

Financiación de los partidos políticos

Definitivamente el imponer la carga al Estado de financiar el funcionamiento de los partidos políticos y las campañas electorales o los candidatos significa un avance dentro de la garantía constitucional de llegar a una igualdad material desde el punto de vista de los derechos políticos, por cuanto permite a todo aquel que pretenda colocar su nombre en una contienda electoral, que lo pueda hacer en mejores condiciones de igualdad con respecto a aquel que por sus posibilidades económicas tendría una opción privilegiada si no existiera esta herramienta. Lo anterior significa que se pasó de una etapa donde se consideraban los partidos políticos como agentes exclusivamente sociales, lo cual traía como consecuencia que su financiamiento fuese exclusivamente privado, a ser agentes mixtos, es decir, que hoy se pueden considerar tanto agentes sociales como agentes estatales, en quienes el Estado puede realizar inversiones¹.

Respecto del financiamiento a cargo del Estado, ha expresado la doctrina, que considera que dicho financiamiento permite que «diversas opciones políticas gocen de igualdad en sus aspiraciones electorales»², con lo cual, «se favorece un mayor nivel de igualdad entre las distintas opciones políticas», y de paso aminoraría la influen-

cia de los grupos de interés cuando efectúan financiamientos privados, por lo que finalmente concluye: «el problema de la financiación de partidos y campañas afecta dos principios medulares de la democracia: la transparencia que debe guiar la vida de los partidos y la igualdad de oportunidades que debe garantizarse a todos los ciudadanos». Otra parte de la doctrina³, en esa misma dirección, señala los siguientes argumentos a favor del financiamiento público de los partidos y campañas políticas: 1) genera un elemento de garantía y estabilidad de los partidos políticos; 2) libera a los partidos de servirse de fondos ocultos o ilegales, garantizando su independencia; 3) crea condiciones de igualdad entre los distintos contendientes, y 4) facilita el establecimiento de controles sobre los partidos.

Sin embargo, a pesar de las virtudes que se puedan ver a primera vista, no significa que todo se haya resuelto en relación con el tema de la igualdad de oportunidades⁴, por cuanto mientras que el Estado no establezca controles efectivos⁵ a los recursos públicos para que no se desvíen a campañas políticas en épocas electorales⁶ o se siga permitiendo la financiación privada⁷, los intereses particulares primarán sobre el interés general.

Una práctica usual que permite dar ejemplos negativos sobre la financiación privada está relacionada con la contratación administrativa, en donde encontramos grandes empresas de constructores que patrocinan determinados candidatos a elecciones populares mediante el financiamiento de sus campañas políticas, situación que genera un compromiso particular entre el candidato elegido popularmente con la firma de ingeniería, que determina finalmente que este candidato –mediante el tráfico de influencias– logre que le adjudiquen contratos a estas firmas de construcción, de tal manera que puedan recuperar la inversión efectuada en la campaña política en cuestión⁸.

Otras formas de verificar cómo dentro de la contratación administrativa podemos encontrar prácticas que vulneran la transparencia que exige el Estatuto de Contratación para la celebración de contratos, se encuentran, ya no en la financiación privada de las campañas políticas, sino en el financiamiento estatal irregular de campañas electorales, mediante el manejo de entidades estatales por parte de grupos políticos producto del intercambio de favores entre el poder ejecutivo y el poder legislativo, en donde los representantes legales no trabajan por el interés general, sino para intereses particulares y especialmente para el político que lo “recomendó” en el cargo, dedicándose a la celebración de contratos que llevan implícita la obligación para el contratista de cancelar una suma de dinero por la respectiva adjudicación del contrato, comisión que va con destino a patrocinar la campaña política del político en mención⁹.

