

Primer Informe de Observación Electoral

Elecciones Presidenciales 2008



Primer Informe de Observación Electoral

Elecciones Presidenciales 2008

En cumplimiento de su Plan de Observación Electoral Integral de las elecciones presidenciales del 2008, Participación Ciudadana, a través de sus diversos órganos técnicos y territoriales y de su Comisión de Análisis Político presenta su Primer Informe sobre la marcha del proceso electoral, concluido el último día de febrero. Los próximos serán emitidos al finalizar marzo y abril y al término de la campaña electoral el 14 de mayo.

I.- Aspectos generales

Lo primero a resaltar es que la generalidad de los partidos, especialmente los tres considerados mayoritarios, iniciaron la campaña electoral propiamente dicha con mucha anticipación al período indicado en la ley, lo que tiende a abonar el desgaste del sistema partidista y a elevar el ya desmesurado costo de la democracia dominicana.

La ciudadanía y la opinión pública siguen expresando creciente decepción sobre el ejercicio de la política, la extensión y costo de las campañas, así como por el bajo nivel del debate preelectoral, basado en recíprocas descalificaciones y agresiones verbales.

Resalta que a pesar de esos factores adversos hasta el momento la violencia física sólo ha tenido una expresión en la provincia de Hato Mayor, donde autoridades locales y dirigentes del Par-

tido de la Liberación Dominicana (PLD) denunciaron haber sido agredidos por militantes del Partido Revolucionario Dominicano (PRD), aunque sin mayores consecuencias.

Una reciente carta pastoral de la Conferencia del Episcopado Dominicano demuestra que sigue en aumento la preocupación del liderazgo nacional y la ciudadanía sobre las prácticas partidistas. Con palabras suaves, pero contundentes, los obispos han considerado que la campaña electoral no está sirviendo para fortalecer la democracia ni para lograr los objetivos de un sistema democrático con justicia social.

Los partidos han ignorado los generalizados reclamos de que cambien el tono de la campaña, acusándose recíprocamente de utilizar lenguaje agresivo. Al respecto, fue lamentable que los principales partidos de la oposición, el PRD y el PRSC, abandonaran la reunión convocada por la Junta Central Electoral (JCE) para tratar de alcanzar un compromiso de los líderes políticos para una campaña proselitista acorde con la ley y los anhelos de la ciudadanía, sin permitirle completar este loable esfuerzo.

La forma en que se desarrolla el actual proceso electoral pone de relieve la necesidad de reglamentar las campañas, como se propuso en un proyecto rechazado por la generalidad de los partidos políticos y frustrado también por la indiferencia de gran parte de las instituciones sociales y sus líderes. Sigue pendiente el conocimiento de otro proyecto elaborado por la Cámara Administrativa de la JCE para reglamentar la rendición de cuentas a que están obligados los partidos en virtud del financiamiento que reciben del Estado.

Como primer factor positivo del actual proceso cabe resaltar que, a pesar de las insatisfacciones con la forma en que se conduce la mayoría de los partidos, la ciudadanía sigue expresando altos niveles de confianza en el sistema democrático como forma de regir los destinos nacionales, como ha quedado de manifiesto en encuestas, en la participación política y en las actividades de los partidos.

Esa satisfacción se extiende a las autoridades electorales, de las que se espera que progresivamente sean no solo árbitros idóneos del juego democrático, sino contralores de los excesos, mediante las correspondientes reglamentaciones y reformas legales y cada vez más vigorosos ejecutores de la legislación electoral.

Una prueba adicional de la vocación de la ciudadanía dominicana por una democracia participativa es la disposición de decenas de organizaciones de todos los niveles sociales por contribuir al debate de propuestas y de aportar recursos humanos para la observación integral del proceso electoral. Miles de ciudadanos y ciudadanas, a quienes debemos reconocimiento, ya se han comprometido con Participación Ciudadana para formar parte de su Red Nacional de Observación Electoral.

Otro elemento positivo en esta primera fase de la observación electoral del 2008 es el temprano avance registrado en el proceso organizativo de los comicios, tanto en los aspectos técnicos y logísticos como en la reestructuración de las juntas electorales, y en el reclutamiento y entrenamiento del personal que operará los 12 mil 995 colegios en que están empadronados 5 millones 764 mil 986 electores y electoras. Un único aspecto a señalar

tiene que ver con el listado de la ubicación física de los colegios electorales, que aún no está disponible, o por lo menos no ha sido entregado a Participación Ciudadana como en elecciones anteriores.

