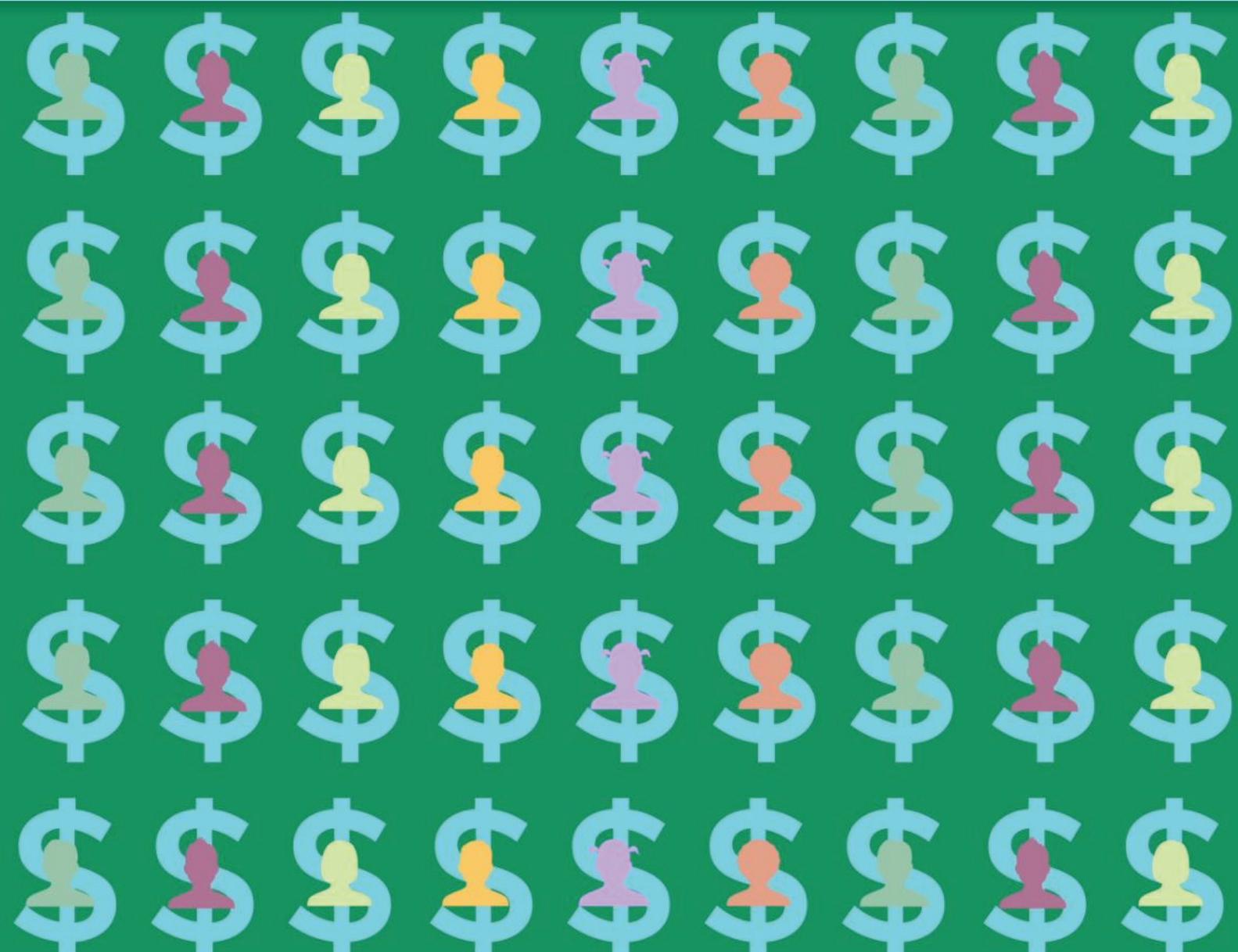


Aportes de campaña en internet Lecciones aprendidas de la primera implementación del Decreto 776/2015

Diciembre de 2015

Josefina Mignone | María Page | Rosario Pavese | Pablo Secchi



Introducción

Los partidos políticos necesitan dinero. Sin recursos que sostengan y solventen las campañas electorales, no hay forma de que los partidos generen propuestas competitivas y puedan mostrarlas al electorado.

