

Serie Diálogo Democrático

La Organización Partidista
Principios de organización,
gestión y financiamiento en
una organización política
venezolana de corte
progresista.

Luis A. Ordoñez V.

Julio, 2007



Serie: Diálogo Democrático

LA ORGANIZACIÓN PARTIDISTA

“Principios de organización, gestión y financiamiento en una organización política venezolana de corte progresista”

Luis A. Ordoñez V.

Julio de 2007

Los análisis y opiniones contenidos en el presente documento son responsabilidad del autor, y en nada comprometen al Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS) y a la Asociación Civil Liderazgo y Visión como organizaciones que asumieron el compromiso de coordinar su elaboración y promover su debate público.

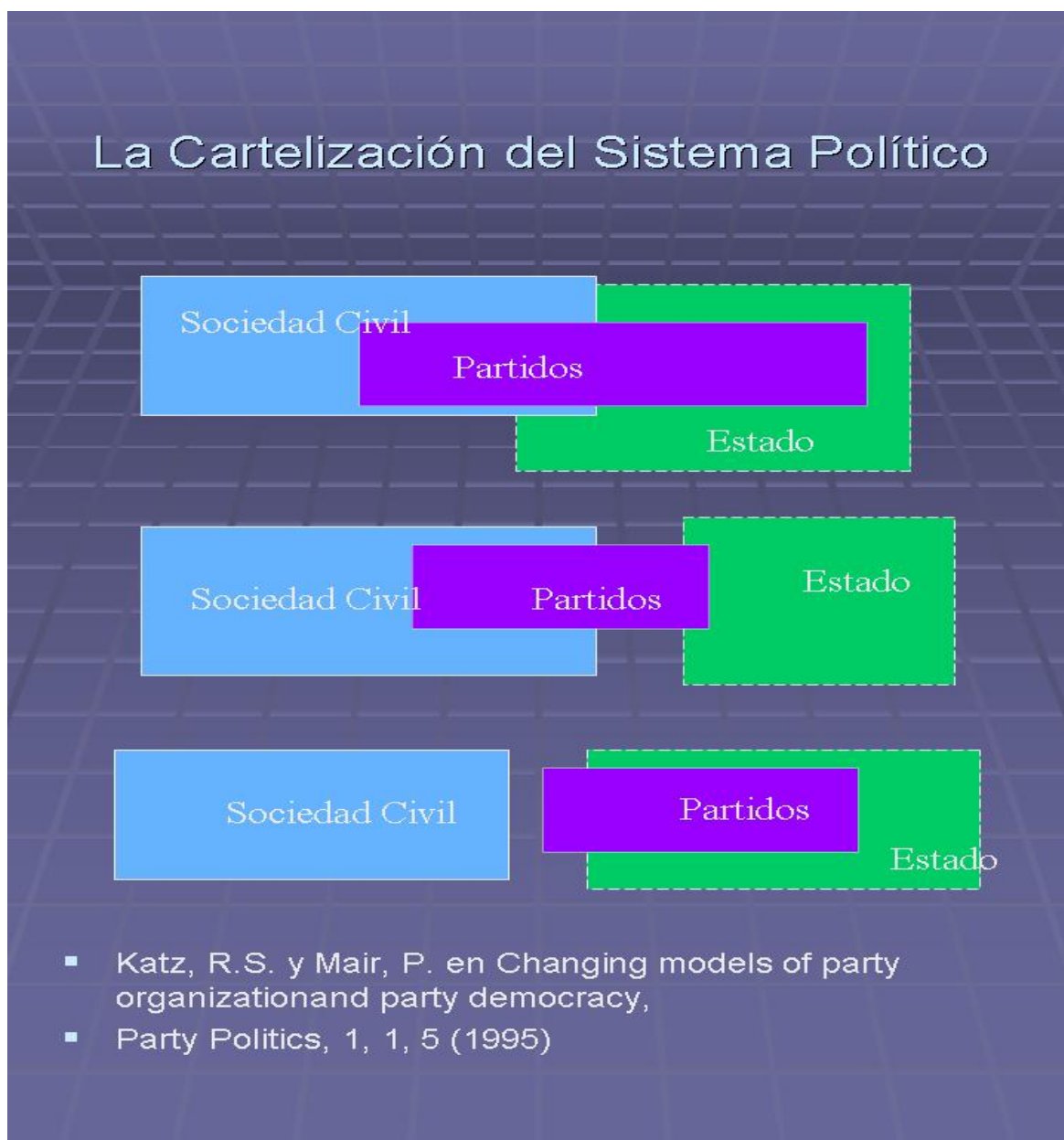
INDICE

Introducción: la dificultad de cambio en los partidos.	3
1.- Los Objetivos de los partidos políticos.	5
a.- La selección de gobernantes y la obtención del poder.	5
b.- El control del aparato del Estado	6
c.- La generación de políticas públicas y la representación de opinión.....	6
2.- Las Estructuras organizativas necesarias para lograr los objetivos de los partidos....	9
a.- La organización general del partido	9
b.- La organización electoral	10
c.- La organización sectorial.....	11
d.- La organización local	11
3.- Los Sistemas de Apoyo a la organización	11
a.- La capacitación de los recursos humanos	12
b.- Las finanzas partidistas.....	13
c.- La infraestructura comunicativa	14
d.- El apoyo a la Dirección	16
4.- Los requerimientos sociales.....	19
a.- Los partidos como facilitadores de la participación ciudadana	19
b.- Los partidos como contralores de la gestión pública.....	20
c.- Transparencia	22
d.- A modo de conclusión.....	22
5.- Bibliografía citada en el texto.....	23
ANEXO UNICO: Normativas Legales aplicadas a las Finanzas de los partidos políticos	25

Introducción: la dificultad de cambio en los partidos.

Los partidos políticos venezolanos han venido sufriendo en los últimos lustros una crisis monumental. De los arrogantes AD, COPEI y MAS de los ochenta y noventa, a los intentos por sobrevivir de todos las siglas existentes para estos finales de la primera década del siglo XXI, ha transcurrido un amplio trecho.

Nuestros estudios parecieran indicar que la causa fundamental de esta crisis de los partidos venezolanos de la democracia recayó en la aparición del fenómeno de la cartelización en nuestro sistema político. Tal como la describieron Katz y Mair por primera vez en 1995, el establecimiento de una relación mas estrecha entre los partidos y el Estado, que la que debería existir entre los partidos y los ciudadanos, produjo la erosión de la base de sustentación de aquellos, con los subsiguientes acontecimientos, a saber, la victoria de un candidato populista y la generación de situaciones anti-partido.