También ha sido relevante el esfuerzo de la Junta Central Electoral por mejorar el equipamiento y la tecnología a fin de garantizar un proceso de votación y cómputo idóneo y transparente y para agilizar la transmisión de los resultados. Resulta lamentable el extraordinario recorte a que se le sometió en el presupuesto solicitado para el 2008, y cuestionable el procedimiento poco institucional mediante el cual se comprometió posteriormente el Poder Ejecutivo a compensarle parcialmente.

El factor más negativo registrado en lo que va del proceso electoral, y aún desde la precampaña para elegir candidatos, ha sido el uso tan desmesurado de los recursos del Estado, incluyendo la incorporación de casi todo el gobierno a la campaña electoral reeleccionista.

Esas prácticas son reedición de un pasado que hemos luchado por superar, y algunas se manifiestan en mayores dimensiones, al igual que un clientelismo que esta vez aparece más generalizado y degradante por parte de los partidos y candidatos.

Si bien resulta obvio que el clientelismo se percibe en mayor proporción en el partido de gobierno, el mismo ha alcanzado las modalidades de mayor escándalo en la campaña del Partido Reformista Social Cristiano (PRSC) con el humillante lanzamiento al aire de dinero, pollos, salami y hasta cerdos, en una práctica

sistemática y en todos los escenarios donde se mueve su candidato presidencial.

El PRD también ha recurrido a las prácticas clientelistas, habiendo llegado su candidato presidencial al grado de distribuir una "Tarjeta Solidaridad futurista", para supuestamente hacerla efectiva con un subsidio de ser electo Presidente de la República.

Otra expresión del pasado que no ha logrado superar la nación en el actual proceso es la recurrente renuencia de algunos candidatos a participar en debates de sus propuestas, como ocurre cada vez con más frecuencia en las sociedades democráticas. Esto a pesar de los esfuerzos que han hecho instituciones y medios de comunicación y de los reclamos de la opinión pública.

II.- Funcionarios en campaña

Trece de los 16 secretarios de Estado están integrados al Comando de Campaña del Partido de la Liberación Dominicana y aliados. Además de los presidentes de las cámaras legislativas, ejecutivos municipales y otros 15 altos funcionarios de instituciones estatales.

El contralor general, procuradores fiscales y ayudantes y hasta funcionarios del Banco Central se han integrado a la campaña electoral, mientras embajadores y cónsules han sido llamados para que vengan a dar ayuda.

Debe anotarse que en muchos casos esos funcionarios han sido encargados de dirigir la campaña electoral en provincias y regiones, lo que los obliga a desplazarse continuamente, junto a fun-

cionarios y empleados menores, con vehículos, combustibles y dietas pagados con los recursos públicos. Y lo más importante de todo, el descuido de sus responsabilidades oficiales, las cuales se pagan con el dinero de los contribuyentes. Esto ha tenido ya efectos terribles para la población nacional, como se hizo evidente cuando el paso de la tormenta Olga, que encontró desprevenido a prácticamente todo el aparato del Estado.

En múltiples casos llama la atención que las designaciones de dirigentes peledistas en el comando de campaña coinciden con las funciones que les corresponde desempeñar en el gobierno. Por ejemplo, el director de la Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses es el encargado de transporte de la campaña, y múltiples casos en que sus funciones de campaña se confunden con las oficiales.

A esto se suma el hecho, a todas luces cuestionable, de que el Congreso Nacional se encuentra prácticamente paralizado, debido a que una parte importante de los legisladores, representantes de las distintas fuerzas políticas, se encuentran en un activo proselitismo electoral que les impide cumplir con sus funciones. Lo mismo acontece en diferentes ayuntamientos del país.

Esa participación en la campaña electoral contradice el acápite 13 del artículo 80 de la recién promulgada Ley 41-08 de Función Pública que prohíbe a los funcionarios "servir intereses de partidos en la ejecución de sus funciones, y en consecuencia organizar o dirigir demostraciones, pronunciar discursos partidistas, distribuir propaganda de carácter político o solicitar fondos para los mismos fines, así como utilizar con este objetivo los bienes y fondos de la institución".

