

CANDIDATOS VISIBLES, PANAMÁ

I. FICHA TECNICA

Nombre de la herramienta: Candidatos Visibles.

Descripción breve: Es la publicación de un suplemento que circula a nivel nacional con importante información de los candidatos a elección popular, para que los electores los conozcan y tengan suficiente marco de referencia al emitir el voto.

Cuando y donde se implementó la herramienta: Panamá – 1999. Sólo se ha aplicado una vez en este país. Se aplicó, entre otros, en Argentina, Colombia, Ecuador y Guatemala.

Organización responsable: Fundación para el Desarrollo de la Libertad Ciudadana – Capítulo de Panamá de Transparencia Internacional.

Tipo de proceso: Elecciones generales para la Presidencia, la Asamblea Legislativa, alcaldías, diputados del Parlamento Centroamericano (PARLACEN), representantes de corregimiento y concejales.

Alianzas: Diario La Prensa, estudiantes universitarios voluntarios, empresa Kaizen Technologies Inc., dedicada al diseño de sitios en Internet, y asesoría del Capítulo Nacional de Transparencia Internacional de Argentina - Poder Ciudadano.

Entrenamiento: El capítulo recibió asesoría a través de organizaciones que pertenecen a TILAC y a la Red Interamericana para la Democracia, quienes los capacitaron para poder replicar esta experiencia en Panamá.

Problema que enfrenta: Apatía y desconocimiento del electorado.

Área de trabajo: Elecciones.

Estrategia de Publicidad: El lema que se escogió fue “Candidatos Visibles, para que los políticos den la cara”.

Contactos: Cualquier información adicional puede solicitarse a Angélica Maytín Justiniani, Directora Ejecutiva de la Fundación para el Desarrollo de la Libertad Ciudadana. Tel. + (507) 229 4207/13, fax +(507) 229 0294, e-mail tipanama@cableonda.net

II. OBJETIVOS

Abrir y profundizar canales de participación ciudadana para que el sistema democrático se consolide y fortalezca.

Mejorar la representación política, fomentando la responsabilidad ciudadana frente al ejercicio del sufragio y dando a conocer a los electores los antecedentes de quienes aspiran a representarlos.

Instaurar transparencia y la rendición de cuentas como una responsabilidad de las autoridades electas, frente a sus electores.

III. CONTEXTO

El Código Electoral de Panamá otorga privilegios a los partidos políticos, como la facultad exclusiva de postular candidatos para Legisladores y Presidente de la República. Además, la ley electoral otorga a los partidos beneficios económicos, como el denominado subsidio electoral, para cubrir gastos de publicidad, entre otros y que ascendió a 15 millones de dólares, en el proceso electoral de 1999.

También se crean situaciones que promueven que los partidos impongan sus candidatos y que el electorado escoja sin profundizar en los méritos sociales de los aspirantes a puestos de elección. En adición a esto impide una sana competencia e igualdad de oportunidades, si confrontamos los beneficios con que gozan los partidos, en comparación con los derechos de los ciudadanos que no son miembros de organizaciones políticas.

Además, la Fiscalía Electoral de Panamá ha investigado casos de compra de votos e inscripción de adherentes a partidos, a cambio de dinero y promesas.

También ha sido preocupante el despilfarro de recursos en que incurren los partidos políticos y los candidatos durante las campañas.

Estos mecanismos perpetúan la estadia de las mismas clases políticas y representan un impedimento para las nuevas alternativas electorales, sobre todo las que pueden surgir desde fuera del panorama partidista, y con menos recursos que los partidos.

En 1999 el país se encontraba en un momento de efervescencia electoral, ya que existían grandes expectativas para escoger el presidente que enfrentaría temas como la reversión del Canal; el aprovechamiento, cuidado y mantenimiento de las áreas revertidas, la administración de las finanzas públicas, altos niveles de pobreza y desempleo, y demás flagelos sociales presentes.

Antes estas condiciones es necesario promover un voto consciente, para mejorar la calidad de las autoridades a elegir. De manera que la ciudadanía debe evaluar los antecedentes y programas políticos de los candidatos, para luego tomar una decisión racional, donde los hechos tengan más peso que las promesas de campaña y la influencia de la propaganda política.

Esta herramienta se enmarca dentro de las aspiraciones de la Fundación de incentivar la participación ciudadana en la vida política del país, procurando la acción responsable durante los procesos electorales, la mejor selección de los candidatos y la vigilancia de la conducta de los servidores públicos.

IV. IMPLEMENTACIÓN

Alianzas:

Veinte estudiantes universitarios de Derecho y Periodismo (voluntarios) estuvieron dirigidos por el equipo de la Fundación. Los voluntarios realizaron el trabajo de entrevistar

a los aspirantes a puestos de elección, y en otros casos dejarle el formulario para que luego el candidato lo entregara.

