

LA FUNCIÓN FISCALIZADORA EN EL SISTEMA DE PARTIDOS POLÍTICOS EN NUEVO LEÓN: AVANCES Y RETOS

Gabriela Salazar González

Presentación

El presente trabajo tiene como objetivo hacer una revisión y análisis de las recientes reformas electorales en materia de fiscalización a los partidos políticos en el estado de Nuevo León, con el fin de detectar avances y retos futuros en este importante tema para la vida democrática del estado.

Partimos del supuesto de que los partidos políticos son protagonistas de la vida política, entidades de interés público que deben rendir cuentas claras sobre los recursos públicos y privados que reciben, tanto para su actividad ordinaria como en materia de campañas electorales. El tema de la fiscalización es fundamental para el desarrollo y consolidación de una democracia, ya que éste es un instrumento que refrenda la credibilidad en el sistema de partidos, que son la base para el funcionamiento del sistema electoral y el sistema político en conjunto. Woldenberg¹ apunta en este sentido que el tema es importante no sólo para los partidos, sino para la legitimidad y salud del sistema democrático mismo. «El problema constituye un riesgo claro que puede llegar a institucionalizarse, inhibir la participación y provocar desinterés en la competencia democrática».

Daniel Zovatto incluso afirma que la falta de una clara fiscalización y transparencia de los partidos políticos tiene relación directa con el desencanto democrático: «Los escándalos de corrupción profundizan el repudio que amplios sectores sociales sienten respecto a la política y los políticos, generando incluso condiciones que afectan la estabilidad y gobernabilidad política» (2003).

El presente trabajo está estructurado en tres partes:

- a) En la primera parte se revisan los antecedentes del tema en el estado de Nuevo León y, de manera sintética, las principales

1 Presentación al trabajo *Dinero y contienda político electoral. Reto de la democracia*. México, Zovatto, Daniel et al. (2003), FCE.

modificaciones a los procesos de fiscalización a los partidos políticos llevadas a cabo mediante la última reforma a la Ley Electoral del Estado de Nuevo León (julio, 2008). Aquí también señalamos qué diferencias existen respecto a la legislación electoral anterior.

- b) En la segunda parte se exponen los temas pendientes que aún presenta la fiscalización a partidos políticos, a fin de que sea un proceso completo, transparente y congruente, tanto en la forma como en el fondo.
- c) En la última parte se delinear algunas propuestas concretas que pueden coadyuvar a lograr las metas planteadas en el punto anterior.

La reforma electoral de 2008 en materia de fiscalización

En 2008,² se realizó la última reforma a la Ley Electoral del Estado de Nuevo León que contiene importantes reformas a los procesos de fiscalización a los partidos políticos.

Antes de introducirnos al tema de la fiscalización, veamos que los partidos políticos son receptores de importantes cantidades de recursos públicos, que posteriormente deben ser revisados por la autoridad electoral. A continuación se muestran los recursos públicos entregados a los partidos políticos en Nuevo León a través de dos vías: el financiamiento ordinario y el financiamiento para gastos de campaña:

Tabla 1. Financiamiento público ordinario total a partidos políticos N.L. 1997-2009

Año	Monto global anual
1997	\$ 11,960,165.88
1998	\$ 11,969,278.48
1999	\$ 14,634,654.50
2000	\$ 13,790,070.00

2 La reforma fue publicada en el *Periódico Oficial del Estado* el 11 de julio de 2008.

2001	\$ 18,208,675.56
2002	\$ 19,815,198.48
2003	\$ 22,636,155.45
2004	\$ 22,554,447.48
2005	\$ 24,640,029.46
2006	\$ 27,393,624.48
2009	\$ 32,939,811.00

Tabla 2. Financiamiento público para campañas electorales en N.L. 1997-2009

1997	\$ 11,086,469.02
2000	\$ 15,836,088.00
2003	\$ 22,411,345.26
2006	\$ 27,393,624.48
2009	\$ 33,631,547.03

El tema de la fiscalización no ha sido nuevo en el estado, de hecho, desde 2001 existe un registro importante de lineamientos y procedimientos impulsados por el organismo electoral estatal para tratar de mejorar el marco regulatorio de la fiscalización y la transparencia del sistema de partidos.