III.- Financiamiento a partidos y transfuguismo

El Partido de la Liberación Dominicana y su candidato presidencial han conseguido una cantidad sin precedentes de aliados para las elecciones de mayo próximo. Hasta el 29 de febrero se habían asegurado que la foto del doctor Fernández aparezca en 13 de los 24 recuadros que contendrá la boleta de votación. Y todavía se peleaba por lo mismo en otros tres partidos reconocidos.

Es relevante que las decisiones de alianza estuvieron precedidas o seguidas por designaciones de dirigentes políticos en cargos de la administración pública, en lo que se ha denominado "cuotas de poder" que en numerosos casos incluyen decenas y hasta cientos de empleos para familiares, militantes y simpatizantes.

Tales son los casos del Instituto de Estabilización de Precios, Pro Comunidad, la Oficina de Desarrollo Comunitario, Instituto Postal Dominicano, Corporación Dominicana de Empresas Estatales, Dirección Nacional de Bienes Nacionales, Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos, Consejo Nacional de Población y Familia, Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo, Corporación de Fomento de la Industria Hotelera, Instituto de Desarrollo del Sur y la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Esas designaciones se intensificaron a partir de agosto del año pasado a través de más de 30 decretos del presidente candidato, beneficiando a antiguos dirigentes de los principales partidos de oposición, especialmente del PRSC, con cargos de subsecretarios de Estado, embajadores, cónsules y vicecónsules, directores y subdirectores, y de asesores en cualquier materia, incluyen-

do medio ambiente, derechos humanos, asuntos corporativos y hasta en gastronomía. En la generalidad de los casos se trataba de nuevos cargos, lo que contrariaba la ley de austeridad vigente para el año 2007.

La promoción del transfuguismo es tal que el propio presidente y candidato se ha dedicado en sus viajes de campaña a visitar y juramentar líderes y militantes de los partidos opositores, como lo detallan las crónicas periodísticas de Manuel Jiménez y José Alfredo Espinal en el diario Hoy, 10 y 16 de febrero, y de Abraham Montero y otra sin firma en Diario Libre del 11 y 18 de febrero.

A lo largo del mes de febrero, los medios de comunicación recogen reiteradas denuncias del transfuguismo atribuido al gobierno y al candidato del PLD por parte de los candidatos presidenciales Amable Aristy Castro, Miguel Vargas Maldonado, Eduardo Estrella, Trajano Santana y Pedro de Jesús Candelier, así como dirigentes de sus partidos. Aristy Castro (HOY, 5 de febrero) ha llegado a acusar al Procurador General y al Jefe de la Policía Nacional de haber encabezado una comisión que visitó a la síndica reformista de Gaspar Hernández, Fátima Ovalle, tratando de sonsacarla para que apoyara la reelección, a lo que se habría negado. Dos días después se informaba la creación del movimiento Reformistas Sumados al Progreso, integrado por un senador, varios síndicos y ex legisladores reformistas de la región nordeste.

El 6 de febrero Diario Libre informó que 136 dirigentes del PLD en Nueva York habían comenzado a recibir 500 dólares mensuales como inspectores de la Oficina de Ingenieros Supervisores de Obras del Estado para que se integraran de lleno a la campaña

electoral. En esa ciudad se cuentan 24 vicecónsules y un número mayor de "ayudantes consulares" pagados por el Estado, dirigentes y activistas del partido de gobierno. Aparte de una docena de embajadores alternos ante la Organización de las Naciones Unidas.

IV.- Subsidios y clientelismo de Estado

En el transcurso de los meses que lleva la campaña electoral los medios informativos han dado cuenta de abundante uso de recursos del Estado que incluyen un extraordinario incremento de subsidios en lo que se configura como una política clientelista.

Grupos de apoyo a la candidatura del PLD han ejecutado repartos de dinero en efectivo en los actos masivos de campaña, incluso en actividades no partidistas como en ocasión del oficio religioso con que se dejó iniciada la construcción de una basílica en Bayaguana.

Hasta decenas de camiones del Plan Social de la Presidencia se adelantan a los itinerarios del candidato presidente para distribuir masivamente alimentos, medicinas, electrodomésticos y materiales de construcción.

El propio presidente encabezó en diciembre y enero la distribución de cajas de alimentos y golosinas navideñas, así como de juguetes, por valor superior a los mil millones de pesos, marcadas con consignas políticas, pese a haber sido adquiridas con dinero de los contribuyentes. Cuotas de esas cajas fueron asignadas a los partidos y movimientos de apoyo a la reelección presidencial.