Por otra parte, existe una tercera distorsión que genera el financiamiento privado de campañas electorales o de candidatos, y es la patrocinada por los grandes grupos económicos, quienes no tienen ningún reparo en entregar recursos para bandos en-

contrados ideológicamente¹⁰, demostrando que su único interés es mantener un alto nivel de influencia sobre los políticos que patrocinan, a quienes después podrán utilizar cuando sus intereses particulares se vieran afectados por normas que pretendan expedir el poder legislativo o el ejecutivo¹¹, y así lo ha señalado la doctrina¹² reconociendo las consecuencias de obtener financiamiento privado de los grupos económicos, donde «... los que consiguieron el poder gracias al apoyo financiero de entidades o individuos privados se verían sometidos a la influencia de sus patrocinadores, con el consiguiente daño al interés general». Lo anterior es confirmado por FERNANDO CEPEDA ULLOA quien al respecto señala en su libro lo siguiente: «Y existe un tema no menos significativo que es el de la financiación de los grandes conglomerados o grupos económicos. Existe público reconocimiento al papel determinante que jugaron éstos en la financiación de las diferentes campañas políticas, en 1994. Ello habría ocurrido de manera similar en campañas anteriores. El propio presidente Samper ha reconocido en su declaración ante la Comisión de Acusación e Investigación del Congreso las gestiones que él mismo adelantó ante diversos grupos económicos para obtener una financiación cercana a los tres mil millones de pesos para la segunda vuelta de la campaña presidencial.

En el caso de esta financiación existen informes de prensa no controvertidos que indican hasta qué punto esta financiación ha dado lugar a legislación en favor de estos grupos, tanto en materia tributaria como en reglamentaciones relativas al nuevo régimen de participación privada en la prestación de servicios de televisión y telefonía»¹³.

Sin embargo, a pesar de las críticas que se puedan presentar al hecho de sostener que el financiamiento parcial de las cam-

pañías no resuelve los problemas de corrupción que todavía se gestan a su alrededor, la doctrina¹⁴ es unánime en sostener las virtudes del financiamiento parcial, cuando señala que la ayuda financiera estatal no puede hacerse cargo de toda la actividad política y por el contrario debe ser (como actualmente lo es) de manera parcial, a pesar de reconocer que con el financiamiento estatal se busca «...neutralizar la dependencia y subordinación en que las organizaciones políticas pueden situarse respecto de los núcleos privados de poder que les prodigan su apoyo económico y pueden valerse de él para derivar su malsana influencia», que se traduce –por supuesto– en influenciar los asuntos políticos o la exigencia de contraprestaciones vulnerando el interés general. En igual sentido se pronuncia JAIME BUENAHORA, quien señala que la financiación parcial de las campañas políticas por parte del Estado tiene por finalidad «democratizar» la competencia, pues de suprimirse permitiría que los grandes intereses económicos privados dirigieran los debates electorales, pero que sobre el financiamiento total estatal agrega: «También sería ilógico pretender que el Estado financiara todas las campañas, dadas las múltiples necesidades nacionales insatisfechas. La fórmula mixta, vigente entre nosotros, parece la más aconsejable»¹⁵. Finalmente, existen posturas más radicales que excluyen el financiamiento estatal por los inconvenientes que éste genera, pues causa resistencia entre los ciudadanos al sufragar adversarios políticos con los impuestos y, por otra parte, «dificulta el triunfo de los partidos pequeños».

El financiamiento total de las campañas por parte del Estado sigue siendo un tema controversial, y así se vio reflejado en las discusiones que sobre el mismo se presen-

taron con la última reforma constitucional fallida, en donde uno de los ponentes de la reforma proponía el financiamiento total de las campañas políticas para la elección del Presidente y de los integrantes de cada una de las Cámaras que conforman el Congreso de la República, dejando un financiamiento mixto para las otras corporaciones públicas, en tanto que algunos ponentes por el contrario no consideraban prudente que el Estado dedicara recursos públicos a las campañas políticas, y así quedó registrado en lo medios de comunicación¹⁶.