En 1997, se emitieron los primeros lineamientos generales para la fiscalización.³ En 2001, se hizo una revisión de los mismos y se introdujeron temas fundamentales relativos a las erogaciones de los partidos y se diseñaron por primera vez formatos, instructivos y procedimientos claros para la presentación de los informes. Una nueva reforma a dichos

³ Cabe recordar que el organismo electoral fue ciudadanizado al 100% en el año de 1996. A partir de ese momento, importantes reformas en todos los ámbitos vinieron a modificar el marco regulatorio del sistema electoral.

lineamientos se efectuó en octubre de 2004, misma que reguló los procesos electorales del año 2006. Finalmente, la reforma electoral de 2008 introduce importantes cambios en materia de fiscalización a los partidos políticos, mismas que ya fueron aplicadas en el proceso electoral de 2009 y que a continuación se detallan, destacando la importancia de cada una de ellas y haciendo una breve comparación con la legislación anterior:⁴

a) Ampliación de las facultades de fiscalización del organismo electoral (CEE)

Una de las más grandes problemáticas prevalecientes en materia de fiscalización era la ausencia de facultades legales que tenía el organismo electoral. La legislación electoral anterior era bastante escueta, y en general, dejaba desprovisto al órgano revisor para llevar a cabo sus tareas. En la reforma de 2008, dichas facultades se amplían en consideración, lo cual permite una mayor autoridad y facilidades a la CEE para la revisión y fiscalización de informes a los partidos políticos:

- Facultad a la CEE para que pueda solicitar la intervención de la Unidad de Fiscalización de los Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral, en caso de ser necesario, para superar la limitación establecida por los secretos bancarios, fiscal y fiduciario.
- Facultad para emitir un reglamento en materia de fiscalización y comprobación. Para el proceso electoral de 2009 se elaboraron tres nuevos reglamentos: *Reglamento de fiscalización de los recursos de los partidos políticos*, *Reglamento de fiscalización de los recursos de los partidos políticos que formen coaliciones*, *Reglamento de los procedimientos administrativos en materia de fiscalización*.⁵ La reglamentación viene a sustituir legalmente a los Lineamientos, que si bien eran aprobados por el pleno de la CEE, ahora los actuales reglamentos tienen sustento jurídico directamente en la Ley Electoral.

4 Las reformas a los procedimientos de fiscalización en la nueva ley electoral comprenden desde el artículo 49, 51 Bis 1, Bis 2, Bis 3, Bis 4, Bis 5, Bis 6, Bis 7, 52 Bis y 52 Bis 1, Bis 2 y Bis 3 de la Ley Electoral del Estado.

5 Pueden consultarse en la página oficial de la CEE, www.cee-nl.org.mx (Marco jurídico/reglamentos).

- La CEE podrá solicitar a los partidos información complementaria a los informes presentados.
- Facultad para ordenar auditorías a las finanzas de los partidos, así como visitas de verificación a lo dicho en los informes.
- Facultad para celebrar convenios con el IFE en materia de fiscalización.
- Facultad para requerir de las personas físicas o morales, públicas o privadas, la información necesaria para el cumplimiento de sus tareas, en relación con las operaciones que realicen con los partidos políticos.

b) Creación de una Dirección especializada en fiscalización

Una autoridad revisora competente y profesional es indispensable en el proceso de fiscalización.⁶ En este punto, otra de las reformas es la creación de la Dirección de Fiscalización, dependiente de la Coordinación Técnica Electoral, en el marco de la estructura orgánica de la CEE. Anteriormente, las tareas de fiscalización las realizaba la Dirección de Administración, apoyada por despachos contables externos. Si bien la ley actual sigue permitiendo la contratación de despachos auditores externos, contar con una Dirección específica permite especializar las funciones fiscalizadoras y conformar un equipo de expertos dentro del propio organismo electoral.⁷ Esta nueva Dirección es la que de forma directa implementa los procedimientos de fiscalización y es la encargada de presentar los dictámenes finales al pleno de la CEE. Existe además una Comisión de Vigilancia del Financiamiento Público de los Partidos Políticos, integrada por comisionados ciudadanos.

6 Zovatto (2003) apunta al respecto que: «Contar con una autoridad independiente y profesional capaz de controlar eficazmente el uso del dinero en la política es clave para fortalecer la necesaria transparencia en materia de financiación».