Esta preponderancia de la anti-política requiere, si aspiramos a vivir en democracia, el rescatar el concepto de la organización política como facilitadora de la participación ciudadana. Para ello es necesario que los partidos cambien. Sin embargo, la poca o ninguna capacidad de adaptación y cambio por parte de esos mismos partidos (véase por ejemplo: Ordóñez y Ordóñez, 2004a), inclusive ante situaciones tan extremas como lo fueron la Reforma del Estado que llevó a la elección directa de Gobernadores y Alcaldes en el año 1989, o la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela aprobada en el año 2000, que prohíbe el financiamiento del Estado a los partidos, fue alejando a las organizaciones políticas de los ciudadanos, y con ello de las posibilidades de ganar elecciones democráticas.

Este último fenómeno, la poca o ninguna capacidad de cambio, también había sido ya reportada para América Latina. Según Coppedge, M.(2001): "de los 1.200 partidos que compitieron en 166 elecciones legislativas en el siglo XX (en América Latina), solo 15 estuvieron presentes en todas las elecciones de sus respectivos países, y 80% sólo participaron una vez antes de desaparecer", lo cual lo lleva a concluir: "En todos los aspectos, los partidos tomados individualmente han experimentado muy pocos cambios organizativos. Sin embargo, muchos partidos han sido reemplazados por otros partidos con diferentes características organizativas. Este proceso de reemplazo puede ser entendido como "Darwinismo político".

Estas realidades, la crisis de los partidos existentes, y sus pocas posibilidades de cambio, obligan a plantearse la posibilidad de resolver el dilema de cómo generar organizaciones políticas para la democracia por la vía de la creación de nuevas organizaciones partidistas que se encuentren mejor preparadas que las previas para acometer las tareas políticas necesarias en la Venezuela actual, marcada por un Gobierno empeñado abiertamente en acabar con los partidos políticos que pudiesen adversarlo.

1.- Los Objetivos de los partidos políticos.

En su obra clásica "Los Partidos Políticos", Maurice Duverger (1957), al iniciar la discusión sobre Partidos y Regímenes Políticos, en el capítulo tercero, indica: "Quien conoce el derecho constitucional clásico e ignora el papel de los partidos, tiene una visión falsa de los regímenes políticos contemporáneos; quien conoce el papel de los partidos e ignora el derecho constitucional clásico tiene una visión incompleta, pero exacta, de los regímenes políticos contemporáneos", dando así el énfasis adecuado a lo que debería ser el estudio de las funciones de los partidos políticos en una sociedad, sobretodo si pretende ser democrática.

A pesar de lo anterior, es poco lo que se discute o se ha discutido en nuestro país sobre cuál es, o debería ser el papel de los partidos políticos en la sociedad. Incluso en un obra tan detallada y crítica en su análisis de los partidos políticos en nuestro medio, como lo fue: Reformas Para el Cambio Político: Las transformaciones que la democracia reclama (Volumen 3 de la Comisión Presidencial para la Reforma del Estado, 1993) se dedicó más atención al problema de la democracia interna de los partidos, que al de la función de los mismos en nuestro medio y como cumplirla. Creemos que esta falta de claridad conceptual acerca del rol de los partidos políticos en una sociedad democrática ha llevado a la crisis actual y a las dificultades que se presentan para superarla.