ANTECEDENTES

Con la expedición de la Ley 58 de 1985 se reguló el estatuto básico de los partidos políticos proveyendo lo necesario para el financiamiento parcial de las campañas electorales (arts. 12 y ss.) por parte de los particulares, en donde se le establecen limitaciones equivalentes a ese apoyo financiero al no poder realizar donaciones que superen los topes que sobre campañas electorales fijara la Corte Electoral. Igualmente la mencionada ley permite el financiamiento de particulares a varias campañas con la única limitación de que la suma de todas las donaciones efectuadas por una sola persona no podrían superar los límites que sobre aportes hubiera fijado la Corte Electoral.

Respecto de la publicidad, la ley estableció la obligación por parte del Estado de disponer gratuitamente de sus medios de comunicación para la difusión de programas y principios de los partidos o agrupaciones políticas debidamente registrados y, en época electoral, de la difusión de los programas de los candidatos durante los treinta días anteriores a las elecciones.

FINANCIAMIENTO DE PARTIDOS Y CAMPAÑAS POLÍTICAS

Con la expedición de la Constitución de 1991, se elevó a rango constitucional el financiamiento estatal de los partidos y campañas políticas, pero de una manera mixta, permitiendo la posibilidad de que los particulares puedan hacer aportes, siempre y cuando se respeten los topes que fije la ley sobre el particular.

Fue así como la Constitución Política dejó establecido en el artículo 109, que estaría a cargo del Estado la financiación para el funcionamiento y para las campañas políticas electorales de los partidos y movimientos políticos que tuvieran personería jurídica reconocida, y aquellos partidos o movimientos políticos que no tuvieran personería jurídica se podrían hacer acreedores a este beneficio cuando obtuvieran los porcentajes de votación que hubiera establecido la ley.

Respecto de los porcentajes de participación del Estado en los partidos y campañas políticas, la Constitución delegó en el legislador la limitación del monto de los gastos que los partidos, movimientos o candidatos puedan realizar en las campañas electorales, así como la máxima cuantía de las contribuciones particulares o privadas. Respecto de los gastos de las campañas, tanto de partidos como de movimientos y candidatos, se impuso la obligación de rendir públicamente cuentas sobre el volumen, origen y destino de sus ingresos.

Sobre la financiación de los partidos políticos, es importante resaltar que la Constitución Política en su artículo 111 estableció un derecho a favor de los partidos y movimientos políticos¹⁷, al permitir —a quienes ostenten personería jurídica y a los candidatos inscritos— el acceso a utilizar los medios de comunicación social del

Estado, siendo la ley la encargada de regular este derecho, y el Consejo Nacional Electoral el encargado de reglamentar la materia¹⁸. Con la expedición de la Ley 182 de 1995, por la cual se reglamentó el servicio de la televisión y se conformó la Comisión Nacional de Televisión, se le otorgó a ella igualmente competencia para reglamentar la utilización de los servicios de televisión operados por el Estado.

En cuanto a la reglamentación legal que exigió la Constitución Política respecto de la financiación de las campañas políticas, el Congreso de la República expidió la Ley 130 de 1994, la cual en su título IV reguló lo referente a la financiación estatal y privada de los partidos en los siguientes términos:

1. Financiamiento público de los partidos

De acuerdo con lo establecido en el artículo 12, le corresponde al Estado financiar el funcionamiento tanto de los partidos como de los movimientos políticos que, o tengan personería jurídica, o tengan representación en el Congreso de la República. Para ello la norma creó un fondo con ingresos equivalentes a ciento cincuenta pesos anuales por cada ciudadano inscrito en el censo electoral nacional, con la garantía de que dicho fondo no tendrá en ningún caso una suma inferior a dos mil cuatrocientos millones de pesos para el cumplimiento de su objeto y que podrá contar con ingresos adicionales producto de las multas creadas por la Ley 130.

Respecto de la distribución de los recursos del fondo para financiar los partidos, la ley estableció los siguientes criterios:

1. Una suma básica fija equivalente al diez por ciento (10 %) del fondo distribuida por partes iguales entre todos los parti-

dos y movimientos políticos, que será de libre inversión.

2. El cincuenta por ciento (50 %) entre los partidos y movimientos en proporción al número de curules obtenidas en la última elección para el Congreso de la República o para asambleas departamentales, según el caso, y que será de libre inversión.