En democracia, el financiamiento de la política requiere normas claras que garanticen la transparencia respecto del origen de los fondos y la equidad en las condiciones para acceder a los recursos. Conocer efectivamente quiénes financian una campaña es indispensable tanto para que los ciudadanos puedan emitir un voto informado como para permitir el control durante el ejercicio del funcionariado.

En la Argentina, la normativa de financiamiento político prevé un sistema de financiamiento mixto basado mayoritariamente en fondos públicos. Las limitaciones al uso de recursos privados conviven con una normativa bastante laxa respecto del uso de los recursos públicos con fines proselitistas. Este marco normativo se presenta en un contexto donde son pocos los partidos que cuentan con recursos de personal, experiencia o tecnología para recaudar fondos de campaña, y donde **el 90% de los aportes declarados por estas instituciones se realizan en efectivo.**

Al mismo tiempo, las nuevas tecnologías de la comunicación y la información permiten explorar nuevas modalidades de recaudación de fondos. Las experiencias de recaudación de fondos vía internet para las campañas electorales de Barack Obama en 2008 y 2012 y de Podemos en las elecciones de España de 2014 son algunos ejemplos. Promover la utilización de estas iniciativas entre los partidos contribuye a desalentar las donaciones en efectivo, generar mayores garantías respecto de la procedencia de los fondos, diversificar el origen de los aportes y permitir un acceso más equitativo a los recursos.

Por ello, CIPPEC y Poder Ciudadano solicitaron a la Dirección Nacional Electoral considerar la posibilidad de adecuar el marco normativo para incorporar nuevos mecanismos de aportes financieros privados a los partidos políticos.

En este marco, el decreto reglamentario 776 de 2015, firmado por la Presidente Cristina Fernández de Kirchner, introduce un cambio muy importante al sistema de financiamiento de la política en el país. Por un lado, permite que pueda utilizarse la tarjeta de crédito como medio de pago electrónico para efectuar aportes privados a los partidos políticos y alianzas. Por el otro, obliga a las entidades que administran las tarjetas a informar a las agrupaciones sobre el origen de los aportes permitiendo a estas últimas aceptar o rechazar la donación según lo deseen.

Tres efectos fundamentales derivan de este instrumento. En primer lugar, **fomenta la bancarización de las donaciones de los ciudadanos.** En segundo lugar, **contribuye a una estrategia de**

diversificación de los aportantes a los partidos políticos. En tercer lugar, **amplía las posibilidades de conocer la identidad del donante.** En el marco de esta reglamentación, algunos partidos políticos construyeron y gestionaron plataformas propias de donaciones por internet con el propósito de recaudar fondos para sus actividades ordinarias y para la campaña presidencial 2015. En base a estas experiencias y con el objetivo de consolidar la iniciativa de cara a próximas elecciones, este documento presenta las lecciones aprendidas de la primera implementación del Decreto 776.

El Decreto 776 en el marco del régimen de financiamiento de la política

En la Argentina, en el nivel nacional, el régimen de financiamiento de las campañas electorales está regido por el Código Electoral Nacional (Ley 19.945)¹ y la Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos (N° 26.215)². Este marco normativo es bastante completo. Sin embargo, carece de ciertas protecciones para una mayor transparencia y equidad en la competencia.

En el nivel provincial existe, en cambio, un vacío legal pronunciado. Así, por ejemplo, **sólo 5 de los 24 distritos tienen normativa que estipule tope a los gastos durante una campaña electoral.**

La normativa nacional prevé un sistema de financiamiento mixto (público-privado) basado mayoritariamente en fondos públicos. La ley contempla dos grandes actividades partidarias, objeto de financiamiento: desenvolvimiento institucional y capacitación y formación política, y campañas electorales. La regulación difiere según la actividad.

Los aportes públicos y privados comprenden ambas actividades. Para el caso de las actividades ordinarias del partido, existe un Fondo Partidario Permanente. El 20% lo recibe el Ministerio competente, el resto se asigna al desenvolvimiento institucional de los partidos. En períodos de campaña, los partidos y/o alianzas que se presentan en la elección reciben un aporte extraordinario de campaña (que varía según la categoría en la que compiten), un aporte para la impresión de boletas y espacios gratuitos en radio y televisión.