7 Nuevo León era hasta antes de la reforma de 2008, uno de los pocos estados de la república que no contaba con una Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos. Tanto el IFE como la mayoría de los consejos electorales locales tienen un área directiva especializada en la entrega y supervisión de las prerrogativas a los partidos. Esto permite unificar las acciones de fiscalización en una sola instancia administrativa.

c) Inclusión de informes trimestrales y de precampañas en la fiscalización

En la legislación anterior a la reforma, los partidos políticos estaban obligados a presentar dos tipos de informes: Informes anuales de sus gastos ordinarios e Informes de gastos de campaña. con la reforma electoral, los partidos políticos tienen además la obligación de presentar informes de sus precampañas e Informes trimestrales en época no electoral. la siguiente tabla muestra los tipos de Informes, los plazos para su presentación, así como el contenido general que deben tener los reportes.

Tabla 3. Tipos de Informes de Gastos de los Partidos Políticos en la legislación actual

Tipo de informe	Plazo de presentación	Contenido del informe
Informes Trimestrales	30 días después del ejercicio trimestral No aplica en años electorales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingresos y egresos
Informes Anuales de Gastos Ordinarios <ul style="list-style-type: none"> ▪ (Incluye a las asociaciones políticas) 	60 días después del año. (antes 90 días)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingresos y egresos ▪ Situación patrimonial
Informes de Precampañas	30 días después de concluida precampaña.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingresos y egresos de cada precampaña (por candidato)
Informes de Campaña	60 días después de jornada electoral (antes 90 días)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un informe por cada campaña ▪ Origen, monto y destino de los gastos de campaña (operativos y de propaganda)

Si bien los Informes Trimestrales de los partidos políticos son de gran utilidad, pues permiten ir haciendo revisiones y auditorías parciales a los partidos sin tener que esperar a que termine el año del

ejercicio, éstos no son obligatorios en los años de elecciones, época en que la fiscalización es aún más importante, ya que los partidos reciben una más alta cantidad de recursos públicos.

d) Establecimiento de plazos legales para efectuar la fiscalización

Otro de los vacíos de la ley anterior era que no fijaba un plazo legal para la terminación del procedimiento integral de fiscalización. Esto implicaba que éste podía tardar meses, pues dependía tanto del trabajo de los auditores, como de los hallazgos que fueran encontrando. Por otro lado, esto repercutía en la transparencia, pues los informes sólo podían hacerse públicos una vez concluido el procedimiento, pudiendo llegar a tardar entre seis meses y hasta un año después de un proceso electoral u ordinario.

Las reformas de 2008 establecen, en cambio, que para la revisión de los Informes anuales y de precampaña, la Dirección de Fiscalización tiene 60 días (es decir dos meses) y para los informes de campaña tiene 120 días (es decir cuatro meses).

También contempla el hecho de otorgar a los partidos políticos el derecho de audiencia dentro del procedimiento y un plazo de 10 días que puede ampliarse a 15, para que hagan las aclaraciones y rectificaciones que consideren pertinentes en sus informes.⁸

Una vez concluido el lapso para la revisión por parte de la Dirección de Fiscalización, ésta cuenta con un plazo de 20 días para presentar el Dictamen consolidado y un plazo de tres días (después de concluido el dictamen) para presentarlo a la CEE para su aprobación o rechazo.

En el siguiente gráfico se muestra cómo el procedimiento global puede tardar aproximadamente 100 días (un poco más de tres meses) en el caso de los Informes anuales y de precampaña y 145 días (cinco meses) para los Informes de campaña, lo cual representa un considerable avance en cuanto a la reducción de tiempos para que el organismo electoral concluya las tareas de fiscalización y por ende, un plazo menor para que la información relativa a los gastos ordinarios y de campaña puedan ser difundidos hacia la comunidad mediante los procedimientos de transparencia.

8 El derecho de audiencia también se contemplaba en la legislación anterior.



e) Reducción de plazos para que los partidos políticos presenten sus informes

Como se aprecia en la Tabla 3, los plazos para que los partidos políticos y coaliciones presenten sus Informes tanto Anuales como de Campaña, se acortaron pasando de 90 días en la legislación anterior, a 60 días en la actual. Esto favorece de igual manera a que el proceso de fiscalización antes descrito comience antes y coadyuva a reducir los tiempos totales del mismo.

f) Reglamentación detallada sobre procedimientos de fiscalización

En los reglamentos antes citados se detallan de manera puntual los principales procedimientos que deben seguir los partidos políticos para la fiscalización de la que serán objeto. Entre las disposiciones más importantes señalamos la obligación de que los partidos cuenten con un órgano interno encargado de presentar los Informes, así como tener una estructura administrativa especial para tales fines, establecimiento de procedimientos de registro

contable, estados financieros, egresos, ingresos, aportaciones en especie y donativos. Se especifica además, la forma en que deben regular y registrar las aportaciones de simpatizantes, militantes, rendimientos financieros, pagos, transferencias, procedimientos de verificación, de auditoría, de conservación de comprobantes y dictámenes, entre otras.