3. Un diez por ciento (10 %) que la ley no determinó cómo se distribuiría.

4. El restante treinta por ciento (30 %) para contribuir a las actividades que realicen los partidos y movimientos para el cumplimiento de sus fines y el logro de sus propósitos.

2. Financiamiento público de los campañas

Señala el artículo 13 respecto del financiamiento de las campañas políticas, que le corresponderá al Estado la contribución a la financiación de las campañas electorales de los partidos y movimientos políticos, y de igual manera de los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que postulen candidatos, mediante el mecanismo de la reposición por votos válidos obtenidos.

1. Para la elección de Presidente de la República, se repondrá cada voto válido obtenido en la primera vuelta a razón de cuatrocientos pesos (\$400), y si se presenta una segunda vuelta, la reposición será de doscientos pesos (\$200) por cada voto. No tendrá derecho a la reposición de los gastos en que se haya incurrido con ocasión de la elección, en el evento que alguno de los candidatos a la Presidencia haya obtenido una votación inferior al cinco por ciento (5 %) de los votos válidos en la elección.

2. Para elección de los miembros del Congreso de la República, se repondrá cada voto válido depositado por la lista o listas

de candidatos inscritos a razón de cuatrocientos pesos (\$400). No tendrá derecho a la reposición de los gastos en que se haya incurrido por motivo de la elección, si la respectiva lista no hubiera obtenido por lo menos la tercera parte (1/3) parte de los votos depositados por la lista que haya alcanzado una curul con el menor residuo.

3. Para la elección a alcalde y concejales, se repondrá cada voto válido depositado por la lista o lista de los candidatos inscritos a razón de ciento cincuenta pesos (\$150). No habrá lugar a la reposición de los gastos en que se haya incurrido con ocasión de la elección tanto para alcalde como para los concejales bajo los mismos criterios que para Presidente y Congreso.

4. Para la elección a gobernadores y diputados a las Asambleas, se repondrá cada voto válido depositado por la lista de los candidatos inscritos a razón de doscientos cincuenta pesos (\$250). No habrá lugar a la reposición de los gastos en que se haya incurrido con ocasión de la elección tanto para gobernador como para los diputados a las Asambleas bajo los mismos criterios que para Presidente y Congreso.

5. Respecto de la contribución a las campañas para elegir las Juntas Administradoras Locales, la ley delegó en los Concejos Municipales tanto de los Municipios como de los Distritos dicha financiación, cuyo monto será determinado por éstos.

3. Financiamiento privado de los partidos y las campañas políticas

De acuerdo con lo previsto en el artículo 14, se permite el financiamiento privado de los partidos y de las campañas políticas, pero con la restricción de que los candidatos no podrán efectuar inversiones en sus respectivas campañas que sobrepasen los topes que para tal fin fije el

Consejo Nacional Electoral, suma que se establecerá seis meses antes de la respectiva elección. La consecuencia para los candidatos que no respeten los topes que haya fijado el Consejo Nacional Electoral se traduce en la negativa por parte del Estado de efectuar contribuciones públicas a sus campañas y la imposición de las multas correspondientes por el incumplimiento de esta regla de juego.

En lo relacionado con las donaciones que efectúen las personas jurídicas a las campañas electorales, estableció el artículo 16 que dichas donaciones deberán contar con la autorización expresa de la mitad más uno de los miembros de la junta directiva o de la asamblea general de accionistas o junta de socios, todo lo cual deberá quedar consignado en la respectiva acta.

4. Líneas especiales de crédito

Señala el artículo 17, que la junta directiva del Banco de la República ordenará a los bancos abrir líneas especiales de crédito con por lo menos tres meses de anticipación a las elecciones, con el objeto de otorgar créditos a los partidos y movimientos políticos, los cuales se garantizarán con la reposición de los gastos en que incurran los candidatos por parte del Estado, reposición que se efectuará al mes siguiente de la respectiva elección, pues de lo contrario se deberán reconocer los intereses que se hayan pactado con el banco respectivo.