Por su parte, el aporte privado proviene de los afiliados al partido político, de otras personas físicas y jurídicas, y de rendimientos de su patrimonio y otro tipo de actividades. Sin embargo, según el artículo 44 bis de la Ley 26.215, **para las campañas electorales se prohíben los aportes provenientes de personas jurídicas, corporaciones y empresas.** Es decir que, actualmente, solo las personas físicas pueden realizar aportes privados a las campañas.

1 Disponible en: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/19442/texact.htm>

2 Disponible en: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/124231/texact.htm>

En este marco, se introduce el Decreto 776/2015³ que reglamenta el artículo 44 bis de la Ley de financiamiento de partidos políticos (N° 26.215) y sustituye el artículo 10 del Decreto 936 del 30 de junio de 2010⁴. **La reglamentación habilita a los partidos políticos y alianzas a recibir fondos por vía electrónica mediante tarjeta de crédito. Además, obliga a las entidades bancarias o administradoras de tarjetas de crédito o débito a informar a las agrupaciones sobre el origen de los aportes y a permitir su reversibilidad. Así, las agrupaciones políticas pueden aceptar o rechazar la donación recibida sin necesidad de expresión de causa.**

El marco legal argentino sobre financiamiento político contempla entonces cinco medios de pagos para realizar aportes: 1) transferencia bancaria; 2) cheque; 3) transferencia electrónica; 4) tarjeta de crédito o débito, y 5) efectivo. Asimismo, la normativa habilita “cualquier otro medio que permita la identificación fehaciente del donante”⁵.

En otros países, los aportes en efectivos son, en cambio, pocos frecuentes: un estudio de 54 países evidencia que en 21 casos los aportes en efectivo están prohibidos o limitados por ley⁶.

La reglamentación establece además, que los aportes efectuados mediante tarjeta de crédito pueden ser únicos o periódicos y que las entidades bancarias están obligadas a brindar la información necesaria que acredite la identidad del donante. **Conocer quiénes apoyan las diferentes campañas electorales, de dónde sale el dinero y en qué se invierte transparenta el proceso electoral.**

De esta manera, las donaciones no permitidas - como las contribuciones o donaciones anónimas, de entidades estatales, de personas físicas o jurídicas que exploten juegos de azar y extranjeras que no tengan residencia o domicilio en el país, de gobiernos o entidades públicas extranjeras, de asociaciones sindicales, patronales y profesionales y de personas obligadas a efectuar la contribución por sus superiores- pueden ser rechazadas por los partidos políticos.

Por qué fracasaron las experiencias previas al Decreto 776

En nuestro país, la utilización de nuevas tecnologías para la recaudación de fondos es una tendencia incipiente entre los partidos nacionales.

Antes de la implementación del Decreto 776, existieron algunas experiencias desarrolladas por el Partido de la Red en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la Coalición Cívica a nivel nacional.

En el marco de la campaña electoral del 27 de octubre de 2013 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Partido de la Red utilizó la plataforma virtual Ideame para recaudar donaciones a través de internet. El objetivo fue reunir dinero para la impresión de boletas. Así, se convirtió en el primer partido en utilizar herramientas digitales de financiamiento colectivo.

El balance de la experiencia fue ambiguo. Por un lado, el partido logró recolectar el monto de dinero que necesitaba para imprimir las boletas en unos pocos días. Sin embargo, como las campañas de recaudación tienen un plazo, el partido no pudo acceder al dinero recaudado hasta la fecha fijada para el final de la campaña. Por el otro, ante la ausencia de información respecto de la identidad de los donantes, el partido debió comunicarse telefónicamente con cada uno de los aportantes para confirmar sus identidades y presentarlas a la Justicia Electoral. No obstante, la Auditoría de la Ciudad de Buenos Aires afirmó, a partir del análisis del informe del Partido de la Red y según los términos del Artículo 15 de la Ley de Regulación y Financiamiento de Campañas Electorales (N° 268), no estar de acuerdo con la utilización de la plataforma.