Como puede observarse en los puntos anteriores, la reforma trae avances significativos en la parte *procedimental de la fiscalización*, sin embargo, prevalecen deformaciones de fondo que se presentan como desafíos para próximas reformas y especialmente, para un abierto debate respecto a la consolidación del sistema de partidos en Nuevo León.

Los temas pendientes de la fiscalización

a) Fiscalización basada en Informes

El origen de la problemática de la fiscalización a partidos políticos es que ésta tiene como objetivo *solamente* la revisión de Informes o Reportes presentados por los partidos políticos. La fiscalización parte del supuesto de que *todos los gastos* realizados por los partidos políticos se plasman en el Informe presentado.

La presentación de Informes supone por lo menos las siguientes implicaciones:

- Que en primera instancia, el organismo electoral *solamente* revisará y fiscalizará lo reportado en el Informe presentado por el partido.
- Que en caso de encontrar graves irregularidades podría indagar más allá del Informe, lo cual es un mero supuesto, ya que ni en la legislación electoral nueva ni en los reglamentos expedidos, se especifica cuándo y *bajo qué* criterios la autoridad electoral podría llegar a buscar información o allegarse de datos para investigar a fondo los recursos erogados por un partido político, más allá del reporte.
- La obligación de presentar un Informe de gastos no se contrapone a que, en realidad, *puede gastarse más* de lo que se reporta en el Informe.⁹

9 Más adelante revisaremos por qué es relativamente sencillo para un partido político gastar más de lo que reporta.

Esta última implicación tiene que ver con el siguiente tema ligado a la fiscalización, que es el de topes de gastos de campaña.

b) Topes de gastos de campaña

Los topes de gastos de campaña son establecidos por la autoridad electoral y tienen el propósito de fijar un límite razonable de recursos a ser utilizados por los partidos políticos en las campañas electorales. Los topes de campaña incluyen tanto el financiamiento público como privado de los partidos. Se establece un tope de campaña para cada una de ellas, es decir, uno para la elección de la Gubernatura, uno para cada distrito electoral (26) y uno por cada municipio (51).

Los topes de campaña se determinan de acuerdo a ciertos criterios fijados en el artículo 144 de la Ley Electoral del Estado de Nuevo León (en adelante LEENL), entre los cuales se encuentran: los índices de inflación, la cantidad líquida fijada para los topes de gastos de campaña para las elecciones locales y federales en la entidad durante la elección anterior, el número de electores, el número de secciones, el área territorial, la densidad poblacional y la duración de la campaña.

Lo que queda comprendido dentro de los topes de campaña (Artículo 142 de la LEENL) son los gastos de propaganda (bardas, volantes, artículos utilitarios, etc.), los gastos operativos de campaña (salarios a personal de campaña, rentas, viáticos), los gastos de propaganda en medios impresos y los gastos de producción de mensajes de radio y televisión. No están incluidos dentro de los topes, los gastos *ordinarios* del partido político.

Si analizamos bien este punto y lo relacionamos con el anterior (presentación de Informes), vemos que en realidad los topes de campaña sirven para fijar un tope para la presentación de Informes de campaña, lo cual no es lo mismo que fijar un tope de gastos; es decir, los topes funcionan para que los partidos conozcan la cantidad límite que deben poner en sus reportes, que no necesariamente constituye lo que se gastó. El mecanismo de Informes y topes constituye el verdadero aspecto nodal de la fiscalización a partidos políticos, ya que, los partidos políticos pueden gastar mucho más de lo presentado en Informes y fijado en los topes, debido a que existen varios tipos de propaganda y

gastos que pueden ser fácilmente disfrazados u omitidos, tanto por la naturaleza misma de la propaganda en cuestión, como por la ausencia de una vigilancia estricta sobre dichos mecanismos de publicidad y difusión.

c) Gastos fuera de los Reportes

Propaganda difícil de auditar

Existen una serie de gastos de campaña (que la misma ley cataloga como gastos de propaganda) tales como pinta de bardas y mantas, artículos utilitarios, bardas, volantes, equipo de sonido, entre otros:

Gastos de propaganda: son las erogaciones realizadas por la pinta de bardas y mantas, impresión de volantes y pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares ... (Artículo 142, fracción I de la LEENL).