Aunque durante años se ha prometido y programado la reducción de los tradicionales subsidios al gas propano y la electricidad, durante el 2007 estos aumentaron considerablemente, alcanzando entre ambos más de 800 millones de dólares, lo que la generalidad de los analistas económicos atribuyó a la campaña electoral.

Pero además el gobierno se ha sumergido en un festival de nuevos subsidios, al combustible, zonas francas, desempleados, estudiantes, así como a la leche, la harina de trigo y los pollos, todas acciones tomadas en medio de la coyuntura electoral, al margen de la discusión del Congreso Nacional, que es el organismo que le corresponde la decisión final en términos de asignación de fondos públicos.

Ni los programas sociales técnicamente confeccionados escapan a esta práctica, como Solidaridad, el cual fue aumentado de golpe por disposición del presidente Leonel Fernández de 300 a 400 mil beneficiarios, incorporando a todos los jefes de hogares residentes en las zonas afectadas por las tormentas Noel y Olga. Igualmente aparecen abruptamente otros programas parecidos, como el denominado "Vamo' Arriba", que otorga 3 mil pesos mensuales, durante 3 meses, a 100 mil desempleados, según declaró el 10 de febrero el vicepresidente Rafael Alburquerque, y el de entregar 500 pesos mensuales a 50 mil bachilleres que cursan estudios universitarios, a implementarse de inmediato por disposición del presidente Fernández y también a través del Gabinete de Políticas Sociales de la Presidencia.

La forma en que se ha manejado el gasto social en tiempos de campaña electoral, sin importar partidos, debe mover a una profunda reflexión para detener el derroche de los fondos públicos en subsidios clientelistas, generadores de desigualdad e injusticia en la competencia electoral.

V.- Publicidad política estatal

Es particularmente relevante el uso de recursos públicos en publicidad de claro corte electoral, iniciado desde la campaña para elegir el candidato presidencial del PLD. Bastaría indicar que el gasto del gobierno en publicidad se incrementó de un promedio de 70 millones a 187 millones mensuales entre el 2004 y el 2007.

No se trata en la inmensa mayoría de los casos de campañas educativas ni de orientación de la ciudadanía, ni para prevenir enfermedades o socorrer en casos de catástrofes, sino de propaganda política, acompañada de consignas partidistas, publicadas en páginas de periódicos y en los medios electrónicos.

Fue relevante la proporción de propaganda política pagada por organismos del Estado en las transmisiones del torneo de béisbol efectuado entre octubre y principios de febrero. La Oficina de Información Gubernamental encabezaba el patrocinio, al ritmo de la consigna "pa'lante presidente". Le acompañaron las secretarías de Obras Públicas y de Deportes, la Oficina de Ingenieros Supervisores de Obras del Estado, y el Comisionado de Béisbol de la Presidencia de la República.

Todavía en las últimas semanas, las secretarías de Educación y Obras Públicas y la Oficina de Ingenieros Supervisores de Obras del Estado han publicado páginas en los diarios con fotos del presidente candidato y consignas políticas, lo que también han hecho en el mes de febrero la Oficina Ordenadora Nacional de los Fondos Europeos y el Instituto Dominicano de Telecomunicaciones, que operan con fondos no provenientes del presupuesto nacional, sino en un caso de la Comunidad Europea y en el otro de un impuesto a las telecomunicaciones en beneficio de un organismo técnico-regulador y autónomo.

Es cierto que algunas de esas expresiones propagandísticas tienen precedentes en otros gobiernos, pero hoy, al igual que ayer, constituyen un uso indebido de los recursos públicos.

Un informe sobre el gasto en propaganda de los partidos publicado por el Diario Libre el 19 de febrero lo cuantifica en 266.6 millones en los seis meses comprendidos entre agosto del 2007 y enero del 2008. Equivale a 44.4 millones de pesos por mes, lo cual es escandaloso, pero aun así es menos de la cuarta parte del promedio mensual gastado en publicidad por entidades del gobierno.