La Coalición Cívica experimentó, en cambio, tres iniciativas distintas de microfinanciamiento. En una primera instancia y en el marco de la campaña electoral de 2011, buscó financiamiento mediante donaciones telefónicas y el uso de un 0-600. Sin embargo, se presentaron varios contratiempos. La Justicia Electoral no pudo identificar a los aportantes según los términos de la ley y los servicios telefónicos no aceptaron brindar los datos al partido. Por lo tanto, la Justicia Electoral de la Ciudad debió solicitarlos por orden judicial y prohibió, posteriormente, el uso de este sistema.

La segunda iniciativa se presentó durante la campaña electoral de 2009. En esta oportunidad, la herramienta utilizada fue el mensaje de texto. No obstante, solo una empresa de telefonía celular aceptó participar de esta experiencia. Además, hubo demoras en la gestión, que hicieron que el proyecto se concretara sobre la fecha de la elección.

Luego de estas experiencias, la Coalición Cívica implementó la tarjeta de crédito como medio de financiamiento para la campaña electoral 2011. Los problemas fueron varios. En primer lugar, las gestiones con las empresas de las tarjetas fueron muy complejas y el costo de transacción resultó alto en relación a los volúmenes recaudados. Por otro lado, la identificación del donante se presentó como un problema sin solución ya que las tarjetas de crédito se negaron a brindar la información de sus clientes al partido. El uso de este método de financiamiento terminó valiéndole a la agrupación un apercibimiento por parte de la Justicia.

³ Disponible en: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/245000-249999/246692/norma.htm>

⁴ Disponible en: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/165000-169999/168877/texto.htm>

⁵ Artículo 44 bis, Ley 26.215

⁶ Pippa Norris, Andrea Abel y Elisa Fennis (2015) Checkbook elections. Political finance in comparative perspective, Money, Politics and Transparency, Global Integrity.

Decisiones clave en el armado de plataformas online tras el Decreto 776

A partir de la introducción del Decreto 776 se resuelve la principal barrera para la utilización de los pagos con tarjeta como forma de recaudar aportes partidarios y de campaña. Las tarjetas están ahora obligadas a informar la identidad de los titulares de las cuentas de crédito desde donde se hacen las donaciones. Con unas reglas más claras, varias agrupaciones decidieron poner en funcionamiento sus propias plataformas. Encarar esta innovación requirió tomar algunas decisiones. A continuación se presentan algunas de ellas.

1. Utilizar una plataforma de donaciones colectivas disponible en el mercado o construir una plataforma propia. Existen dos opciones principales al momento de armar una plataforma de recaudación vía internet: utilizar una plataforma de donaciones colectivas disponible en el mercado o construir una plataforma propia.

Las plataformas de donaciones colectivas en internet (conocidas también como crowdfunding) pueden constituir una opción tecnológica económica y accesible para los partidos políticos interesados en buscar fuentes alternativas de financiamiento. En la Argentina, desde 2010, surgieron varias de ellas. Sin embargo, muchas desaparecieron al poco tiempo. En la actualidad, existen cuatro plataformas: Ideame, Nobleza Obliga, Donar Online y Panal de Ideas⁷.

La segunda alternativa consiste en desarrollar una plataforma propia de recaudación de fondos por internet. En 2015, cuatro partidos políticos utilizaron esta opción: PRO, UCR, CCARI y ECO.

2. Vincular la plataforma a la cuenta permanente del partido o a la cuenta de campaña.

Una segunda decisión a tomar consiste en determinar la vinculación a la cuenta permanente del partido o a la cuenta de campaña. Esto depende del objetivo de la plataforma. Esto es, si la recaudación es para el financiamiento ordinario del partido, para la campaña electoral, o ambas.

Si la idea es utilizar la plataforma para desarrollar nuevas formas de vinculación con el electorado, distribuir información a los simpatizantes y alentar otras formas de participación, además de la recaudación de fondos, lo lógico sería que el desarrollo estuviera vinculado a la cuenta del partido. Así lo hizo, por ejemplo, el PRO. Además, como la cuenta del partido funciona todo el año, esto permitiría desarrollar estrategias de fidelización para generar una fuente de aportes estable en el tiempo.