Como vemos, la Ley 130 es un desarrollo exacto de la pretensión de la Constitución, cuanto propuso como regla el financiamiento mixto tanto de los partidos políticos como de las campañas políticas, estableciendo unas reglas igualitarias para efectos de limitar el aporte privado y, por el otro lado, solo reconociendo el aporte

estatal para las campañas políticas sobre los resultados electorales, castigando a aquellos que no hubieran obtenido el porcentaje mínimo que estableció la ley. Lo único criticable de la ley sería el haber establecido una suma fija en pesos para efectos de reponer cada voto obtenido por los candidatos, pues con los problemas de orden económico que vive Colombia actualmente, desvirtúan un reconocimiento real de lo invertido en las campañas, ya que la devaluación del peso colombiano no compensaría en la misma proporción los recursos invertidos. En este caso lo ideal sería que el componente en pesos se hubiera establecido en algún sistema que actualizara el monto a reponer por voto obtenido, como componentes en salarios mínimos, etc.; y esto considero debe ser revisado a futuro en las normas que se expidan, sobre todo ante la expectativa de una reforma constitucional propuesta por la administración del presidente ÁLVARO URIBE.

PROPUESTAS DE REFORMA CONSTITUCIONAL RELACIONADAS CON EL FINANCIAMIENTO DE CAMPAÑAS POLÍTICAS

El partido liberal en el actual periodo legislativo presentó un proyecto de Acto Legislativo, por el cual se adopta una reforma política constitucional, estableciendo lo siguiente en el artículo 5.º:

«Artículo 5.º. Financiación de los partidos políticos y las campañas electorales. El artículo 109 de la Constitución Política, quedará así:

«Artículo 109. El Estado contribuirá a la financiación del funcionamiento de las campañas electorales de los partidos políticos y movimientos políticos con personería jurídica.

Las campañas electorales para elegir Presidente de la República, serán financiadas en su integridad mediante la anticipación de recursos del Estado a través de los partidos y movimientos que representen, en los términos que fije la ley.

Las campañas electorales distintas a las mencionadas en el inciso anteriores, se financiarán en forma prevalente con recursos públicos, en los términos que fije la ley.

La ley establecerá las reglas a las que se someterá la financiación de las campañas electorales y podrá limitar el monto de los gastos que los partidos, movimientos o candidatos puedan realizar en las campañas electorales, así como la máxima cuantía de las contribuciones individuales. Los partidos, movimientos y candidatos deberán rendir públicamente cuentas sobre el volumen, origen y destino de sus ingresos».

De la lectura de la propuesta de reforma del partido liberal, encontramos que se pretende el financiamiento anticipado de la campaña electoral para elegir Presidente y se delega en la ley la definición del aporte estatal para las demás campañas de elección popular distintas a la de Presidente de la República.

ERNESTO MATA LLANA CAMACHO
Departamento de Derecho Constitucional
Universidad Externado de Colombia

1. FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER. *La modernización de los partidos políticos en Colombia*. Bogotá: Consejo Nacional Electoral, Unión Gráfica, 1996, p. 62.

2. CAMILO VELÁSQUEZ TURBAY. *Derecho Constitucional*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1998, p. 446.

3. RAÚL MORODO y PABLO LUCAS MURILLO DE LA CUEVA. *Ordenamiento Constitucional de los Partidos*. Univ. Nacional Autónoma de México, 2001, p. 166.

4. Señala JAIME BUENAHORA respecto de la desigualdad en la confrontación electoral producto del

financiamiento de las campañas electorales lo siguiente: «La competencia por el poder, que debería implicar una confrontación seria de partidos, programas y candidatos, por lo común se concentra en quienes tienen las posibilidades económicas para participar. Es innegable que el capital incide en buen número de curules congresales y altas posiciones del Estado. Esas grandes desigualdades financieras entre los participantes son una peligrosa afrenta contra el sistema democrático». JAIME BUENAHORA FEBRES-CORDERO. *La Democracia en Colombia. Un proyecto en Construcción*, 2.ª ed. Bogotá: Tercer Mundo, 1997, p. 324.

