

Derechos electorales

Un espacio de divulgación de los derechos políticos de los ciudadanos y ciudadanas dominicanos.



Clientelismo e integridad electoral

EDDY OLIVARES

El principal desafío que afrontan en la actualidad los administradores de las elecciones es el de garantizar la integridad electoral, la cual ha sido definida por la Red de Conocimientos Electorales ACE, como “un conjunto de normas basadas en principios, medidas y mecanismo democráticos, para la protección de elecciones libres y transparentes”.

Para lograr que las elecciones sean equitativas, libres, justas y transparentes, es necesario superar, entre otras prácticas de corrupción electoral, una que juega un papel estelar en la determinación de los ganadores de las elecciones: el **clientelismo**.

La tarjeta solidaridad, bonoluz, bonogas, las nominillas, las exoneraciones, así como todas las actividades clientelares del gobierno y la oposición, deben ser monitoreadas permanentemente, para evitar que puedan ser utilizadas en perjuicio de la integridad de las próximas elecciones.

En su **Enciclopedia de la Política**, **Rodrigo Borja**, ha definido el clientelismo como “un estilo de hacer política que consiste en generar **fidelidades y gratitudes** en grupos de la población a cambio de favores que les dispensan u ofrecen los políticos. Es la formación o fomento de esos grupos para respaldo de las acciones políticas, electorales o de gobierno. Algunos la han definido como el cambio de votos por bienes o servicios”.

Esta práctica se remonta al **Antiguo Imperio Romano**, en el cual los hombres de poder tenían clientes que les servían y obedecían a cambio, principalmente, de protección.

En ese contexto, **Quinto Tulio Cicerón**, en ocasión de la campaña en la que su hermano **Marco Tulio** fue elegido como cónsul de Roma, elaboró un Breviario de campaña electoral, en el que se refiere a la importancia de los clientes para el proceso de elección, aconsejándole al mismo tiempo acompañarse siempre, por el prestigio que confiere, de la mayor cantidad posible de individuos.

Todo parece indicar que para las elecciones del 15 de mayo del 2016, el clientelismo, sumado al **asistencialismo del Poder Ejecutivo, el Legislativo y los ayuntamientos**, volverá a jugar un rol decisivo en la escogencia de los **cargos de elección popular**.

Esto resulta previsible, con tan solo examinar el **Barómetro de las Américas del 2014**, el cual contiene la información de que la República Dominicana superó en clientelismo a Argentina, Venezuela y México, los tres países con más arraigo clientelar de América Latina, motivado en que el 31.5 por ciento de los ciudadanos dijeron conocer personas que habían recibido una oferta clientelista, el 24.4 por ciento afirmó haber recibido directamente tal oferta y el 37.1 por ciento haber recibido una oferta clientelar en campaña o conocer a alguien que recibió tal oferta.

Si perjudiciales son las ofertas que, con sus propios recursos, hacen los candidatos a los electores, mucho más lo son las provenientes del asistencialismo del gobierno, los beneficios de los alcaldes municipales y la ayuda de los legisladores, mediante los que se compran los votos de los electores en perjuicio de la integridad del proceso electoral. Esta forma de corrupción electoral, por tratarse del uso ilegal de bienes públicos en provecho del partido, tiene la agravante de violar el artículo 47 de la Ley Electoral, al tiempo de causar inequidad en perjuicio de los demás adversarios.

Por lo tanto, la tarjeta solidaridad, bonoluz, bonogas, las nominillas, las exoneraciones, así como todas las actividades clientelares del gobierno y la oposición, deben ser monitoreadas permanentemente, para evitar que puedan ser utilizadas en perjuicio de la integridad de las próximas elecciones.