Sin embargo, los partidos consultados sostienen que no surge con claridad de la legislación vigente que sea posible, durante el período de campaña, hacer una transferencia desde la cuenta del partido a la cuenta de campaña para poder utilizar los recursos recaudados fuera del período de campaña, para actividades de la campaña electoral. En el marco de la campaña electoral de 2015 esto hizo que algunas agrupaciones presenten dudas sobre cómo proceder al respecto. Por otro lado, la vinculación a la cuenta de campaña tiene la desventaja de reducir el uso de la plataforma a una ventana de tiempo acotada y la condiciona, para el caso de las alianzas o frentes electorales, a los tiempos de apertura de la cuenta de campaña que se tramita únicamente en el Banco Nación.

3. Elegir un sistema de identificación del donante y detectar donaciones no permitidas.

En la medida en que la ley prohíbe los aportes anónimos en general, sólo permite que las empresas donen para el financiamiento ordinario pero no para el de campaña, y establece límites a las donaciones privadas de individuos y de empresas, cualquier sistema que se desarrolle debe tener en cuenta estas limitaciones e incluir mecanismos para identificar a los donantes. De otro modo la iniciativa podría aceptar fondos de fuentes no permitidas por la ley, algo que constituye un riesgo para el partido, la campaña y la imagen de los candidatos.

Además, poder identificar a los donantes permite alimentar y actualizar una base de contactos del partido o la campaña, una valiosa fuente de información para distribuir comunicaciones, reclutar voluntarios, organizar actividades y fomentar otras formas de participación y apoyo. Por este motivo, es recomendable incluir en la plataforma un breve formulario para relevar datos personales y de contacto (nombre, apellido, DNI, número de teléfono o correo electrónico). Por motivos de seguridad, algunas de las iniciativas implementaron mecanismos para acreditar la veracidad de la identidad mediante el uso de plataformas de validación de datos. Dado que el Decreto 776 habilita el rechazo de donaciones no permitidas, también es prudente incluir en el formulario las previsiones para detectar sujetos inhibidos, ya sean personas físicas o de existencia ideal.

4. Establecer montos de donaciones. La plataforma puede ofrecer opciones de montos fijos de donaciones o un botón que permita incluir el monto que uno desea donar. Si se tratara de una plataforma para el financiamiento ordinario, también puede incluirse la opción de donaciones mensuales, con el fin de fidelizar donantes.

⁷ Para más información sobre estos sitios web ver el documento "Plataformas de donaciones en internet y su potencial para la financiación de los partidos políticos", elaborado por CIPPEC y Poder Ciudadano.

Las experiencias de 2015. Los casos del PRO, CCARI, UCR y ECO

En 2015, cuatro plataformas de donaciones vía internet fueron desarrolladas por partidos políticos. Tres de ellas funcionan actualmente. Son los casos de las plataformas de los partidos PRO-Propuesta Republicana, Coalición Cívica para la Afirmación de una República Igualitaria y Unión Cívica Radical. La plataforma del frente Energía Ciudadana Organizada, desarrollada en el transcurso de la campaña electoral de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ya no se encuentra disponible.

Plataforma PRO⁸

El partido PRO desarrolló una plataforma de donaciones *on line* que permite realizar aportes ordinarios al partido desde un monto mínimo de \$50. Los aportes pueden realizarse en una única instancia o en forma periódica y mensual. Las tarjetas de créditos habilitadas para efectuar una donación son Visa.

La veracidad de la identidad del donante se certifica mediante la firma Veraz. A través de cuatro preguntas personales al aportante, el sistema cruza la información y corrobora la identidad.

Las donaciones procesadas por el sistema quedan sujetas a la aprobación del partido.

Plataforma Elisa Carrió-CCARI⁹

Al igual que el portal del partido PRO, la plataforma CCARI permite realizar aportes ordinarios al partido. Los montos pueden ser de 100, 500 o 1000 pesos y no se permiten tarjetas de crédito internacionales ni corporativas.

Los datos solicitados agrupan nombre y apellido del donante, y número telefónico.

Plataforma Sáenz-UCR¹⁰

La plataforma permite realizar donaciones de montos fijos entre 100 y 1000 pesos. Para efectuar el aporte, es necesario registrar correo electrónico, CUIL/CUIT, número de celular y código postal.