5. De conformidad con lo expuesto por JAIME BUENAHORA, existe un impacto negativo respecto de los recursos que se destinan para las campañas políticas y que expresa en los siguientes términos: «... Esa observación [se refiere a las actuales pequeñas clientelas] que podría considerarse en principio como un signo positivo de la evolución política colombiana, pierde fuerza porque no existen mecanismos adecuados para controlar los despliegues monetarios tendientes a implementar nuevas modalidades de captación de votos. Mientras ello no ocurra, el dinero seguirá siendo la principal herramienta de la clase política tradicional y los nuevos competidores no tendrán otra salida que someterse a sus reglas de juego». *Ibíd.*, p. 324.

6. Tal vez uno de los mayores flagelos que corroen al Estado colombiano se encuentra en la corrupción administrativa generada en la contratación estatal, en donde, en la repartición del ponqué burocrático, la clase política colombiana se asigna entidades estatales con el fin de repartir puestos y contratos, que en últimas van a beneficiar a partidos políticos, campañas electorales o candidatos en general.

7. Consideramos igualmente que la financiación privada genera una desigualdad importante dentro del juego de oportunidades para participar en una contienda electoral, por cuanto mientras que un candidato no se encuentre dentro del círculo de poder económico, difícilmente va a lograr una competencia justa, pues no va a tener los recursos suficientes que le permitan dar a conocer su propuesta política.

8. Para validar lo expuesto me remito a las informaciones de los medios de comunicación que anuncian los aportes privados a las campañas, revisando las firmas constructoras, para luego constatar con las entidades estatales que contratan obra pública y al cruzar información se puede encontrar que los beneficiados con los grandes contratos de obra pública coinciden con aquellos que aportaron a las cam-

pañías políticas, bien para la Presidencia de la República o para el Congreso.

9. Aquí vale la pena resaltar a manera de ejemplo un caso reciente de corrupción ocurrido en la Dirección Administrativa de la Cámara de Representantes, donde el director administrativo estaba trabajando para la campaña del representante a la Cámara y presidente, el señor ARMANDO POMÁRICO, pues de acuerdo con la indagatoria que rindió ante la Fiscalía, él se encontraba obligado a recaudar una suma equivalente a mil millones de pesos para la campaña política de POMÁRICO al Senado de la República. Así quedó registrado en el diario *El Tiempo*, en su edición del 15 de abril del año 2000: «se prendió el ventilador en la Cámara: «Si yo me voy, no me voy solo», les dijo el pasado 16 de marzo el ex director administrativo de la Cámara, SAÚD CASTRO, a varios amigos antes de salir de su oficina, tras revelarse el escándalo de la contratación irregular en esa corporación a fines del año pasado. Y efectivamente, CASTRO, quien hoy se encuentra recluido en la cárcel, no está dispuesto a quedarse solo. El ex director administrativo inculcó en su diligencia de indagatoria a varios parlamentarios, contratistas, miembros del Gobierno y hasta subalternos suyos en el caso de corrupción de la Cámara y que llevó a que el propio presidente PASTRANA presentara, a través de un referendo, la propuesta de revocatoria del actual mandato del Congreso. En la indagatoria, revelada anoche por el Canal Caracol, CASTRO CHADID dijo que a través de sus primeros abogados el ex presidente de esa corporación ARMANDO POMÁRICO RAMOS le había ofrecido 200 millones de pesos por guardar silencio frente a su responsabilidad en los escándalos de contratación [...] Según el mismo ex director administrativo, POMÁRICO le habría dicho que de la totalidad de la contratación debía quedarle una cifra de mil millones de pesos para su campaña política al Senado en las próximas elecciones del año 2002».