Al gasto gubernamental en publicidad hay que adicionar el costo de centenares de comunicadores, periodistas, entrevistadores, camarógrafos, fotógrafos, locutores y publicistas incorporados a la nómina gubernamental en los abultados departamentos oficiales de relaciones públicas, lo que ha contribuido a la creación de la Red de Comunicadores con Leonel. Una página de esta entidad publicada en el Listín Diario el 4 de mayo del 2007 contenía más de 600 firmas. En ocasión de un almuerzo que les ofreció en

enero el Presidente de la República se informó que ya pasaban del millar.

Cabe consignar que al cierre de este informe se informó que el PRD había elevado una instancia a la JCE denunciando abuso de recursos estatales en la campaña del Presidente de la República. Ya el 11 de febrero el candidato presidencial del Partido Revolucionario Independiente, Trajano Santana, había sometido ante el tribunal electoral un recurso pidiendo su intervención "para evitar la compra de sus dirigentes".

Ambas instancias deben ser dilucidadas oportuna y diligentemente para garantizar no solo la limpieza sino también la justeza del proceso electoral. De esta manera, nadie podrá reclamar que perdió debido al uso indebido de los fondos del Estado.

VI.- El andamiaje legal.-

Las denuncias de los partidos políticos de oposición en torno al uso de recursos públicos en la campaña reeleccionista han levantado controversia no sólo por su propio contenido, sino también por el papel que debe jugar la JCE. Un debate reciente al respecto permitió expresar al vocero de la JCE que este organismo tiene capacidad para intervenir y sancionar cualquier irregularidad, y que puede hacerlo a petición de parte o incluso actuando por iniciativa propia, posición que Participación Ciudadana entiende como correcta.

Las contribuciones a los partidos son consideradas lícitas únicamente si cumplen con lo establecido en la ley. El artículo 55 de la

Ley Electoral afirma que: “Sólo se considerarán lícitos los ingresos provenientes del Estado canalizado a través de la Junta Central Electoral y las contribuciones de personas físicas, quedando terminantemente prohibido la aceptación de ayudas materiales de grupos económicos, de gobiernos e instituciones extranjeras y de personas físicas vinculadas a actividades ilícitas”. El uso de los recursos públicos en la campaña electoral vulnera este artículo, precisamente porque no son ingresos del Estado canalizados a través de la autoridad electoral.

En estos casos de lo que se trata es de aprovechamiento de recursos públicos que violenta tanto la Ley Electoral como la Constitución de la República, ya que la misma obliga a que todos los gastos estén previstos en la Ley de Gastos Públicos. Es imposible justificar el uso de recursos estatales en campañas electorales, sobre la base de que es un uso “público” de los recursos del Estado puesto que buscan beneficiar a un sector político particular y a romper el principio de neutralidad estatal en la actividad política.

La Ley Electoral, en su artículo 47, regula las fuentes lícitas de ingreso a las que pueden tener acceso los partidos políticos. El mismo establece, entre otras cosas, que: “será ilícita la intervención directa o indirecta del Estado, de cualquiera de sus departamentos, dependencias u organismos autónomos o descentralizadas o de empresas que caigan dentro de la aplicación de la Ley de Inversión Extranjera, de los ayuntamientos o de entidades dependientes de éstos, de gobiernos extranjeros en el sostenimiento de los partidos o el financiamiento de sus campañas”. Se entiende, por tanto, que la intervención, aún indirecta, de los

organismos del Estado en la promoción de una candidatura constituye una violación de la Ley Electoral.

Más aún, se prohíbe de manera tajante a cualquier funcionario público aprovecharse de los recursos estatales para hacer campaña electoral: “Se prohíbe a los partidos políticos, a sus dirigentes, militantes o relacionados, recibir exoneraciones, donaciones o regalos de parte de cualesquiera de los poderes del Estado, o de los ayuntamientos, directamente o bajo cualquier mecanismo jurídico, así como beneficiarse directa o indirectamente de los recursos y medios que pertenezcan al Estado para realizar sus actividades proselitistas, o sostenerse, salvo la contribución electoral señalada en la presente ley”.

El mismo artículo establece que: “Tal intervención, sea cual fuere la forma en que se produzca, constituye presunción de entendimiento con los partidos o sus candidatos en beneficio de los interesados de esas entidades o sus propietarios, socios, accionistas, beneficiarios, directores o representantes, y en tal virtud, queda absolutamente prohibida”. Esta es una presunción de Ley que, si bien no es válida para presumir la culpabilidad penal de quienes incurrir en estas actividades, es suficiente y basta para que la JCE intervenga por la vía administrativa con el fin de detener el uso ilícito de los bienes del Estado en la campaña electoral, o por lo menos para fijar las sanciones que le permite la ley.