Poder Ciudadano, Capitulo Nacional de Transparencia Internacional en Argentina, dirigió talleres para desarrollar bases de datos y financió 2 000 dólares. El dinero fue utilizado para el desarrollo de la base de datos y los gastos de transporte y sustento de los voluntarios que viajaron al interior del país.

La Fundación contó con el apoyo del diario La Prensa, empresa periodística que donó sus servicios de diagramación, armada, fotomecánica, color, fotocomposición, en fin todos los servicios que se requieren para elaborar un suplemento tipo tabloide de 56 páginas, con un tiraje de 35,000 ejemplares. La empresa también donó los recursos para organizar la rueda de prensa del lanzamiento de la herramienta. Incluso un caricaturista donó su arte para la portada del suplemento.

Kaizen Technologies Inc., con quien se suscribió un convenio para divulgar el proyecto en Internet que actualmente puede ser consultado en www.elecciones99.com

Diseño de formularios: Se elaboró un cuestionario con las preguntas que deberían contestar todos los candidatos, en base a un patrón que suministró Poder Ciudadano.

El cuestionario se dividió en ocho áreas:

Datos personales

Educación

Historial laboral

Actividades políticas

Organizaciones a las que pertenece y actividades comunitarias

Situación patrimonial del núcleo familiar

Antecedentes judiciales

Relación con los ciudadanos.

El encabezado del cuestionario informa el cargo al que aspira y la alianza o partido que lo postula. También se pedía una foto al candidato. (En el Anexo 1 puede ver el cuestionario completo)

Entrega y recolección de la información: Una vez diseñado el cuestionario, una persona de la Fundación se encargó de solicitar las citas con los candidatos, para que los voluntarios hicieran las entrevistas y entregaran los formularios. Se explicó a los candidatos el procedimiento de trabajo de la herramienta “Candidatos Visibles” y el candidato que accedía a participar dejaba constancia de aceptación voluntaria.

Los voluntarios entregaron los formularios personalmente a los candidatos. Los candidatos los contestaban en presencia de los voluntarios o podían devolverlo después. En total se distribuyeron formularios a 176 candidatos en todo el país, de los cuales 130 lo regresaron 130, pero se publicaron 106.

Los comicios en Panamá son generales, de manera que en un solo proceso se escogen las personas que ocuparán los 760 cargos titulares de elección popular. Entre los 12 partidos existentes en 1999 postularon un total de 6922 candidatos (las cifras no incluyen

los suplentes). Ante esta significativa cantidad de candidatos, se limitó la implementación de la herramienta a los candidatos presidenciales, legisladores y alcaldes.

Primero se pensó en incluir a los candidatos de las cabeceras de las nueve provincias del país, pero la cantidad seguía siendo mucha. Por lo cual, finalmente se escogieron jurisdicciones que representaran diversos sectores sociales (según las condiciones socioeconómicas de sus habitantes y si son rurales o urbanas).

Desarrollo de base de datos:

Una persona de la Fundación transcribió literalmente la información contenida en los formularios. Para minimizar las posibilidades de error, hubo un proceso de comparación de la información levantada con la escrita por los candidatos para certificar que todos los datos coincidieran. Los candidatos tuvieron que firmar las declaraciones para afirmar la validez de la información.

Publicación:

La principal publicación de la herramienta fue el suplemento que circuló con el diario La Prensa. El limitado espacio del suplemento solo permitió publicar la información de los 106 candidatos que entregaron sus formularios de primero.

Un total de 24 candidatos entregaron sus formularios tarde, por lo cual no pudieron incluirse en el suplemento impreso, pero si se difundieron en la página web www.elecciones99.com. Este sitio en Internet de la herramienta se iba actualizando a medida que los candidatos iban entregando sus formularios.

Los nombres de los 46 candidatos que nunca devolvieron sus formularios fueron publicados en la última página del suplemento impreso de Candidatos Visibles. A pesar de los múltiples esfuerzos realizados, fue imposible obtener información de los tres candidatos presidenciales.

La portada del suplemento tenía un diseño elaborado por un caricaturista de La Prensa, con el nombre y tema de la herramienta, además de los nombres de las instituciones que participaron. En la página 2 se publicó una explicación de la herramienta, los pasos de la implementación, y los créditos de los participantes en el proyecto, incluyendo los voluntarios. De la página 3 a la 55 había información sobre los candidatos (2 candidatos por página) y en la contraportada el listado de los candidatos que no devolvieron sus formularios.