Plataforma Lousteau-ECO

La plataforma diseñada por el Frente ECO es un ejemplo de portales pensados a los fines del financiamiento de campañas electorales. Por tal motivo, la plataforma ya no se encuentra disponible.

Durante el transcurso de la campaña, la plataforma permitió realizar donaciones mediante pagos con tarjetas Visa y/o Mastercard. El aportante debía ingresar el monto que deseaba donar. Para ello, los datos solicitados eran nombre y apellido, correo electrónico y tipo y número de D.N.I.

Lecciones aprendidas de la primera implementación del Decreto 776

Existe un acuerdo generalizado entre representantes de partidos políticos, autoridades electorales y legisladores nacionales y provinciales acerca de la importancia de contar con fuentes de financiamiento político alternativas (en especial, aquellas que involucran la participación activa de la ciudadanía) y de que la tecnología puede ser un aliado útil y eficaz para generar vínculos con simpatizantes y potenciales votantes. En este contexto, **el microfinanciamiento se presenta como una opción capaz de asegurar no solo la transparencia sino también el acceso y la participación ciudadana.**

La posibilidad de realizar donaciones con tarjetas de crédito favorece a la transparencia electoral. Conocer la procedencia de los fondos es parte de ello. **Sin embargo, los cambios que introduce el Decreto 776 van más allá de la transparencia del sistema.** Las microdonaciones “ciudadanizan” el financiamiento y permiten a los partidos políticos profesionalizarse en materia de búsqueda de fondos y en su relación con los militantes a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

No obstante, la preocupación respecto de la distancia entre la normativa sobre financiamiento político y la realidad también encuentra consenso entre los actores involucrados. Esta idea se hace manifiesta en la práctica del financiamiento político y en las limitaciones que encontraron las experiencias del uso de plataformas de donaciones por internet. Esta percepción se refuerza al observar que, en materia de financiamiento político, Argentina es uno de los países que mayor distancia presenta entre la norma y la práctica¹¹.

Uno de los mayores problemas identificados refiere a la decisión de vincular la plataforma a la cuenta del partido o a la cuenta de campaña y las consecuencias que esa decisión puede tener para los usos posibles del dinero recaudado. Por un lado, si la idea es utilizar la plataforma para establecer nuevos vínculos con los simpatizantes del partido, fidelizar a los pequeños donantes e involucrarlos a través de otras formas de participación, el camino lógico sería vincular la plataforma a la cuenta del partido. Sin embargo, no queda claro en la normativa vigente si las recaudaciones obtenidas fuera del período de campaña por el partido pueden luego ser transferidas a la cuenta de campaña y utilizadas durante el período de campaña. Por otro lado, si la vinculación se hiciera con la cuenta de campaña se trataría de un mecanismo temporario, que no se podría utilizar hasta el momento de inscripción de las agrupaciones que

8 <https://www.pro.com.ar/donar/>

9 <http://elisacarrio.org/dona.html>

10 <https://donar.ucr.org.ar/>

11 Money, Politics and Transparency, Global Integrity, disponible on line en: <https://data.moneyandpoliticstransparency.org/>

compiten en la elección, estaría condicionado por los tiempos de la apertura de cuentas de campaña en el Banco Nación y sólo podría utilizarse hasta la fecha de la elección. En el caso de las alianzas, además, se necesita un acuerdo entre los partidos que la integran sobre las bocas de recaudación (¿una plataforma para la alianza o un botón en la página de cada partido?, por ejemplo) y la distribución de los fondos.

Además de estos problemas relacionados con las posibilidades que ofrece el marco legal vigente, existen otros obstáculos que los actores adjudican a la ausencia de una cultura de donaciones, a la reticencia por parte de los actores a realizar transacciones en línea y a la falta de información clara respecto de la implementación y uso de la nueva herramienta al interior de los partidos.

Durante el periodo de campaña, los montos de dinero recaudados por las agrupaciones políticas a través de las plataformas fueron limitados. Si bien aún no se conocen con certeza los montos recaudados, en ninguno de los casos los recursos obtenidos mediante las donaciones en línea parecen haber superado la inversión realizada para desarrollar el mecanismo y publicitarlo, un factor determinante para el volumen de donaciones que se puedan atraer mediante estas tecnologías.