La autorización expresa para que la JCE tome estas medidas y la descripción de los efectos que estas pueden tener está contenida en el párrafo final del artículo 47: “La Junta Central Electoral tendrá facultad para anular cualquier operación de la cual tenga co-

nocimiento e incautar provisionalmente o tomar cualquier medida cautelar con el auxilio de la fuerza pública respecto a cualquier bien, o para hacer cesar de inmediato cualquier uso indebido de los recursos y medios del Estado”. Esta es una autorización expresa para que la JCE actúe de oficio, y sin necesidad de un reglamento previo. La prohibición del uso de los recursos del Estado está claramente establecida, no es necesario ningún acto normativo posterior para que la JCE actúe.

Esto es distinto de las acciones penales autorizadas por los artículos 170 y siguientes de la Ley Electoral, puesto que estos, por su naturaleza penal sí son competencia de un órgano distinto. En este caso el que debe actuar, previa denuncia, es el Ministerio Público. Lo anterior, sin embargo, no hace sino reafirmar la diferencia entre los delitos electorales y las acciones administrativas que la JCE puede tomar.

Otro elemento a tomarse en cuenta es la obligación incumplida de los partidos de ser transparentes en sus finanzas. Tienen la obligación legal de hacer pública toda la información relativa a las contribuciones que reciben, ya sea del Estado o de cualquier persona física o moral.

En estos casos es aplicable la Ley 200-04 sobre Libre Acceso a la Información que, en su artículo 1.f establece que “Toda persona tiene derecho a solicitar y a recibir información completa, veraz, adecuada y oportuna” de cualquier órgano con participación estatal, incluyendo a los “Organismos e instituciones de derecho privado que reciban recursos provenientes del presupuesto nacional para la consecución de sus fines”. Obviamente, esto in-

cluye a los partidos políticos, que reciben recursos estatales para llevar a cabo su campaña electoral.

Esta obligación de los partidos se encuentra confirmada por el artículo 4 de la misma Ley y el artículo 4 de su reglamento de aplicación. El primero establece que es obligación de las “entidades indicadas en el artículo 1 de la presente ley, brindar la información que esta ley establece con carácter obligatorio y de disponibilidad de actualización permanente y las informaciones que fueran requeridas en forma especial por los interesados. Para cumplir esos objetivos sus máximas autoridades están obligadas a establecer una organización interna, de tal manera que se sistematice la información de interés público, tanto para brindar acceso a las personas interesadas, como para su publicación a través de los medios disponibles”.

Por su parte, y siendo aún más específico, el artículo 4 del Reglamento se refiere a los partidos políticos: “En el caso de los partidos políticos constituidos o en formación, la información que debe ser divulgada incluirá el origen y destino de todo su patrimonio, así como la identidad de sus contribuyentes públicos y privados”.

La ciudadanía y las organizaciones cívicas debemos iniciar la solicitud de esta información de tal forma que se transparente el uso de los recursos dedicados a la campaña electoral y al desenvolvimiento general de los partidos. Como Participación Ciudadana, nos comprometemos a desarrollar acciones en esta dirección.

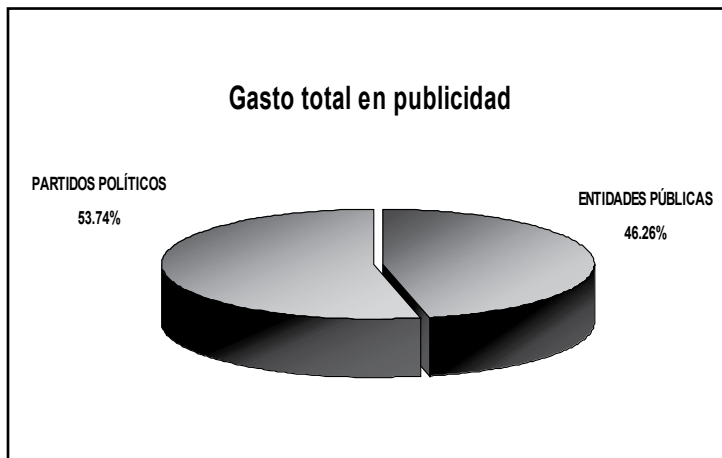
VII.- Monitoreo del gasto en publicidad.-