Esa ausencia de reflexión sobre el para qué existen los partidos políticos, ha llevado a situaciones como el cese del financiamiento a ellos, instituido en nuestra Constitución vigente, respondiendo a una percepción negativa de los partidos en la mente de los constituyentes y no a un análisis de las funciones que cumplen y cuales de ellas deben ser apoyadas por el Estado y cuales no.

En lo que sigue, trataremos de revisar los objetivos de los partidos utilizando las grandes categorías que utilizó Duverger en su obra, pero dándoles un sentido más amplio que el utilizado por él. Adicionalmente presentaremos en forma de esquema, otras formulaciones de esa función realizadas por autores posteriores.

a.- La selección de gobernantes y la obtención del poder.

"Los partidos y la selección de los gobernantes" titula Duverger parte de su obra. "Antes de ser escogido por sus electores, el diputado es escogido por el partido: los electores no hacen más que ratificar esta selección". Una idea similar sostiene Justin Fisher en *British Political Parties*, al tratar el tema del reclutamiento y selección de candidatos al parlamento británico.

Además de la selección de los candidatos, debemos incluir en esta sección los esfuerzos que realizan los partidos para presentar sus candidatos a la opinión pública y lograr el apoyo del electorado; en fin, todas las actividades de campaña electoral propiamente dicha, llegando hasta la representación en las mesas y la defensa del voto.

Así entendido, y en función de la organización de un partido, es indudable que se debe contar con estructuras para la selección, presentación y elección de candidatos a puestos electivos. Esta es la más clara función de los partidos, y por ello están

usualmente equipados para ella. Baste citar aquí el caso del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) el cual, en boca de uno de sus ideólogos (Izarra, W., 2007) se ha definido así: “Veo el rol del partido como acto revolucionario, para ganar elecciones, tomar el poder y transferirlo a las comunidades, democracia directa. No lo veo como un acto burocrático de ganar las elecciones, usufructuar el poder y servir de intermediario, como ahora...”

b.- El control del aparato del Estado

Que los representantes del partido ganen elecciones no lo es todo. Dirigir el aparato del Estado en cualquiera de sus diferentes ramas, pero en particular en las ramas ejecutiva y legislativa, implica disponer de los recursos humanos con posibilidades de llevar adelante las tareas encomendadas. En nuestro país esto se refiere por lo menos a todo el personal llamado “de confianza” en los diferentes nomencladores de la administración pública.

Este tema representa uno de los más grandes retos de cualquier partido político en Venezuela, estar en capacidad de formar, preparar, orientar, coordinar este recurso de ciudadanos, militantes en la mayoría de los casos, que se incorporan en forma directa o indirecta al Estado para su control y movilización. Es en este punto que se centran las discusiones teóricas sobre los militantes, el segundo dilema organizativo de los partidos según Angelo Panebianco (1995), el de promover incentivos colectivos contra incentivos selectivos, donde estos últimos estarían exacerbados en el clientelismo. En otras palabras, reclutar militantes con sentido de beneficiar al país, y capacitarlos, en caso de que vayan a ser incorporados selectivamente para participar en la tarea.

El como incorporar a su militancia, y el como prepararla para ayudar en la conducción del Estado se presenta entonces como uno de los grandes retos de un partido venezolano moderno, ya que ha sido en este aspecto donde mayores críticas han recibido por parte de la ciudadanía. Aquí se debe hacer énfasis al menos en dos estructuras partidistas. La primera, la forma de cómo agrupar a los militantes y simpatizantes: “la organización sectorial” de la militancia. La segunda, los mecanismos de socialización y capacitación de esa militancia. Este punto lo atenderemos más adelante.

c.- La generación de políticas públicas y la representación de opinión.

Según Duverger: “Se considera generalmente al sistema de partidos existentes en un país como el resultado de la estructura de su opinión pública. Pero lo contrario es igualmente cierto: la estructura de la opinión pública es, en gran medida, la consecuencia del sistema de partidos, tal como resulta de las circunstancias históricas, de la evolución política y de un conjunto de factores complejos, en los que el régimen electoral desempeña un papel preponderante.”

Por su parte, en el ya mencionado libro de Fisher, se indica que: “los partidos políticos tratan de ofrecer al electorado una escogencia, principalmente a través de la presentación de programas políticos alternativos”, esto a su vez está íntimamente ligado a otro aspecto que no es otro que el de la función de Representación de los partidos, según la cual los partidos ofrecen una voz a los principales segmentos de

opinión e intereses dentro del país. He aquí una diferencia importante entre los partidos y los grupos de presión ya que aquellos pretenden agregar intereses, y por ello deben convertir en unas pocas la multitud de presiones, tanto del electorado como de la élite partidista, y priorizar esas demandas o exigencias.