No obstante, todos los principales partidos nacionales reconocen el potencial de esta herramienta y manifestaron su decisión de seguir desarrollando iniciativas de recaudación en línea en el futuro.

En síntesis, el Decreto 776 es un punto de partida para el microfinanciamiento político. Sin embargo, esta primera experiencia demuestra que hay aspectos que deben reforzarse para que la iniciativa pueda consolidarse en el marco del régimen de financiamiento de campaña y ordinario de modo de darle mayores incentivos a

los partidos para desarrollar este tipo de instrumento y buscar micro-donaciones. Entre estos aspectos se destacan:

1. Generar certezas y promover un decreto aclaratorio sobre la utilización del financiamiento partidario en las campañas electorales respecto del uso que se puede hacer de los fondos.

El marco normativo debe aclarar si los aportes recibidos por los partidos a través de las plataformas para el financiamiento ordinario pueden luego ser transferidos a la cuenta de la campaña electoral para ser utilizado en actividades de campaña. Esto permitiría a las agrupaciones políticas evaluar con mayor precisión cuáles son los usos que se le podría dar a los fondos recaudados vía internet y calcular la ecuación de costo beneficio para el desarrollo de las plataformas.

2. Sensibilizar a la ciudadanía respecto de las ventajas de las donaciones con tarjeta para la transparencia del financiamiento de la política.

Una de las enseñanzas que dejaron estas experiencias es que la mayor inversión que requieren estos instrumentos no se relacionan tanto con el desarrollo de la herramienta como con su difusión entre el público del que se busca atraer donaciones. En este sentido, las autoridades electorales podrían contribuir a aumentar la conciencia del público respecto de los beneficios de los aportes on line utilizando parte de los espacios de comunicación destinados a publicidad electoral para implementar campañas de sensibilización ciudadana.

3. Prevenir los aportes de fuentes prohibidas y actividades ilícitas.

Es necesario trabajar con las entidades bancarias para garantizar la seguridad de las transacciones implementando mecanismos que permitan detectar aportes de

Bibliografía

Ferreira Rubio, Delia (2012) Financiamiento de los partidos políticos en Argentina: Modelo 2012», en: Elecciones, 2012, enero-diciembre, v. 11, n.º 12, pp 99-122.

Norris, Pippa, Abel Andrea y Fennis Elisa (2015) Checkbook elections. Political finance in comparative perspective, Money, Politics and Transparency, Global Integrity, disponible on line en: http://moneypoliticstransparency.org/static/img/MPT_WEB_FINAL_spreads.pdf

Money, Politics and Transparency, Global Integrity, disponible on line en: <https://data.moneypoliticstransparency.org/>

Normativa

Código Electoral Nacional (Ley Nº 19.945). Disponible en: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/19442/texact.htm>

Decreto 776/2015. Disponible en: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/245000-249999/246692/norma.htm>

Decreto 936/2010. . Disponible en: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/165000-169999/168877/texact.htm>

Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos (Nº 26.215). Disponible en: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/124231/texact.htm>

Sitios web consultados

Donar Online. Sitio web: <https://donaronline.org/>

Ideame. Sitio web: www.idea.me/

Nobleza Obliga. Sitio web: www.noblezaobliga.com/

Panal de Ideas. Sitio web: panaldeideas.com/

Plataforma Elisa Carrió-CCARI. Sitio web: <http://elisacarrio.org/dona.html>

Plataforma PRO. Sitio web: <https://www.pro.com.ar/donar/>

Plataforma Sáenz- UCR . Sitio web: <https://donar.ucr.org.ar/>

Acerca de los autores

Josefina Mignone es coordinadora de proyectos del programa Instituciones Políticas de CIPPEC. Licenciada en Ciencia Política (Universidad de Buenos Aires) y estudiante de la Maestría en Ciencia Política (Universidad Torcuato Di Tella).

María Page es coordinadora del Programa de Instituciones Políticas de CIPPEC. Licenciada en Ciencia Política, Universidad de Buenos Aires (UBA).

Rosario Pavese es directora de instituciones políticas y gobierno de Poder Ciudadano, Capítulo Argentino de Transparencia Internacional. Licenciada en Ciencia Política (Universidad de Buenos Aires) y Maestranda en Análisis, Gestión y Derecho Electoral (Universidad de San Martín).