En lo que va de año los partidos han gastado RD\$ 137.7 millones en campaña publicitaria electoral, según datos obtenidos por Participación Ciudadana a través del monitoreo de medios realizado por la empresa REVISA, en el Distrito Nacional y la provincia de Santo Domingo. De esto, la partida más grande corresponde a la publicidad televisiva. La distribución del gasto por partido es la siguiente:

PLD y aliados	: RD\$ 71.7 millones, para un 52%
PRD y aliados	: RD\$ 36.9 millones, para un 27%
PRSC y aliados	: RD\$ 19.6 millones, para un 14%
Cuarta Vía	: RD\$ 8.8 millones, para un 6.4%
PAP	: RD\$ 754 mil, para un 0.55%

El gasto en publicidad a través de los medios se ha constituido en uno de los componentes principales de los gastos totales de las campañas electorales. Es de interés ciudadano que los partidos hagan del conocimiento público tanto el detalle de sus gastos como el origen de los ingresos y contribuciones que reciben.

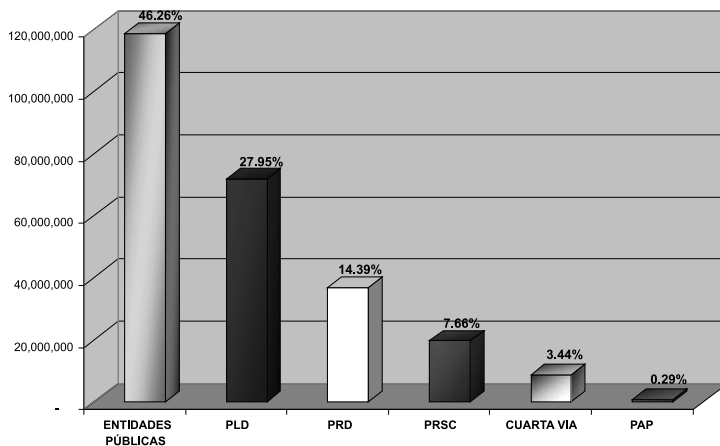
Reporte de Gastos en Publicidad¹ Campaña Electoral Elecciones Presidenciales 2008 (en RD\$)



INVERSIÓN EN PUBLICIDAD	%	Total
ENTIDADES PÚBLICAS	46.26%	118,599,768
PARTIDOS POLÍTICOS	53.74%	137,752,084
	100.00%	256,351,852

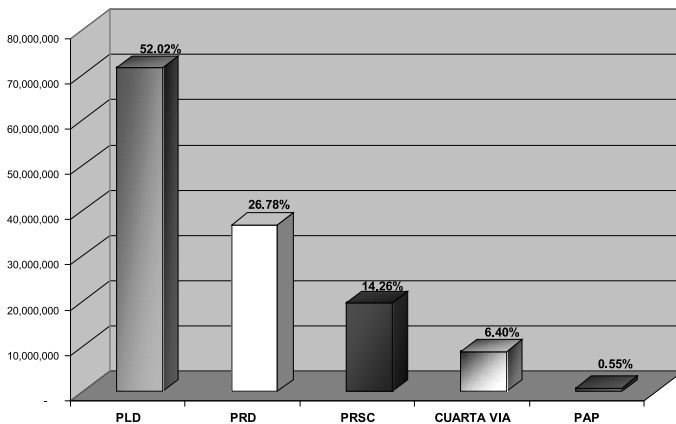
¹ Monitoreo de Medios de Comunicación realizado por Revisa, del 1 de enero al 17 de febrero. Este monitoreo abarca la televisión abierta, tele cable, radio y prensa del Distrito Nacional y la provincia de Santo Domingo.