Pero en el proceso de agregar intereses a fin de presentar las propuestas del partido a la sociedad se hace necesario desarrollar la función "capacidad de pensar" de los partidos. Oscar Grossmann Zamora (2004), en la materia Gestión de Partidos Políticos de la Maestría de Ciencia Política de la USB, desarrollaba en un trabajo elaborado sobre este tema :

"Robert Dreyfuss de la prestigiosa revista The Nation (2004), afirma la relevancia que los Centros de Pensamiento ("Think Tanks") han tenido para el fortalecimiento del partido republicano en los Estados Unidos y argumenta sobre la necesidad de suplir esa falla en el partido demócrata; según Dreyfuss: 'Comenzando en los setenta, los "think tanks" conservadores han forjado las ideas sobre las cuales se funda la Fortaleza Republicana.... Para balancear el debate nacional los Demócratas necesitan 'un cerebro propio'

"Los partidos políticos alemanes han sido pioneros en ese aspecto, utilizando las Fundaciones Políticas que incluyen "...expertos en política exterior, economía y política doméstica, así como investigación social ..." tal como otros países utilizan a sus Centros de Pensamiento o "Think tanks". Si bien estas fundaciones poseen una personalidad jurídica propia y son independientes, sus orígenes y su práctica están estrechamente vinculados a partidos políticos específicos, quienes constituyen su principal audiencia según Thunert, M."

*"Lo anterior entra en colisión con una tendencia reciente a tratar de incluir la consultoría externa como asesores a los partidos, tanto en los aspectos electorales como en el diseño de propuestas y análisis de políticas públicas **"lo cual sin embargo exigiría que dentro de los partidos hubiese interlocutores capaces de interactuar con esos consultores y procesar sus recomendaciones."*** (negrillas del autor, LO)

Es por ello que, para un partido que inicie sus actividades, resulta interesante definir estructuras adecuadas para poder *procesar conocimiento*, entendiendo por esto el recoger necesidades (sensación de problemas), estructurar soluciones en forma de alternativas, y presentarlas a la alta dirigencia para su selección y promoción pública, o implantación en caso de detentar el poder. En este proceso es vital poder interactuar con los sectores académicos y expertos y de allí la necesidad de contar con instancias como los "think tanks" o fundaciones antes mencionadas. En el esquema que se muestra a continuación se puede apreciar que, para realizar la mayoría de las tareas que pueden ser consideradas como de "representación de opinión" es conveniente tener claramente definidas las "capacidades de pensar" de la organización política, es decir a los responsables de evaluar y presentar alternativas a la alta dirigencia, previo a la toma de decisiones.

Es de hacer notar en este punto que tradicionalmente en nuestro país estas funciones han sido asumidas por las oficinas públicas controladas por el Ejecutivo. De manera que a los partidos en oposición no les queda otro recurso que criticar las

actividades del partido en gobierno, sin poder avanzar propuestas alternativas (salvo aquellas adelantadas por militantes que tuvieron funciones de gobierno en algún período anterior). Si al final lo que se persigue es lograr el “bienestar social”, un partido venezolano progresista no puede dejar de movilizar a todos los sectores de la vida nacional para que aporten sus ideas al proceso de cambio requerido.

Hasta aquí el análisis de los objetivos de los partidos políticos. En general los autores al referirse a las funciones y objetivos de estas organizaciones incluyen acciones específicas realizadas por las mismas. Nos hemos permitido un ejercicio de reorganizar varias actividades atribuidas a los partidos por diferentes autores de acuerdo a la división propuesta por Duverger, con el resultado que se muestra en el siguiente esquema:

LA FUNCIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Siguiendo los lineamientos de Duverger, M. (1.957)

1.- LA SELECCIÓN DE GOBERNANTES Y LA OBTENCIÓN DEL PODER

- A./ Selección electoral
- A./ Reclutamiento y selección de candidatos al parlamento
- B./ Nominación de candidatos
- B./ Movilización electoral
- C./ Mecanismos de escogencia social
- C./ Reclutamiento de candidatos
- C./ Selección de candidatos
- C./ Ejecución de campañas

2.- EL CONTROL DEL APARATO DEL ESTADO

- A./ Educación política y comunicación
- B./ Formación y mantenimiento de gobiernos
- C./ Hacer gobierno

3.- LA GENERACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN DE OPINIÓN

- A./ Representación
- A./ Formulación de políticas
- A./ Educación política y comunicación
- A./ Participación política
- B./ Estructuración de los temas de agenda
- B./ Representación de los diferentes grupos sociales
- B./ Agregación de intereses
- B./ Integración Social
- D./ Intermediación y canalización de intereses
- D./ Representación política.