Por la naturaleza de dichos artículos, éstos son materia propicia para aparecer maquillados u omitidos en los informes, ya que para el organismo electoral o los auditores sería humanamente imposible vigilar todo evento político, contar la totalidad de artículos utilitarios (vasos, plumas, gorras, llaveros, etc.) para comprobar que efectivamente los informes presentados reportan la realidad de lo gastado.

Lo más próximo que se podría hacer para fiscalizarla sería un muestreo por cada campaña electoral, lo cual también puede ser una titánica tarea si tenemos en cuenta que por cada partido político puede llegar a haber de manera simultánea 78 campañas distintas.

Por otro lado, tampoco favorece esta revisión el hecho de que los Informes trimestrales que fueron incluidos en la reforma electoral de 2008, no sean aplicados justamente en el año electoral, que es precisamente cuando la mayor cantidad de recursos públicos son entregados y erogados por los partidos en este tipo de gastos. Los Informes trimestrales o incluso las revisiones y verificaciones «sorpresa» en el año electoral podrían en determinado caso, alertar a la autoridad electoral sobre el manejo real de

recursos en este tipo de propaganda, que hoy por hoy, y bajo las condiciones actuales, permanecen bajo un escaso control y son un nicho ideal para gastar más allá de lo permitido.

Gastos de televisión

Con la reforma electoral, se dispuso de manera explícita que los partidos políticos no podían comprar publicidad en radio y televisión para sus campañas electorales, sino que la publicidad política sería adquirida por el IFE a través de los tiempos de Estado:

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular (Artículo 41, Constitución federal).

Con esta medida se trató de eliminar la inequidad que prevalecía en las campañas electorales propiciada por el monopolio que llegó a ejercer la televisión en materia de campañas políticas (videopolítica).

La disposición anterior deja clara la prohibición de compra de publicidad o de tiempos «en cualquier modalidad de radio y televisión», hecho que incluiría espacios que no son considerados como publicidad política (*spots*), sino también espacios como noticieros, de entrevista, programas de análisis, de reportaje, de revista, de entretenimiento, etc.

La norma de prohibir la compra de *spots* pudo haber provocado que dicha adquisición de tiempos se trasladara al campo de los noticieros y demás espacios similares en televisión, como lo puede mostrar un monitoreo realizado por una empresa especializada y que el periódico *El Norte* publicó unos días antes de las elecciones.

Según el estudio, el candidato del PRI a la Gubernatura, Rodrigo Medina apareció un 250% más que el candidato del PAN, Fernando Elizondo. En la siguiente tabla se muestran los principales resultados de dicha investigación.

Tabla 4. Síntesis de estudio sobre presencia de candidatos en los medios de comunicación en las campañas 2009

Candidato	Rodrigo Medina	Fernando Elizondo
Programas de variedad	5 horas 41 minutos	21 minutos
Noticieros	2 horas 58 minutos	2 horas 25 minutos
Deportivos	1 hora 03 minutos	0
Total	9 horas 42 minutos	2 horas 46 minutos
Apariciones totales: 92	67 78% de las apariciones totales	25 27% de las apariciones totales

La nota expone además que:

El candidato a la Gubernatura de la coalición Juntos por Nuevo León salió en más programas de diferentes canales televisivos de Monterrey y durante un mayor tiempo que su contrincante del PAN, en una proporción de 3.5 contra 1. Esto significa que por cada minuto en que Elizondo apareció en televisión, Medina tuvo 3.5 minutos, es decir un 250 por ciento más que el panista. Desde el 3 de abril, cuando arrancó la campaña, hasta el 22 de junio, el priista acaparó más de 9 horas de televisión en vivo, y por el contrario, el abanderado panista sólo rebasó las 2 horas, de acuerdo con un reporte de la empresa Orbit Media, S.A. de C.V. El monitoreo, que se denominó «Control de Entrevistas y Presentaciones de Programas en Vivo», está enfocado en los candidatos priista y panista a la Gubernatura, pero también incluye las apariciones de las esposas de ambos abanderados, Gretta Salinas de Medina y Verónica Ortiz de Elizondo. [...] Orbit Media es una empresa de monitoreo de medios de comunicación –tanto en áreas de seguimiento publicitario como de contenidos informativos–, que revisó las apariciones de los candidatos en Televisa Monterrey, Multimedia Televisión y TV Azteca (*El Norte*, 2 de julio 2009).