GASTO TOTAL EN PUBLICIDAD DE ENTIDADES PÚBLICAS Y PARTIDOS



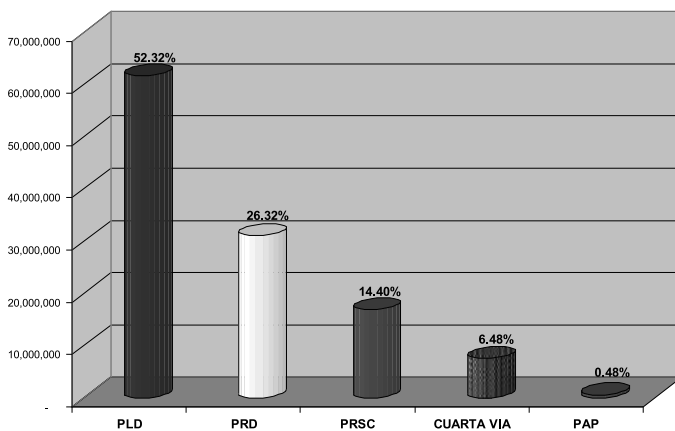
PARTIDOS Y ENTIDADES	%	Total
ENTIDADES PÚBLICAS	46.26%	118,599,768
PLD	27.95%	71,656,668
PRD	14.39%	36,887,275
PRSC	7.66%	19,637,798
CUARTA VIA	3.44%	8,816,448
PAP	0.29%	753,895
	100.00%	256,351,852

GASTO TOTAL EN PUBLICIDAD DE PARTIDOS POLITICOS



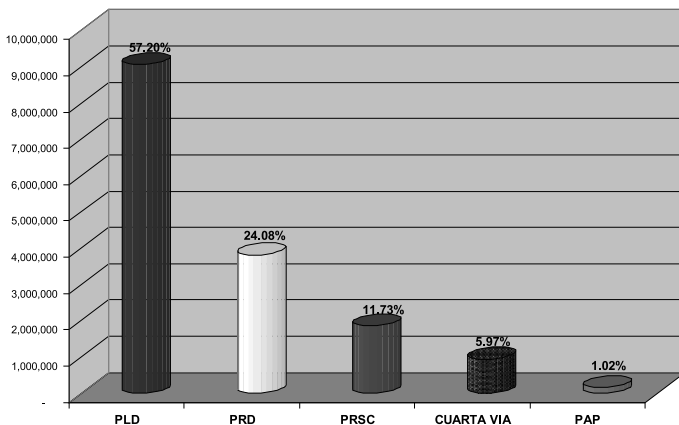
PARTIDOS	%	TOTAL
PLD	52.02%	71,656,668
PRD	26.78%	36,887,275
PRSC	14.26%	19,637,798
CUARTA VIA	6.40%	8,816,448
PAP	0.55%	753,895
	100.00%	137,752,084

GASTO TOTAL EN PUBLICIDAD DE PARTIDOS EN TV



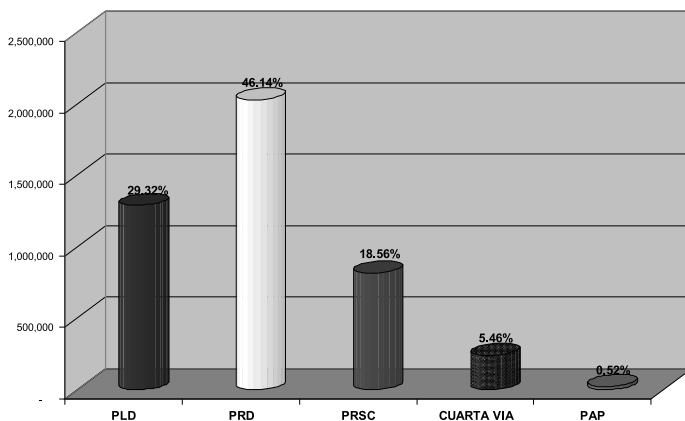
PARTIDOS	TV	
	%	Total
PLD	52.32%	61,632,469
PRD	26.32%	31,006,791
PRSC	14.40%	16,959,619
CUARTA VIA	6.48%	7,629,218
PAP	0.48%	569,315
	100.00%	117,797,412

GASTO TOTAL EN PUBLICIDAD DE PARTIDOS EN RADIO



PARTIDOS	RADIO	
	%	Total
PLD	57.20%	9,075,036
PRD	24.08%	3,820,063
PRSC	11.73%	1,861,500
CUARTA VIA	5.97%	946,750
PAP	1.02%	161,900
	100.00%	15,865,249

GASTO TOTAL EN PUBLICIDAD DE PARTIDOS EN DIARIOS



PARTIDOS	PRENSA	
	%	Total
PLD	29.32%	1,290,343
PRD	46.14%	2,030,420
PRSC	18.56%	816,678
CUARTA VIA	5.46%	240,480
PAP	0.52%	22,680
	100.00%	4,400,601