La opinión de los siguientes autores se reflejó de acuerdo al siguiente código:

- A./ Fisher, J. (1996)
- B./ Diamond, L. and Gunther, R. (2001)
- C./ Katz, R.S. and Crotty, W.J. (2006)
- D./ OEA-BID Capacitación para líderes democráticos- Partidos Politicos, (2005)

2.- Las Estructuras organizativas necesarias para lograr los objetivos de los partidos

a.- La organización general del partido

Una de las estrategias que se emplean dentro del enfoque de Gerencia de Sistemas Conductuales para analizar organizaciones es el "Sistema de Desempeño Total" o "Diagrama General del Sistema" (Brethower, 1982; Yáber, 2004). Este diagrama permite visualizar una organización desde el punto de vista funcional, lo que agrega valor al organigrama, que es el recurso que normalmente se emplea para representar la estructura de la organización. El organigrama permite visualizar las relaciones de autoridad y las responsabilidades de cada persona en la organización. El Sistema de Desempeño Total (SDT) permite analizar las funciones que realizan los distintos elementos en el sistema conductual. Con el Sistema de Desempeño Total además se pueden identificar oportunidades de cambio y desarrollo en las organizaciones. En su versión actual (Yáber, 2004) consta de nueve componentes: 1) La misión del sistema; 2) los resultados (productos o servicios); 3) los beneficiarios o clientes; 4) los insumos o recursos; 5) los procesos del sistema; 6) la información de retorno del proceso; 7) la información de retorno de los beneficiarios; 8) la cooperación y 9) la planificación.

Hemos realizado (Ordóñez y Yáber, en preparación) un ejercicio de ajustar el SDT a los partidos políticos, basados tanto en las funciones reconocidas de los partidos, como en la experiencia de los mismos, el resultado se muestra en la Figura 1.

Lo que más llama la atención al analizar el esquema logrado es la necesidad de reconocer que los dirigentes políticos son, al tiempo que líderes sociales, gerentes de sus organizaciones, con la responsabilidad de dirigir eficientemente estructuras complejas. Nuestros estudios demuestran que es poca la auto imagen que tienen los directivos partidistas tradicionales en Venezuela de esta realidad del dirigente político. En resultados preliminares por ejemplo, hemos identificado una ausencia casi total de percepción de la militancia, simpatizantes y ciudadanía en general como "clientes" de la organización, a los cuales ésta se debe. Esto se ha traducido en graves deficiencias en los aspectos comunicacionales (ver por ejemplo: Ordóñez y Ordóñez, L. (2005)).

Por otra parte, esa poca atención a los aspectos organizacionales ha llevado a graves errores de diseño de las organizaciones, como por ejemplo a olvidar la necesaria relación que debe existir entre la estructura que se diseña y las funciones que debe cumplir la organización política. El DST esta diseñado para ayudar a subsanar estas deficiencias.