Lo anterior representa una evidencia que puede ser revisada por el organismo electoral, ya que es muy probable que las

erogaciones que antes se hacían en spots se hayan trasladado al terreno de la televisión en otro tipo de programas.

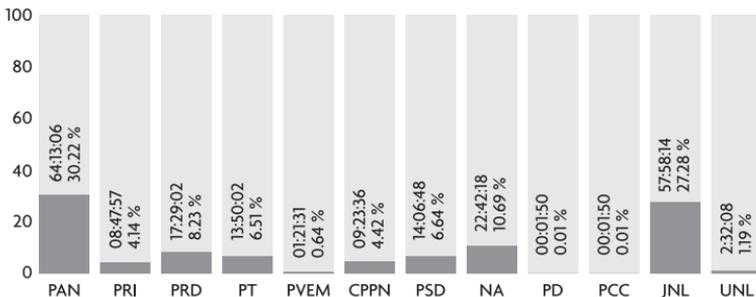
Actualmente, el organismo electoral realiza un monitoreo de la cobertura mediática de los partidos políticos en los medios de comunicación, según el artículo 81 fracción XXVI de la LEENL:

Realizar monitoreos de los medios de comunicación referentes a noticias de prensa, radio, televisión y en general todo medio de comunicación masivo, para conocer el espacio y tiempo dedicado a la cobertura informativa de los partidos políticos y de sus candidatos; el resultado de dicho monitoreo será dado a conocer por lo menos una vez al mes a los partidos políticos, mediante informe escrito y a la opinión pública, por medio de la publicación trimestral del mismo en algún periódico de los que tengan mayor circulación en la entidad.

En el reporte trimestral presentado por la CEE que comprende los meses de abril a junio (periodo en el que se realizaron las campañas electorales) señala que en televisión hubo un total de 212: 28:22 horas dedicadas a todos los partidos políticos, de las cuales, el PAN obtuvo 64 horas 13 minutos y el PRI, 8 horas 47 minutos, lo cual es un resultado contrario al estudio presentado por *El Norte*. Es importante subrayar que en el monitoreo realizado por la CEE no hay distinción sobre si el tiempo reportado corresponde a partidos políticos como tales (notas institucionales de los partidos, dirigentes, etc.) o a información relativa a campañas y candidatos, por lo que se deduce que está todo incluido en el monitoreo.

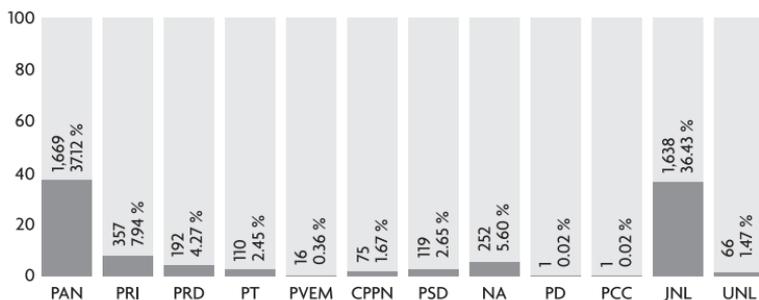
TELEVISIÓN (en horas)

Tiempo total: 212:28:22 horas



TELEVISIÓN (Cantidad de notas)

Cantidad total: 4,496 notas



Los canales monitoreados fueron: Canal 2, Canal 7, Canal 12, Canal 34 y TVNL

Fuente: Monitoreo trimestral CEE abril-junio de 2009.

Página electrónica: www.cee-nl.org.mx

En todo caso, el tema se presta para hacer una revisión a fondo al dispositivo legal de este tipo de monitoreo, ya que puede convertirse en una importante herramienta de fiscalización a los partidos políticos, especialmente en tiempos de campaña electoral.