10. Así lo señala FERNANDO CEPEDA ULLOA en su libro cuando afirma: «... Y en su Testimonio Final, ya como presidente de la República (se refiere a ALFONSO LÓPEZ MICHELSEN), hizo importantes alusiones a este tema para mostrar cómo la práctica de las diferentes empresas era la de financiar por partes iguales, o muy similares, tanto al partido liberal como al conservador para denunciar las ventajas del dinero». FERNANDO CEPEDA ULLOA. *Financiación de campañas políticas*. Bogotá: Ariel, 1997, p. 63.

11. Un ejemplo de esta situación se presentó cuando el ministro RUDOLF HOMMES intentó en el Congre-

so la aprobación de una ley encaminada a revisar el impuesto sobre la cerveza, que generó una oposición fuerte en su momento por parte de algunos congresistas movidos básicamente por el grupo económico y así lograr finalmente que no se pudiera aprobar dicha revisión que afectaba los intereses particulares de dicho grupo. Como referencia se pueden consultar los informes de los distintos medios de comunicación donde relacionan los aportes a las campañas para elegir al Presidente o a los integrantes de las corporaciones públicas patrocinados por los grandes grupos económicos ampliamente conocidos.

12. ANTONIO MARÍA CALERO. *Partidos políticos y democracia*. Barcelona: Salvat, 1985, p. 85, citado por JORGE ORTEGA TORRES. *Código Electoral*, Bogotá: Temis, 1988, p. 113.

13. CEPEDA ULLOA. Ob. cit., p. 99.

14. VELÁSQUEZ TURBAY. Ob. cit., p. 449.

15. BUENAHORA FEBRES-CORDERO. Ob. cit., p. 330.

16. En el artículo del periódico *El Tiempo* publicado el 6 de abril de 2001, en las páginas 1 y 10, se escribió lo siguiente respecto de la financiación de las campañas políticas en la reforma a la Constitución que se encontraba en discusión en ese momento en el Congreso de la República: «El origen de la financiación de las campañas políticas, el desmonte de las facultades del Congreso para investigar a los magistrados de las altas cortes y la pérdida de investidura para el legislador que no acate las órdenes impartidas por su bancada se constituyen en los temas sobre los cuales no existe consenso entre los ponentes del proyecto de reforma política. Mientras tres de los ponentes recomiendan que la financiación de las campañas, tanto a la Presidencia de la República como al Congreso, la realice el Estado, los otros dos solicitan que la primera sea estatal y la segunda mixta. RODRIGO RIVERA, JESÚS PIÑACUÉ y JESÚS ÁNGEL CARRIZOSA presentaron ayer la ponencia mayoritaria, en tanto que el informe minoritario había sido radicado el miércoles pasado por los también senadores CLAUDIA BLUM y HÉCTOR HELÍ ROJAS. La Comisión I del Senado entrará, dentro de dos semanas, a estudiar ese proyecto. RIVERA defiende la propuesta de la financiación total estatal para la campaña al Congreso con el argumento de que ello pondrá en igualdad de condiciones económicas a los diferentes candidatos. «Con el ánimo de procurar la transparencia en el ejercicio de la política proponemos la financiación estatal plena para las campañas nacionales y preeminentemente pública (con un aporte de más de la mitad de su valor por parte del Estado) para las regionales y

locales», dice la ponencia de RIVERA y sus otros dos colegas. ROJAS no comparte esa apreciación y sostiene que frente a las difíciles condiciones económicas del país se “convertiría en un insulto para los colombianos obligarles a realizar aportes económicos para que unas personas lleguen al Congreso”. Por su lado, BLUM dice que establecer la financiación total de la campaña por parte del Estado conllevaría a que en un momento dado el Legislativo se convierta en un apéndice del Ejecutivo. “Es de-

cir que se perdería la total independencia del Congreso frente al Gobierno y ello no es sano para la democracia”».

17. Vinculamos este tema a la financiación de los partidos políticos, pues puede constituir una herramienta para reducir costos de funcionamiento de los partidos políticos respecto del conocimiento público de sus propuestas y en la divulgación de campañas políticas en épocas electorales.

18. Numeral 9.º del artículo 265 de la C. P.