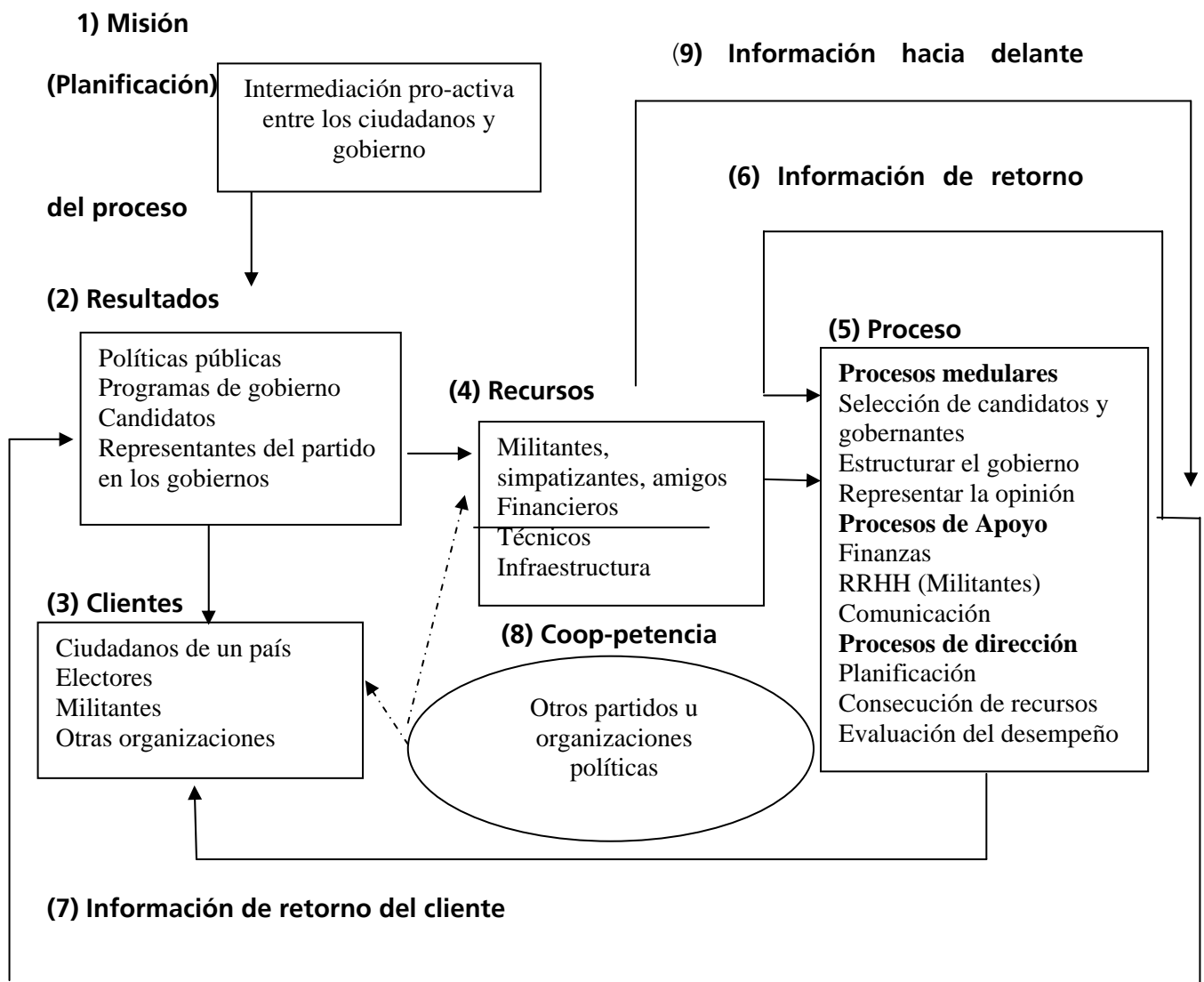


Figura 1. Sistema de Desempeño Total de un partido político

b.- La organización electoral

Si analizamos la organización requerida para adelantar los procesos electorales de manera exitosa, desde el Sistema de Desempeño Total de un partido político, la misma correspondería al proceso de selección de candidatos y gobernantes, y se refiere tanto a la selección de los diferentes candidatos, como a su participación en los procesos electorales. Este proceso deberá concluir en el lugar de votación de los ciudadanos, es decir en el Centro Electoral y, como quiera que cada vez más estructuras como los Consejos Comunales serán protagonistas del hecho político, es a partir de allí que deberán generarse las estructuras que progresivamente conformen el sistema que culmina con la elección del Presidente de la República.

Bien sea que se trabaje con grupos organizados a nivel de Centro Electoral (el mínimo requerido) o asociaciones menores, en el momento electoral no caben otro tipo de sectorizaciones y por ello esta estructura debe ser general para todos los militantes. Lo anterior acepta el reto de pretender operacionalizar las actividades de

los militantes a lo largo de dos ejes; por una parte su actividad en el momento electoral, por el otro, su actividad ciudadana y sectorial.

c.- La organización sectorial

Pero la conformación de los miembros y simpatizantes alrededor de los espacios electorales no es suficiente. Tanto en el área de las funciones del partido relativas a "Representar la opinión pública", como en la de "Estructurar el Gobierno", son necesarios conocimientos especializados obtenidos tanto por el estudio como por la experiencia de vida, de allí que la organización sectorial por áreas del conocimiento en base a estudios o experiencia sea fundamental para poder aspirar a una adecuada movilización de recursos humanos aptos para apoyar al partido en la consecución de sus metas.

Somos incluso de la opinión que, dado el desarrollo planteado a los Consejos Comunales, en éstos la organización sectorial debería adquirir prioridad a fin de enfrentar los diferentes retos que presentan estas estructuras. Sin olvidar que en la macro escala, los problemas nacionales, con su complejidad incrementada, requerirán de un conocimiento experto que sólo podría obtenerse de una militancia organizada a nivel nacional.

d.- La organización local

Cabe la pregunta: ¿A cuál organización local nos referimos? Porque ciertamente la División Político Territorial a la cual se habían acostumbrado los partidos tradicionales ha dejado de existir; el Municipio y la Parroquia dejaron de ser las instancias primarias de la organización, correspondiendo la nueva etapa a una de organización alrededor de los Consejos Comunales, donde con toda seguridad estarán adscritos los Centros de Votación.

Es por lo anterior que a la brevedad se debe iniciar el trabajo de organizar los núcleos partidistas por Consejo Comunal, que luego procederán a conformar los Comandos Electorales responsables de las operaciones requeridas para garantizar el ejercicio del voto en los Centros de Votación. Esto obliga a la vez, a generar programas de capacitación para esa dirigencia basados en las actividades que desarrollan, o deben desarrollar los Consejos Comunales. Porque son los líderes comunitarios los que le interesan a la estructura partidista, sobre todo aquellos que lo hacen con ánimo altruista, convencidos que es con su propio esfuerzo que pueden mejorar su calidad de vida; de allí que la organización política deba verse a sí misma como facilitadora de las actividades de los ciudadanos, quienes deben encontrar en ella mecanismos para facilitar la consecución de sus anhelos.