Propuestas en materia de fiscalización

Como se ha expuesto en este documento, la fiscalización presenta notables avances en lo que se refiere a la parte *procedimental*; sin embargo, quedan importantes temas a discusión y análisis que permitirán una fiscalización completa, integral y transparente, que responda al principio de rendición de cuentas de manera eficaz. En este último apartado se delinearán algunas acciones que pueden coadyuvar al mejoramiento del marco legal de la fiscalización:

a) Incluir revisiones parciales y continuas en las campañas electorales

Una herramienta indispensable para la eficaz fiscalización es que durante las campañas electorales se practiquen revisiones constantes a los partidos políticos, antes de que éstos presenten su Informe de Gastos de Campaña, 60 días después. Las revisiones de fiscalización a precampañas y campañas electorales deben practicarse durante las campañas.

Esperar el Informe a *posteriori*, cuando ya concluyó por completo la campaña e incluso se retiró la propaganda¹⁰ visual (cartelera, bardas, etc.) coloca a la autoridad electoral en una clara dificultad para comprobar que lo reportado en el Informe sea lo realmente gastado, ya que la evidencia ha desaparecido por completo. Por otro lado, según las nuevas disposiciones legales, los partidos políticos tienen la obligación de contar con un órgano o departamento administrativo y contable dedicado exclusivamente a la administración y reportes de fiscalización de los partidos, por lo que no habría dificultad para que pudieran hacerse dichas revisiones parciales.

b) Monitoreos muestrales a la propaganda

Como ya lo señalamos, existe un tipo de propaganda con características que parecen muy difíciles de revisar y auditar. Sin embargo, la autoridad electoral puede practicar monitoreos o revisiones muestrales de dicha propaganda, como bardas, panorámicos, mantas, volantes, eventos políticos y artículos utilitarios durante las precampañas y campañas electorales que le permitan contar, al menos, con alguna parte de la evidencia de los gastos erogados en este tipo de publicidad y propaganda. Monitoreos con evidencias gráficas como fotografías o videos ya son practicados por empresas especializadas, que si bien no comprenden el universo total, sí pueden contar con muestras estadísticas confiables que permitan comparar la evidencia con los Informes presentados por los partidos.

c) Monitoreo especializado a radio y televisión

Resulta también necesaria una revisión al monitoreo a partidos políticos en los medios de comunicación que actualmente realiza el organismo electoral, ya que éste puede ser una herramienta muy valiosa para detectar a tiempo posibles irregularidades o desvío de recursos de campaña a espacios prohibidos por la ley. En este caso, el monitoreo deberá distinguir entre información institucional de partidos políticos e información de campañas electorales para poder tener un universo claro de la información relativa a campañas. Por otro lado, puede también monitorear el

10 Los partidos políticos tienen 30 días después de la jornada electoral para realizar el retiro total de propaganda electoral (Artículo 136 de la Ley Electoral del Estado).

tiempo dedicado a cada campaña en cada tipo de programa televisivo, desde noticieros, mesas de debate, entrevistas, reportajes, etc. Actualmente hacer este tipo de especificaciones en el monitoreo de medios es relativamente sencillo, ya que empresas especializadas lo pueden realizar de acuerdo a los parámetros y criterios fijados por el organismo electoral.

Conclusión

Hemos revisado en este documento cómo el tema de la fiscalización resulta crucial para lograr y conservar la confianza y credibilidad en el sistema de partidos políticos. A su vez, contar con esta legitimidad asegura una mayor gobernabilidad y legitimidad del sistema democrático en su conjunto. La fiscalización se presenta entonces como un tema de vital importancia para alcanzar los ideales democráticos. Aunque en Nuevo León vemos serios avances en esta materia, éstos se han enfocado a la parte procedimental de las revisiones, dejando de lado los temas clave y estructurales del proceso de fiscalización. Es necesario un análisis a fondo de los componentes básicos del procedimiento para que en conjunto, autoridades electorales y partidos políticos diseñen un proceso completo, integral y confiable que otorgue credibilidad al sistema y consolide el proceso democrático.

REFERENCIAS

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. (2009). [Recuperado en la base de datos del Instituto Federal Electoral en: <http://www.ife.org.mx>.].
- Ley Electoral del Estado de Nuevo León*. (2009). México: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.
- Memorias y Estadísticas Elecciones Nuevo León 1997*. (1998). México: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.
- Memorias y Estadísticas Elecciones Nuevo León 2000*. (2000). México: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.
- Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2003*. (2003). México: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.
- Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2006*. (2006). México: Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

Zovatto, Daniel. (2003). *Dinero y contienda político electoral. Reto de la democracia*. México: FCE.

El Norte. (2009). [Recuperado en: <http://busquedas.gruporeforma.com/elnorte/Documentos/Documentos/Impresa.aspx>].