cuentas de las campañas, así como declarar el origen de las donaciones superiores a 10 000 francos.

El sistema actual no permite conocer en detalle las sumas desembolsadas en las campañas o con miras a las elecciones. "La falta de transparencia es absoluta", resume Georg Lutz, Director del Centro de Competencias Suizo en Ciencias Sociales, motivo por el cual Suiza es señalada reiteradamente por el Grupo de Estados contra la Corrupción (GRECO) del Consejo de Europa. "Este grupo fue fundado, esencialmente, para luchar contra la corrupción en los países del Este", recuerda Andreas Ladner, Director del Instituto Superior de Estudios de Administración Pública.

En Suiza, la política es asunto privado

Tal y como se lamenta en cada informe el GRECO, "no se aplica ninguna restricción a las contribuciones [...] y los registros contables de los partidos políticos jamás se someten a publicación". En Suiza, país que no dispone de una ley de partidos políticos, esta actividad sigue siendo un asunto privado. "Los partidos se suelen organizar a nivel cantonal y municipal en pequeñas o, incluso, muy pequeñas asociaciones", describe el GRECO. De ello resulta que los aparatos de los partidos a nivel federal disponen de medios muy modestos. "Una legislación aplicable a todos los actores de la vida política generaría un trabajo administrativo considerable, así como unos costes importantes", determinó el Consejo Federal. A principios de mayo, la Comisión de las instituciones políticas del Consejo de los Estados tomó la decisión de apoyar un contraproyecto a la iniciativa, pero aumentando el límite inferior de donaciones no anónimas a 25 000 francos.

La publicidad política, aquí en el ejemplo de la iniciativa "Moneda entera", cuesta dinero, mucho dinero. No obstante, según una crítica del Consejo Europeo, en Suiza faltan reglas de transparencia efectivas. Foto Keystone

En el punto de mira de los impulsores de una ley de transparencia se encuentra toda la derecha, y sobre todo la UDC, cuyas impactantes campañas, desde la incorporación de Suiza al Espacio Económico Europeo hasta la prohibición de los minaretes, han recibido el apoyo de su dirección, comenzando por la del tribuno Christoph Blocher. "Cuánto dinero invierto en una campaña electoral o qué parte corresponde a donaciones y qué parte a recursos propios pertenece a mi vida financiera privada." Así lo declaró a la

¿Elecciones cada vez más costosas?

Las elecciones van a batir récords de costes. "Este aviso se repite una y otra vez, pero faltan datos precisos y la expresión de los gastos depende también de la metodología", matiza Andreas Ladner. Para 2018, la agencia Media Focus estimó el coste publicitario de las campañas políticas federales en 55,5 millones de francos, un 18,8 % más que para 2017. En 2015, el estudio "Select-Fors" solicitó a los candidatos las cifras de sus gastos de campaña. La respuesta fue 29 millones de francos, correspondientes por orden de importancia al PLR, al PDC, a la UDC y al PSS. Al parecer, los gastos de los partidos nacionales, cantonales y locales, así como de las asociaciones, hicieron duplicar esta cifra. En 2015, el importe de las donaciones individuales a los partidos, deducidas de los impuestos, se elevó a cerca de 2,5 millones de francos en Ginebra (50 millones en toda Suiza). Las donaciones provenían de 3 200 donantes, en un cantón donde el importe máximo admitido para donaciones es de 10 000 francos. El valor del gasto correspondiente a cada votante es comparable al de las elecciones en los Estados Unidos, precisa el mismo estudio. (SH)

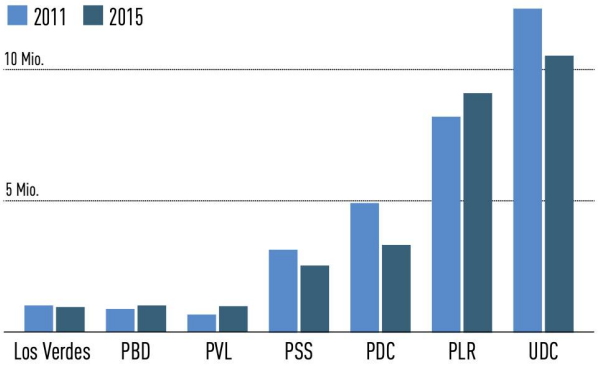
prensa el candidato al Consejo de los Estados Roger Köppel (Zúrich), quien estima "que el secreto de las elecciones y de los votos en Suiza es vital para el Estado de derecho y la democracia".