3.- Los Sistemas de Apoyo a la organización

Si bien los objetivos del partido ya fueron claramente expresados, a saber: obtener el poder, controlar el Estado y representar a los ciudadanos, y para ello es obvio que deberá estructurarse en función de organizar a sus militantes y simpatizantes para concurrir a los procesos electorales y para movilizar su conocimiento en función de estudios y experiencia en apoyo a su papel como gobierno u oposición, no es menos

cierto que para poder optimizar este esfuerzo y alcanzar los resultados ambicionados la organización partidista deberá contar con Sistemas de Apoyo, los cuales procedemos a discutir a continuación.

a.- La capacitación de los recursos humanos

Este aspecto fundamental, y poco desarrollado en las instancias partidistas tradicionales venezolanas es, en nuestra opinión, la piedra angular sobre la que deberá descansar el desarrollo de los partidos venezolanos del futuro. En un estudio anterior (Ordóñez, L. y otros (1997)), señalamos que pretendíamos cambiar a Venezuela a través de la capacitación masiva de militantes adultos: *“De allí que una de las obligaciones de los partidos políticos de nuestra democracia sea la de educar a su militancia en este “ser ciudadano”, en este aprender a entender el mundo y enfrentarlo como ciudadanos capaces de actuar en esta sociedad y transformarla. Y por ello los partidos deben de verse a si mismos como escuelas masivas de modernidad, de manera que sus militancias se comporten como factor de transformación de la sociedad donde quiera que les toque actuar, el barrio, la escuela, o el trabajo...No debería ocurrir que existiese un militante de partido que no fuese capaz de enfrentar su entorno existencial con las actitudes y destrezas mencionadas ... Pero para ello debemos cambiar, transformar los partidos.”*

Lo anterior implica disponer de estructuras capaces de educar a esa militancia, para que sea capaz de ayudar al partido a llevar a delante cualquiera de las tareas o funciones que se esperan de él. Es decir, se debe preparar la militancia para ser candidato elegible, estructurar gobiernos o adelantar procesos de opinión y transformación social. Todo esto requiere de una infraestructura económica y humana que requiere atención particular por parte de la mas alta dirigencia (léase gerencia) partidista.

Para lograr lo anterior en la escala que se hace necesario, las tecnologías electrónicas de información son fundamentales. La enseñanza virtual debe así conquistar preeminencia, y el ciudadano, el simpatizante o el militante deben encontrar en las páginas web del partido, no sólo la información que los oriente para entender los procesos sociales, sino también los recursos para adquirir las herramientas que pudiesen requerir para intervenir en esos procesos, trátase de textos, de videos o de audios, las páginas web son una manera de hacer cotidiano el contacto entre los centros difusores de conocimiento y la ciudadanía que los requiera. En este punto es conveniente acotar, que si bien la meta debe ser lograr que todos los ciudadanos utilicen con facilidad y eficiencia esta poderosa alternativa, lo cierto es que todavía estamos lejos de esa posibilidad; sin embargo, en casi toda la geografía venezolana se ha ido desarrollando una red de ciber-cafés, info-centros y accesos diversos a Internet (CANTV, televisión por cable, etc.) que ya permitiría considerar como probable la alternativa de lograr que los niveles dirigentes utilizarasen las tecnologías electrónicas de comunicación e información para sus tareas partidistas.

El hecho de que exista y sea bien utilizado un medio de comunicación tan moderno como las páginas web no anula el enorme potencial de otros medios de comunicación tan poderosos como los medios escritos. Una imprenta puede ser una fuente de ingresos para el partido, pero si además se utiliza para imprimir una revista de circulación nacional que pueda ser adquirida en el kiosco de periódicos de la

esquina, se convierte en una herramienta de enorme impacto para la transformación de Venezuela. Si la revista contribuye al esfuerzo partidista de capacitación de su militancia y de la ciudadanía en general, pasa a ser piedra angular del proceso fundamental de la organización partidista. Ciertamente que todo lo anterior es un sueño si no existe una base económica adecuada, lo cual analizaremos en la próxima sección.

b.- Las finanzas partidistas

El problema de las finanzas partidistas tiene varias facetas: por una parte el lograr recursos económicos; adicionalmente, el cómo administrarlos.

Con relación al origen de los recursos económicos, decíamos en una reciente publicación sobre el tema *“...la sociedad estará más dispuesta a que se otorguen dineros públicos a los partidos por realizar tareas y actividades que la misma sociedad considera importantes”*.

