

RESPUESTA CONSOLIDADA SOBRE FINANCIAMIENTO DE CANDIDATAS EN PAÍSES MUSULMANES

Esta respuesta consolidada se basa en investigación realizada por el equipo de iKNOW Politics y contribuciones presentadas por las siguientes especialistas de la red: Boutheina Gribaa, asesora de Proyecto, y Giorgia Depaoli, coordinadora del Proyecto “Fortalecimiento del Liderazgo Femenino y Participación en la Política y en la Toma de Decisiones en Argelia, Marruecos y Túnez”, implementado por el Instituto Internacional de Investigación y Capacitación de las Naciones Unidas para la Promoción de las Mujeres (UN-INSTRAW) en asociación con el Centro de la Mujer Árabe de Capacitación e Investigaciones (CAWTAR); Shabnam Mallick, asesora de Programa del PNUD para los Estados Árabes; y Roula Attar, directora nacional residente del Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (NDI) en Jordania.

Pregunta

Dadas las restricciones en los países musulmanes, ¿cómo recaudan fondos las mujeres para sus campañas políticas? ¿Hay estrategias o leyes que ayuden a las candidatas a obtener acceso a financiamiento para sus campañas? — Asli Mona

Introducción

En muchos países musulmanes, las mujeres no son financieramente independientes y tienen que depender de sus esposos o familiares varones, como padres o hermanos, para el mantenimiento de la familia. En algunos países musulmanes ni siquiera se permite a las mujeres ser dueñas de tierras o propiedades. Tales condiciones complican la participación de las mujeres en la política y hacen extremadamente difícil el financiamiento de sus campañas políticas. Hablando sobre las experiencias de las mujeres en el mundo musulmán, Shabnam Mallick, asesora de Programa del PNUD para los Estados Árabes, menciona que la mayoría de candidatas recaudan su dinero no mediante recursos proporcionados por gobiernos o agencias de desarrollo, sino a través de redes personales de financiamiento tales como conexiones familiares, fuentes tradicionales de riqueza comunal y prestigio social (Opinión de especialista, 2008). Si una mujer no tiene el apoyo de su familia, le es muy difícil cubrir gastos de campaña recaudando fondos externamente. La falta de medios financieros es citada como una barrera fundamental para las mujeres que buscan roles de liderazgo político en Indonesia, según el diagnóstico de los Programas

de los Partidos Políticos para Mujeres realizado por el Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (NDI). El diagnóstico señala lo siguiente:

“Incluso cuando una mujer tiene cierto nivel de fortaleza financiera, muchas veces se ve trabada por su rol socialmente subordinado que puede ocasionar la negativa de su esposo a apoyar las aspiraciones políticas de su esposa” — (2008. p. 48).

Esta respuesta consolidada resalta las barreras que enfrentan las mujeres en los países musulmanes para financiar sus campañas políticas y participar en la vida pública. Asimismo, en el texto se analiza el impacto de la legislación existente, partidos políticos, organizaciones femeninas e instituciones internacionales sobre la participación de las mujeres en la política en estos países, y presenta estrategias para superarlos.

Impacto del marco legal sobre el financiamiento de las campañas políticas

En muchos países, tanto musulmanes como no musulmanes, el marco legal que asegura el financiamiento público para candidatos y candidatas es muy débil, y en algunos casos no existe. Los países musulmanes que tienen leyes y reglamentos sobre financiamiento público no se focalizan específicamente en candidatas ni crean más oportunidades para que éstas recauden fondos en un entorno culturalmente restrictivo. Hablando sobre Túnez, Argelia y Marruecos, Boutheina Gribaa y Giorgia Depaoli, del UN-INSTRAW, mencionan que no hay medidas de acción afirmativa implementadas en estos países que den a las mujeres acceso a financiamiento en elecciones presidenciales, parlamentarias y locales. Las y los candidatos individuales no reciben ningún apoyo del gobierno para sus campañas. Son los partidos los que reciben financiamiento público, con base en el número de escaños que detentan en el Parlamento y el porcentaje de votos que reúnan durante elecciones nacionales. Por ejemplo, la Ley de Financiamiento de Partidos del 2006 en Marruecos especifica cuatro fuentes de financiamiento, que comprenden cuotas de afiliación, donaciones y obsequios de hasta DH 100,000 por año y por donante, ingresos generados por actividades sociales y culturales, y el apoyo gubernamental anual. El estado da apoyo financiero anual a los partidos políticos que han obtenido al menos 5% de los votos emitidos en elecciones generales. El monto del apoyo gubernamental se basa en el número de escaños que cada partido detenta en el Parlamento y el número de votos obtenidos por

cada partido en las elecciones generales (Opinión de especialista, 2008). Aunque el apoyo gubernamental no es la única fuente de financiamiento, en la mayoría de los casos los partidos políticos dependen de él. Además, la distribución de los fondos según los escaños parlamentarios que el partido detenta no es normalmente beneficiosa para los partidos más pequeños. Por ejemplo, en Tanzania, después de la aplastante victoria en las elecciones del 2000, el partido que quedó a la cabeza, Chama Cha Mapinduzi (CCM), recibió \$547,000 en la forma de apoyo gubernamental, mientras que los partidos de la oposición parlamentaria perciben en conjunto menos de \$50,000 al mes (Bryan, S. y Baer, D. 2005. p. 129).

Al describir los obstáculos políticos y legislativos que enfrentan las candidatas para financiar sus campañas, Roula Attar, especialista de iKNOW Politics y directora nacional residente del NDI en Jordania, señala que la mayoría de países de la región del Medio Oriente y África del Norte no tienen leyes de financiamiento de campañas. En consecuencia, las y los candidatos ricos, que normalmente son varones, tienen una tremenda ventaja sobre los demás candidatos. Para cambiar la situación y promover candidatas en la región, la señora Attar recomienda que los países adopten leyes de financiamiento de campaña adecuadas y establezcan entidades independientes que puedan abierta y legalmente respaldar a candidatas y dar contribuciones financieras a sus campañas (Opinión de especialista, 2008).

Rol de los partidos políticos en el financiamiento de candidatas

La formación de partidos políticos y el pluralismo partidario en algunos países musulmanes es una tendencia relativamente nueva. Según informes de IDEA Internacional, el pluralismo partidario apareció en Jordania y Yemen recién a inicios del decenio de 1990. En Yemen, además de ser el pluralismo partidario un fenómeno muy nuevo, los partidos políticos se ven debilitados aún más por el sistema existente de elecciones distritales uninominales, (denominado *first past the post*, en inglés). Este sistema desalienta las alianzas partidarias, genera divisiones dentro de los partidos, y obstaculiza a las candidatas, que tienen que superar barreras significativas para ganar un escaño uninominal distrital (Mejid, Z. et al. 2005). Roula Attar menciona que como los partidos políticos en la región del Medio Oriente y África del Norte siguen siendo débiles, no pueden contribuir adecuadamente a las

campañas de las candidatas (Opinión de especialista, 2008). En su diagnóstico de la participación política de las mujeres en Marruecos, el NDI ha encontrado lo siguiente:

“El dinero es una de las barreras más grandes para las aspirantes. En Marruecos los partidos políticos no reciben financiamiento de campaña del gobierno y dependen en gran parte de las y los candidatos individuales para financiar sus propias campañas, lo cual pone a las mujeres en desventaja. Según especialistas en la política marroquí, el poco dinero que los partidos políticos tienen para financiar campañas rara vez, o nunca, lo dan a candidatas”. — (Assessing Women’s Political Party Programs: Best Practices and Recommendations. 2008. p. 36).

Una estrategia útil para obtener apoyo de los partidos políticos a las candidatas sería asegurar financiamiento público para los partidos que nominen un cierto porcentaje de las mismas en elecciones, lo cual sería un gran incentivo para los partidos políticos que dependen de las finanzas públicas. Otra estrategia es adoptar medidas legales punitivas contra partidos que no presentan a candidatas en su lista de nominaciones. Por ejemplo, Julie Ballington cita el caso de Francia, donde la enmienda al Artículo 3 de la Constitución estipula que 50% de las y los candidatos en las listas electorales deben ser mujeres, o los partidos políticos enfrentarán sanciones financieras (Ballington, J. 2005. p. 181). Si los partidos políticos se ven obligados o son incentivados a incluir mujeres en sus listas partidarias, tendrán que darles al menos algún apoyo financiero para llevar adelante sus campañas. Un primer paso para dar incentivos financieros a los partidos políticos que nominen candidatas fue dado en Marruecos en octubre del 2008, cuando el ministro del Interior anunció que el gobierno ofrecerá incentivos financieros a los partidos que postulen con éxito el mayor número de candidatas en las elecciones locales del 12 de junio del 2009. (*Magharebia Times*. 2008). Aunque esta medida no ha sido implementada todavía, es un primer paso crucial para promover a más candidatas en la política marroquí.

Otra estrategia para asegurar el apoyo de los partidos a candidatas y sus campañas es sensibilizar las plataformas partidarias internas y hacer que los partidos rindan cuentas de sus compromisos con la igualdad de género. Según la Organización de Mujeres para el Medio Ambiente y el Desarrollo (WEDO), el desarrollo de indicadores de desempeño ha sido una herramienta eficaz, haciendo visibles las diferencias de género e identificando

políticos que representan intereses de igualdad de género. WEDO resalta, asimismo, que establecer una bancada femenina efectiva y funcional empodera a las candidatas y ayuda a asegurar el acceso igualitario a los recursos del partido, garantizando que el manejo financiero tenga una perspectiva de género (Women and Campaign Finance - The High Price of Politics. Women's Environment and Development Organization. 2007).

Recaudación de fondos mediante organizaciones de mujeres y otras instituciones de la sociedad civil

Dados los crecientes costos de las campañas políticas, la recaudación de fondos se ha convertido en parte esencial de toda estrategia de planificación de campañas. Diversas investigadoras e investigadores señalan que la recaudación de fondos es más difícil para las mujeres que para los hombres debido a una serie de razones, entre ellas las barreras psicológicas que experimentan las mujeres al pedir dinero y su acceso insuficiente a redes con dinero. Roula Attar señala que el concepto de recaudación política de fondos sigue siendo culturalmente ajeno a las y los electores en las sociedades árabes; en consecuencia, las candidatas rehúyen hacerlo y vacilan incluso para pedir donaciones en especie. En Bangladesh, donde los costos para llevar a cabo una campaña efectiva están creciendo rápidamente, las mujeres rara vez pueden recaudar las grandes sumas requeridas para ganar una elección, particularmente si postulan contra un candidato varón. En las elecciones del 2001, de las 36 candidatas, sólo cinco fueron elegidas en escaños por circunscripciones (Ballington, J. 2003. p. 164).

Además de las conexiones personales con candidatos, no hay incentivos para que individuos y organizaciones donen dinero a las campañas políticas. Es importante no sólo trabajar con las mujeres en incrementar sus habilidades para la recaudación de fondos para campañas, sino también cambiar la cultura de donaciones públicas en sociedades que no están acostumbradas a donar a campañas políticas o sociales. Una de las estrategias usadas ampliamente en algunos países occidentales es otorgar incentivos tributarios a los donantes. Por ejemplo, Karl-Heinz Nassmacher menciona que:

“Luego de la introducción de incentivos tributarios en Canadá, la participación de las donaciones individuales ha aumentado considerablemente y ha reducido la influencia potencial de las grandes contribuciones en Canadá” (2003. p. 39).

Asimismo, Roula Attar resalta que en la región del Medio Oriente y África del Norte las organizaciones femeninas son en su mayoría grupos de la realeza o entidades semigubernamentales, cuya legislación impide contribuciones financieras directas a campañas políticas (Opinión de especialista, 2008). En muchos países, las organizaciones femeninas son consideradas medios importantes para movilizar recursos para candidatas y apuntalar las campañas políticas de las mujeres. Las restricciones sobre las organizaciones femeninas privan a las mujeres de fuentes cruciales de financiamiento para sus campañas, lo cual podría ser crucial para movilizar recursos necesarios. En los países donde el rol de las organizaciones de la sociedad civil está restringido, las organizaciones internacionales han asumido el rol de disminuir las brechas. Algunas instituciones internacionales se han asociado con organizaciones locales sin fines de lucro para ayudar a las mujeres a recaudar fondos para campañas exitosas. Roula Attar señala como un buen ejemplo la red Mujeres Ayudando a Mujeres (WHW). WHW es una red paritaria de mujeres activistas dedicadas a apoyar a candidatas en Jordania. La red imparte a sus miembros capacitación en planificación estratégica, supervisión de programas, oratoria y relaciones mediáticas para activistas de la sociedad civil y activistas políticas.

Dadas las barreras que enfrentan las mujeres para obtener financiamiento público, algunas han empleado herramientas muy creativas para recaudar fondos para sus campañas. Uno de los proyectos más exitosos e innovadores es el proceso Arisan en Indonesia. Mediante este proceso, las mujeres crean grupos que contribuyen semanalmente a un fondo, que cada participante gana en algún momento. Según una encuestada, de la evaluación del NDI, típicamente las mujeres participan en el proceso Arisan para reunirse con mucha gente, leer juntas el Corán cada semana, y formar redes entre sí y con otras militantes de partidos políticos. La encuestada menciona también que este proceso permite a los partidos políticos crear redes y conseguir más seguidoras (Assessing Women's Political Party Programs: Best Practices and Recommendations. 2008. p. 51). Dada la cultura de los países musulmanes, la recaudación de fondos mediante redes sociales, tales como Arisan en Indonesia, sería una de las herramientas exitosas que las candidatas pueden emplear para obtener apoyo en el público y recaudar fondos necesarios para sus campañas.

Al mismo tiempo, las organizaciones femeninas pueden influir en las políticas internas de los partidos políticos haciendo incidencia para aumentar el número de militantes mujeres,

promoverlas en puestos partidarios clave, nominarlas en las listas partidarias y distribuir fondos partidarios por igual entre candidatas y candidatos. Esta puede ser otra manera de promover a las mujeres en política sin hacer que las mujeres recauden fondos personalmente durante elecciones. Lamentablemente, no muchas organizaciones femeninas han tenido éxito al trabajar estrechamente con partidos políticos para apoyar a las activistas de éstos y hacer incidencia por su nominación en elecciones. Una de las recomendaciones formuladas en el informe de IDEA Internacional sobre la situación de las mujeres en Yemen, es que los partidos políticos y las organizaciones femeninas deben desarrollar estrategias para cambiar y crear alianzas a fin de servir como un ejemplo que los gobiernos puedan seguir (Mejid, Z. et al. p. 6. 2005).

Conclusión

En los países musulmanes las mujeres enfrentan una variedad de barreras para participar en la política, siendo una de éstas la recaudación de fondos para sus campañas políticas. Investigadoras y especialistas de iKNOW Politics indican que además de la resistencia cultural y social a la participación de las mujeres en política, un marco legislativo insuficiente, débil apoyo de los partidos políticos y la incapacidad de las organizaciones femeninas para contribuir a las campañas de las mujeres quitan a las candidatas vías alternativas para recaudación de fondos en los países musulmanes. Algunas de las recomendaciones útiles para superar estas barreras son adoptar leyes más integrales sobre financiamiento público de campañas políticas y brindar incentivos para que los partidos políticos nominen mujeres en sus listas partidarias. Especialistas de iKNOW Politics sugirieron también usar ampliamente las instituciones de la sociedad civil, incluyendo las organizaciones femeninas, para dar apoyo a las candidatas y sus campañas.

LECTURA COMPLEMENTARIA

1. Attar, Roula. Opinión de especialista: Financing Women Candidates in Muslim Countries. iKNOW Politics. 2008. <http://www.iknowpolitics.org/en/node/8322>
2. Assessing Women's Political Party Programs: Best Practices and Recommendations. National Democratic Institute (NDI). 2008. <http://www.ndi.org/node/15121>
3. Morocco offers financial incentives to parties fielding female candidates. *Magharebia Times*. 17 de octubre del 2008. http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/en_GB/features/awi/features/2008/10/17/feature-01
4. Bryan, Shari y Baer, Denise. Money in Politics: A Study of Party Financing Practices in 22 Countries. National Democratic Institute (NDI). 2005. <http://www.iknowpolitics.org/en/node/944>
5. Majed, Ziad; Mustafa, Hala; Shukor, Abd al-Ghaffar; y Rabi, Amre Hashem. Building Democracy in Egypt: Women's Political Participation, Political Party Life and Democratic Elections. International NDI y Arab NGO Network for Development (ANND). 2005. <http://www.iknowpolitics.org/en/node/172>
6. Ballington, J. Funding of Political Parties and Election Campaigns. Capítulo 9. International Institute for Democracy and Electoral Assistance (International IDEA). 2003. <http://www.iknowpolitics.org/en/node/173>
7. Nassmacher, Karl-Heinz. Funding of Political Parties and Election Campaigns. Capítulo 2: Introduction: Political Parties, Funding and Democracy. International IDEA. 2003. <http://www.iknowpolitics.org/en/node/173>

8. Gribaa, Boutheina y Depaoli, Giorgia. Avis d'expert: Financement des campagnes électorales des femmes dans les trois pays maghrébins: Tunisie, Algérie et Maroc. iKNOW Politics. 2008. <http://www.iknowpolitics.org/fr/node/8163>

9. Majed, Ziad; Mashhur, Huriya, Huriya; Muhammad al-Kamim, Abd al-Aziz; Ahmad al-Mikhlaifi, Mohammad. Building Democracy in Yemen: Women's Political Participation, Political Party Life and Democratic Elections. International IDEA y Arab NGO Network for Development (ANND). 2005. <http://www.iknowpolitics.org/en/node/171>

10. Mallick, Shabnam. Expert Opinion on Financing Women in Muslim Countries. iKNOW Politics. 2008. <http://www.iknowpolitics.org/en/node/8164>

11. Women and Campaign Finance - The High Price of Politics. Women's Environment and Development Organization. (WEDO). 2007. <http://www.wedo.org/wp-content/uploads/campaignfinance1.pdf>