Divulgación: El rol de los medios de comunicación es básico. Desde un comienzo se planeó realizar una rueda de prensa para presentar el proyecto a nivel nacional, para ello se invitaron a las radioemisoras, televisión y prensa. Además de La Prensa, otros diarios como Crítica Libre publicaron noticias con titulares como: “Promueven proyectos para dar a conocer perfil de los candidatos en comicios 99”.

Además se publicaron caricaturas, columnas de opinión y se difundieron noticias en radioemisoras y televisoras.

V. RESULTADOS

Resultados positivos

Se publicó información de 106 candidatos, que representan el 60% de los formularios que fueron distribuidos, lo cual se puede considerar alto por ser la primera versión de la herramienta.

Para muchos candidatos el suplemento “Candidatos Visibles” fue el único recurso con que contaron para difundir sus propuestas electorales.

Los electores se informaron sobre aspectos de la vida personal, profesional, pecuniaria y política de las personas que aspiraban a representarlos, lo cual supone un marco de referencia más amplio para poder decidir racionalmente a quién elegirían.

Posteriores mensajes recibidos confirman que los ciudadanos se sintieron identificados con los objetivos del proyecto y propusieron replicarlo en futuros comicios.

El proyecto fue considerado como novedoso y tuvo buena acogida, el resultado general es positivo teniendo en cuenta los objetivos trazados por la Fundación

Resultados negativos

Aunque medios de comunicación difundieron noticias sobre la publicación del suplemento con información de candidatos, algunos sectores opinaron que la divulgación del proyecto debió ser con más antelación. Esta percepción puede ser el resultado del siguiente punto.

El Tribunal Electoral hizo entrega de la lista oficial de candidatos sólo dos meses antes de las elecciones. Pero dos meses son muy poco tiempo para gestionar la cita, distribuir los formularios, recibirlos, desarrollar la base de datos y publicar la información.

Como el espacio del suplemento era limitado, solo se pudo incluir la información de los primeros 106 candidatos que entregaron sus formularios. Esto originó reclamos por parte de los candidatos que entregaron sus formularios tarde, porque no fueron incluidos en la publicación.

Deserción masiva de los voluntarios, porque el desarrollo de la herramienta coincidió con el periodo de exámenes finales, lo cual causó retrasos el cronograma original.

Problemas para ubicar a los candidatos para solicitarle una cita, con el propósito de entregarle el formulario. En muchos casos los partidos políticos entorpecieron la labor, al negarse suministrar información sobre sus candidatos, como los números telefónicos y localización de sus residencias.

También se enfrentó el problema de la indiferencia y disgusto de algunos candidatos, que consideraron que la herramienta era una violación a su intimidad. Las preguntas que causaron mayor molestia fueron las relacionadas con la situación patrimonial del candidato y su familia. No obstante, se consideró que las molestias es consecuencia de la novedad de esta petición ciudadana, aunque otros agradecieron su inclusión.

Un total de 14 candidatos, de los 106 que figuraron en el suplemento, no entregaron sus fotografías.

VI. RECOMENDACIONES

Quizás se cometió el error no delimitar, desde un inicio, las jurisdicciones que serían objeto de la herramienta, por la ambición de realizar este proyecto a nivel nacional con una abundante cantidad de candidatos.

Para realizar un proyecto a nivel nacional se hace necesario contar con muchos recursos humanos y económicos, por ello se aconseja concentrarse en una área geográfica o una provincia en particular.

La experiencia indica que se hace necesario tener planes de contingencia desde el comienzo de la planeación del ejercicio para cada una de las etapas.

Descripción: Jean Marcel Chéry

Anexo 1

Cuestionario

Cargo al que aspira:

Alianza o partido que lo postula:

Datos Personales:

Lugar de Nacimiento

Fecha de Nacimiento:

Estados Civil:

Hijos:

Cónyuge:

Condición del domicilio particular:

Domicilio profesional:

Domicilio comercial:

Educación:

Nivel alcanzado:

Post grados:

Otros estudios:

Becas obtenidas:

Publicaciones:

Historia Laboral:

Profesión / ocupación

Ocupación actual:

Antecedentes laborales

1.- Sector público:

2.- Sector privado:

Actividades políticas:

Partido Actual:

Fecha de afiliación:

Cargos partidarios:

Otros cargos ejercidos:

Otros activismos partidistas y fechas:

Organizaciones a las que pertenece y actividades comunitarias:

Situación patrimonial del núcleo familiar:

Monto aproximado:

Forma en que lo adquirió:

Ingreso mensual y composición:

Cuentas bancarias:

Domicilio durante últimos 20 años:

Automóviles:

Otros bienes muebles:

Propietario de Sociedades Anónimas:

Integración en Sociedades Mercantiles:

Antecedentes judiciales:

Estados con usted:

Procesos penales:

Procesos de familia:

Relación con los ciudadanos:

Dirección de contactos:

Mecanismos de participación ciudadana: