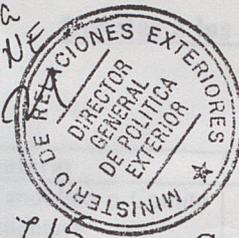


Sr. Boett
 Coma al Directo de
 Registro Central.

1/5

De manera
 que se le interesa
 a su favor del SNE



Ministerio de Relaciones Exteriores

Nº 715 Gr. Horario: 181902 Mes: Mayo Año: 2000

De : EMBACHILE ESTADOS UNIDOS

A : DIRAMÉRICA-NORTE

Info. : DIGEN - DIPLAN

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DIRECCION GENERAL DE POLITICA EXTERIOR			
Nº.....18.....			
	DIA	MES	AÑO
ENTRADA	10	MAY	2000
TRAMITE			
SALIDA	10	MAY	2000

Refer. : Elecciones 2000. El Financiamiento de Campañas (*Secret Money* y *Soft Money*)

Prioridad : P2

Minuta : POLITICA

Remifax 684 (11.05.00) y 676 (10.05.00).-

1.- Una de las características de la actual campaña presidencial estadounidense es el uso sin precedentes de enormes sumas de dinero de origen desconocido; es decir, al margen de las categorías establecidas en la ley. Este "secret money" proviene de una variedad de grupos e individuos que tratan de influir en la elección y que señalan no estar obligados por la ley a reportar sus actividades, fuentes de ingreso y ni siquiera su existencia. Estos grupos pagan avisos de televisión, envían cartas o hacen llamados telefónicos que mencionan a determinados candidatos y promueven sus agendas políticas. Como estas actividades no llaman explícitamente a la derrota o elección de un candidato no están sujetas a las limitaciones de la Ley Federal de Elecciones.

2.- La Ley Federal de Elecciones fue promulgada en 1971 y modificada en 1974 y 1976 con dos objetivos principales:

- i) Asegurar una efectiva y pronta información sobre del origen de las donaciones,
- ii) Reducir la influencia de los grandes contribuyentes al poner estrictas limitaciones sobre el tamaño de las contribuciones políticas. De manera esquemática, las contribuciones se regulan de la siguiente manera:

2746

Límites a las contribuciones para campañas políticas según individuos y Comités de Acción Política (PAC's)

(Cifras en US\$)

Destinatario	Contribuyente indiv.	Comités Candidaturas	Otros Comités Políticos
Cada Candidato o Comité de Candidatura	1.000	5.000	1.000
Comité Nacional de Partido	20.000	15.000	20.000
Otros Comités Políticos	5.000	5.000	5.000
Total Año Calendario	25.000	Sin límites	Sin límites

Con el tiempo se le he ido sacando la vuelta a estas limitaciones usando una serie de subterfugios, pero la presente elección presidencial ha excedido con creces esa tendencia. Muchos al interior de los partidos reconocen que el sistema de límites y de revelación del origen de los dineros ha sido burlado y que la naturaleza del *dinero político* ha sido fundamentalmente alterada, con lo que esta ley está en serio peligro de perder su efectividad.

3.- Algunos de estos grupos de donantes son controlados o tienen vínculos con miembros del Congreso, lo que significa que los congresistas se benefician de grandes sumas de dinero. Los votantes no tienen información acerca de quienes están tratando de influenciar a los congresistas, ya que deliberadamente estos grupos usan nombres inocuos que hacen muy difícil rastrear el origen de estas contribuciones. Esto ha significado que -en la práctica- no hay límites para apoyar candidatos federales ni tampoco información sobre el origen de los fondos para las campañas si el donante rehúsa hacerlo.

4.- Una de los artilugios que se ha empezado a usar con bastante frecuencia es el de la denominada *Sección 527*, un paraguas legal que permite *de facto* operar políticamente a ciertas organizaciones que no se identifican explícitamente como partidarias de un candidato. Este *paraguas* le permite a estas entidades no revelar su organización, ni sus miembros, ni nada sobre su existencia. Operando como un verdadero comité político clandestino, un grupo de éstos puede secretamente aceptar ilimitadas cantidades de dinero de contribuyentes desconocidos y con ello llenar los espacios de televisión y buzones de correo con desinformación o avisos políticamente tendenciosos.

Durante la dura campaña por la nominación entre George W. Bush y John McCain, hubo un grupo denominado "*Republicans for Clean Air*" que repentinamente lanzó una campaña por televisión a un costo de US\$2,5 millones en contra del Senador por Arizona, justo antes de las primarias republicanas de Nueva York y California. El supuesto grupo resultó ser unos hermanos tejanos, Charles y Sam Wyly, que además eran grandes contribuyentes de George W. Bush. Este tipo de campañas se da en todos los niveles electorales (elecciones municipales, estatales, etc.) y cruzan a los partidos y grupos de presión.

Una campaña parecida inició el conocido grupo medioambiental "Sierra Club" -liberal y cercano al Partido Demócrata- en contra del Alcalde republicano de Nueva York, Rudolph Giuliani, por su aparente pobre récord en asuntos medioambientales en dicha ciudad.

5.- EL SOFT MONEY - El surgimiento de este "secret money" arriba descrito se dio casi en paralelo con la explosión de enormes contribuciones a los partidos políticos conocidas como "soft money", grandes donaciones hechas por compañías, sindicatos o individuos. El "soft money" se suponía que estaba sólo dirigido a actividades de partido -y no para ser destinado a candidaturas individuales- pero desde 1996 se ha convertido en un componente esencial de las campañas políticas, especialmente para pagar publicidad sobre temas específicos de impacto político.

El "soft money" le ha permitido a los candidatos aumentar radicalmente las contribuciones para sus campañas. Simultáneamente, los mismos legisladores están organizando sus propios comités de acción política (PAC's) para recaudar este tipo de contribuciones, frecuentemente sin dar una señal acerca de quien es el donante. Esto hace que muchos candidatos continúen su tradicional campaña de recaudación de fondos, pero en el fondo mucha de la acción recaudadora tiene lugar fuera del sistema regulado.

6.- Durante el actual período electoral -enero de 1999 a marzo de 2000- las recaudaciones en soft money han quebrado todos los récords. Los Comités Nacionales del Partido Republicano y Demócrata han recaudado US\$84.300.000 y US\$76.100.000, respectivamente. En el período 1997-1998 las cifras fueron US\$55.700.000 por los republicanos y US\$34.300.000 por los demócratas. Para la última elección presidencial, período 1995-1996, las recaudaciones fueron de US\$48.000.000 y US\$36.600.000, respectivamente, es decir, la mitad de lo hasta ahora reunido.

7.- Quizás si la campaña política que mejor refleja el poder del "soft money" ha sido la carrera senatorial por Nueva York entre Hillary Rodham-Clinton y Rudolph Giuliani. Sólo en "soft money" la Sra. Clinton recolectó un total de US\$700.000 el año pasado y los Senadores Demócratas le enviarán otros US\$550.000 en los próximos días. Por su parte, el Alcalde Rudolph Giuliani recolectó cerca de US\$500.000, de los cuales US\$100.000 provienen de un grupo empresarial llamado Renco Group Inc., una de cuyas subsidiarias -Magnesium Corp. Of America- fue catalogada por la Environmental Protection Agency (E.P.A.) como una de las principales vertedoras de desechos tóxicos de los EE.UU..

Aunque este dinero es controlado por los Comités de Campaña Demócrata y Republicano del Senado -y no por los candidatos- puede ser usado para pagar publicidad política y de hecho suplementa los presupuestos para avisaje de televisión de los candidatos.

8.- Varios congresistas han organizado brazos especiales en sus PAC's para captar estas contribuciones, lo que les permite tomar ilimitadas fuentes de recursos, generalmente sin tener que revelar el origen de la misma. El dinero puede ser gastado por los congresistas federales para apoyar candidatos estatales o locales y compensar de esta manera los gastos de sus PAC's al nivel federal.

El rastreo de esas fuentes de ingreso es por lo general un camino muy tortuoso. Normalmente los congresistas dicen que no están obligados a revelar sus fuentes. El Senador Edward Kennedy -quien ha señalado que apoya una prohibición al *soft money*- ha sin embargo recolectado US\$350.000 para uno de sus PAC's desde 1998, dinero proveniente "de sindicatos y de particulares", sin mencionar el nombre de los donantes. Según su vocero, Kennedy siente que las leyes son inadecuadas y deberían ser cambiadas y cuando ello ocurra él las apoyará y cumplirá. Mientras tanto, él seguirá la letra de la ley.

Este es un punto esencial: los congresistas sienten que están actuando de manera opuesta al espíritu de la ley -que busca impedir la influencia negativa en política del gran dinero- pero al mismo tiempo saben que una actitud purista hacia estas contribuciones puede tener grandes costos para el futuro de sus propias carreras políticas, al otorgar ventajas gratuitas a competidores con menos escrúpulos.

9.- La elección presidencial 2000 representa una nueva modalidad en el financiamiento de campañas. En marzo pasado un estudio del *Annenberg Public Policy Center* estimó que 60 de los denominados "Grupos de Interés Especial" ya habían gastado o anunciado planes para gastar más de US\$114.000.000 durante esta elección presidencial, en circunstancias que aún faltan 6 meses para los comicios. Por comparación, durante toda la campaña presidencial de 1996, 27 grupos de interés gastaron un total de US\$150.000.000.

Tanto liberales como conservadores están de acuerdo en mantener el anonimato de estos donantes por temor a represalias. Muchos de estos donantes quieren participar e influir en el proceso político, pero no quieren asumir los costos que supone el apoyo público a uno u otro candidato, especialmente si éste es derrotado.

Entre los demócratas es sin embargo sabido que la AFL-CIO ha comprometido US\$46.000.000 en movilizaciones de bases en 35 distritos electorales y 15 Estados. La "National Abortion and Reproductive Rights Action League" (NARAL), *Handgun Control Inc.* y el *Sierra Club* han iniciado campañas contra George W. Bush. El *Sierra Club* planea gastar US\$8.000.000 en apoyo de candidaturas al Congreso y a la Presidencia, pero no planea revelar el nombre de sus donantes.

Entre los sectores conservadores y republicanos, "Americans for Job Security" que empezó en 1997 con fondos provenientes de la *American Insurance Association*, pretende gastar entre US\$5.000.000 y US\$7.000.000 en publicidad de este tipo. En California, un

grupo llamado "Shape the Debate", vinculado al ex-Gobernador republicano Pete Wilson, ha preparado una serie de avisos que ridiculizan a Al Gore y su posición sobre el financiamiento de campañas, el tabaquismo y el MEDICARE. Un grupo vinculado al Ropr. Tom DeLay (R-Texas) planea trabajar en 10 distritos electorales de la Cámara para combatir la campaña de los sindicatos en ellos.

Como se informó a US., DeLay ha sido objeto de una demanda por extorsión interpuesta por Representantes demócratas. Las acciones contra DeLay surgieron luego que se supo de sus agresivas tácticas para demandar mayores contribuciones en soft money a lobbyists de grupos empresariales, al tiempo que amenazaba a los menos generosos con legislaciones perjudiciales para sus intereses. El caso de DeLay, aparentemente no sería el único, ya que -con diferente fuerza- dichas prácticas se habrían empleado anteriormente.

10.- Información general sobre contribuciones y fuentes de financiamiento de los candidatos a la Presidencia puede encontrarse en la Internet, en el sitio Web de la "Federal Election Comisión", específicamente en:

- a) www.fec.gov/finance/precm4.htm
- b) www.fec.gov/finance/precgrph.htm
- c) www.fec.gov/finance/pdism4.htm

CARVALLO