La transparencia no beneficiaría a las donaciones

¿Qué problema plantea esta ausencia de transparencia? Los politólogos contactados por *Panorama Suizo* señalan, en primer lugar, una cuestión ética. "Si ya existe una desigualdad de base debida al poder de influencia de los grupos de interés, al menos tendría que ser normal que el público supiese lo que cada uno financia", considera Georg Lutz. Según este investigador, la transparencia podría tal vez cambiar el comportamiento de los grandes donantes, lo que teme particularmente la derecha; pero al menos pondría de manifiesto la intención política. "Si personas jurídicas invierten en campañas, es lógico que esperen algo a cambio", señala. "Si el jefe de Ricola invierte en una campaña, no querrá que la marca se relacione con un partido, puesto que desea venderle a todo el mundo", añade Andreas Ladner, para quien el origen de los grandes donantes es, en realidad, un secreto a voces. Destaca "una propensión en la derecha a las inversiones personales, mientras que la izquierda centraliza las donaciones".

Otro argumento es que el dinero no supone una garantía de éxito en una campaña y que el secreto del poder es la capacidad de un grupo de lograr mayorías. Así, en 2011, la UDC gastó más de seis veces más por escaño parlamentario que los Verdes Liberales, que estuvieron entre los grandes ganadores de las elecciones de 2011, según un estudio del Instituto Sotomo. Posiblemente, un incremento de la transparencia causaría una reducción de los recursos. Para algunos, la solución a este problema sería la transición a un sistema de financiación de los partidos gestionado por el Estado. "Esta idea no le gusta mucho a la derecha", comenta Andreas Ladner, "pues implicaría un aumento de los impuestos para financiarla. La izquierda estaría a favor, ¡aunque no necesariamente los votantes!" El investigador subraya que no existe una política más calmada en Ginebra y en el Tesino, cantones que disponen de una ley de transparencia, pero que han visto nacer a partidos populistas poderosos y económicamente bien dotados.

Elecciones al Consejo Nacional y al Consejo de los Estados 2011 y 2015: gastos totales de los partidos para publicidad con material impreso, en Internet y con carteles



La campaña electoral de la Unión Democrática del Centro (UDC) fue en 2015 la más costosa: este partido invirtió 10,6 millones de francos en publicidad con material impreso, en Internet y con carteles. A diferencia del Partido Liberal Radical (PLR), que aumentó sus gastos de publicidad, la UDC gastó en comparación con 2011 casi 2 millones menos y, a pesar de ello, pudo aumentar el número de votos (+2,8 %) más que el PLR.

La cuestión de la desigualdad entre los partidos

El politólogo recalca que esta demanda de una mayor claridad proviene, en primer lugar y ante todo, de la izquierda suiza – así como de una coalición formada en torno a este tema en el ámbito europeo –, es decir, de partidos que se benefician de menos recursos. "¿Hay más corrupción en Suiza? Países con este tipo de sistema, como Francia y Alemania, ¿tienen menos corrupción? El problema aquí es más bien que la desigualdad de los recursos crea injusticias, puesto que el dinero asegura que los argumentos desarrollados por un partido con medios sean más escuchados que los de los otros." ¿Qué se puede hacer? Andreas Ladner piensa "que la transparencia se podría presentar como un argumento de campaña, lo que podría beneficiar a partidos que defienden esta idea, como los Verdes". Ladner es partidario de un apoyo práctico y logístico a los pequeños partidos, "para que su voz se escuche mejor".