Pablo Secchi es director ejecutivo de Poder Ciudadano, Capítulo Argentino de Transparencia Internacional. Licenciado en Ciencia Política (USAL) y Maestrando en Análisis, Gestión y Derecho Electoral, de la Universidad de San Martín. Trabaja temas de transparencia institucional y lucha contra la corrupción. Focaliza su interés académico especialmente en la transparencia en el financiamiento de las campañas electorales. Fue consultor para el Carter Center, Electoral Reform International Service, y Transparencia Internacional, entre otros.

Los autores agradecen a **Agustín Frizzera** (Partido de la Red), **Alejandro Tullio** (Director Nacional Electoral), **Alicia Ciciliani** (Partido Socialista), **Ana Ferrero** (Sumá +), **Bernardo Saravia Frias** (Unión Cívica Radical), **Ceciloia Ferrero** (Coalición Cívica), **Eduardo Cergnul** (Frente Renovador), **Enrique Jasid** (Partido de los Trabajadores Socialistas), **Facundo Fernández** (Frente Renovador), **Fernando Sánchez** (Coalición Cívica), **Gabriel Mihura Estrada** (Frente Renovador), **Gerardo Milman** (Partido GEN), **Guillermo Riera** (PRO), **Hernán Gonçalves Figueiredo** (Cámara Nacional Electoral), **Jorge Landau** (Partido Justicialista), **Juan Belvis** (Unión Cívica Radical), **Juan F. Salvio** (Frente para la Victoria), **Juan Pablo Álvarez Echague** (Subsecretaría de Gabinete Bonaerense), **Laura Alonso** (PRO), **Leonardo Sinistri** (Movimiento al Socialismo – MAS), **Marcelo Ferreira** (GEN), **María Cecilia Ferrero** (CCARI), **María Cristina Girotti** (PCP), **María Elena Barbagelata** (Partido Socialista), **María Luz Etcheberry** (Partido Justicialista), **María Soledad Longhi** (Dirección Provincial Electoral), **Maricel Etchecoin** (Coalición Cívica), **Pablo Morra** (Movimiento Libres del Sur), **Paola Costabella** (Dirección Nacional Electoral), **Ricardo Vázquez** (Partido GEN), **Sandra Muratore** (Unión Cívica Radical), **Sebastián Galmarini** (Frente Renovador), **Sebastián Schimmel** (Cámara Nacional Electoral), **Silvia Venennatto** (Unión PRO), **Simón Milman** (Izquierda por una opción Socialista), **Sofía Vannelli** (Frente Renovador), **Virginia Fariña** (Izquierda por una Opción Socialista) y, a los miembros del Consejo Asesor **Samuel Issacharoff**, **Delia Ferreira Rubio**, **Alan Clutterbuck**, **Fernando Frydman** y **Betilde Muñoz-Pogossian**, por su apoyo y acompañamiento a lo largo del proyecto. Además, a los entrevistados por su tiempo y dedicación.



CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento) es una organización independiente, apartidaria y sin fines de lucro que trabaja por un Estado justo, democrático y eficiente que mejore la vida de las personas. Para ello concentra sus esfuerzos en analizar y promover políticas públicas que fomenten la equidad y el crecimiento en la Argentina. Su desafío es traducir en acciones concretas las mejores ideas que surjan en las áreas de **Desarrollo Social, Desarrollo Económico y Estado y Gobierno** a través de los programas de Educación, Salud, Protección Social, Política Fiscal, Integración Global, Justicia, Transparencia, Gestión Pública, Incidencia, Monitoreo y Evaluación, y Ciudades.

Poder Ciudadano es una fundación apartidaria y sin fines de lucro que lidera el trabajo por el buen gobierno del Estado, la transparencia en el manejo de la cosa pública y el compromiso por vigorizar las instituciones de la democracia. Su misión es la promoción de la participación ciudadana, la transparencia, y el acceso a la información pública para fortalecer las instituciones de la democracia a través de la acción colectiva. Para ello trabaja sobre tres áreas: **Instituciones Políticas y Gobierno, Acción Ciudadana y Justicia.**