Este esquema de financiamiento, según Schefold, ha demostrado ser eficaz en los países de la Comunidad Europea, basados precisamente en la idea de que ciertas actividades de los partidos son de interés particular, por lo que su promoción por parte del Estado se justifica. Las formas de realizar esto varían, y el mismo Schefold menciona el caso de los Países Bajos, donde se financian las tareas de investigación y de entrenamiento y estímulo a la participación política de jóvenes que realizan los partidos, mientras en los países nórdicos el financiamiento público se inició a través del financiamiento de los órganos de prensa de los partidos. En América Latina, México reconoce a nivel constitucional un financiamiento a las actividades que los partidos realicen relativas a la educación, capacitación, investigación socioeconómica y política, así como a las tareas editoriales, diferenciando este financiamiento del que se realiza para el funcionamiento de las organizaciones y del que se realiza para campañas electorales.”

En este contexto, la anunciada nueva reforma de la Constitución pudiese abrir la posibilidad de retornar al financiamiento de los partidos por parte del Estado, aunque ... *“El principal actor de la reforma, el presidente Hugo Chávez, está simultáneamente enfrascado en un proceso de creación de un partido que agruparía en una sola organización a todos los partidos y asociaciones políticas, incluso sindicatos, que actualmente lo apoyan.Sin embargo, creemos que los partidos políticos deben recibir fondos por parte del Estado, porque sin duda las actividades que realizan los partidos son de interés público. Pero también es de interés público que las realicen bien, y eso no está garantizado con el financiamiento. Por eso nuestra intención es poner sobre el tapete un método de financiamiento que permitiría a la sociedad venezolana involucrarse no solo en la decisión sobre financiar o no a los partidos, sino en la relación de los partidos con esa sociedad, punto éste que yace en los cimientos del problema del dinero que se le entrega a la política. Así, los dineros públicos que reciban los partidos se justificarían sobre las actividades que la sociedad venezolana considere importante que los partidos desarrollen, y esa misma sociedad estaría interesada en que los partidos ejecuten de manera satisfactoria esas actividades. Interés y control, creemos que ésa es una buena combinación para establecer mecanismos eficientes de financiamiento público de los partidos políticos.”(Ordóñez y Ordóñez, 2007)*

En cuanto a las fuentes de financiamiento privadas es bueno al menos tratar de generar una lista tentativa de posibles fuentes de ingresos, así:

- *Las cotizaciones*, fundamentales en nuestra opinión, si no por lo importante cuantitativamente de ese financiamiento en cuanto a montos absolutos, si por lo que representa simbólicamente de vínculo entre el ciudadano y su organización. Psicológicamente el cotizante adquiere “derechos” difíciles de percibir sin la existencia de este vínculo.
Los mecanismos de cómo recabar estos fondos y como distribuirlos en los diferentes niveles de la organización, son motivo de discusión, pero el resultado final hace que valga la pena el esfuerzo.
- *Ingresos propios*, tanto en las áreas de capacitación, como en actividades de interés directo o indirecto para el partido, como pudiesen ser imprentas o empresas para la elaboración de propaganda (materiales POP). Es así posible generar mecanismos duales, que por una parte trabajen directamente para el partido, elaborándole bienes y servicios para su actividad cotidiana o en períodos electorales, y por la otra, puedan ser contratados por instancias privadas en función de sus propios intereses (v.gr. una imprenta que acepte tareas externas, además de imprimir los materiales partidistas).
- *Ingresos propios no vinculados al trabajo partidista*. Son conocidas las inversiones que hacen los partidos europeos en fondos de tipo fideicomiso con la banca establecida, o la compra de acciones en empresas privadas. Un caso reseñado en nuestro país es el del partido Patria Para Todos (PPT) que constituyó una empresa de taxis como recurso financiero del partido.

En relación a como administrar los recursos partidistas, y sin mayores comentarios, incluyo un anexo realizado por un experto en finanzas sobre las normativas legales aplicadas a las finanzas de los Partidos Políticos (Pineda, R. 2007).

c.- La infraestructura comunicativa

Creemos que “bajar línea desde las instancias de dirección más altas del partido a las bases del mismo y al resto de la sociedad, sociedad y militancia vistas como bloques uniformes y en la mayoría de los casos como el mismo bloque, es un modelo de comunicaciones producto de la visión que se tiene de lo que es y debe ser la comunicación de la organización partidista. Pero este modelo no satisface las necesidades de comunicación ni de los militantes ni de la sociedad, y tampoco contribuye como puede creerse con el control del poder en la organización partidista. Por ello, es indispensable que los partidos se aboquen a la tarea de crear nuevas formas de comunicarse tanto al interior de sus organizaciones como con el resto de la sociedad que permitan que la estructura partidista funcione adecuadamente, que sirva para resolver de manera satisfactoria los juegos de poder que el uso y control de esas formas de comunicación produzcan en el partido, y que haga efectiva la comunicación como función básica del partido. Esto último, sin duda pasa por entender que la sociedad no es un todo homogéneo y que para comunicarse con todos hay que dividir a esos todos en muchas partes, y no sólo en grupos etarios o en clases sociales, los partidos deben comunicarse con grupos tan difíciles como el alto porcentaje de ciudadanos que dice no confiar en las organizaciones partidistas, conformado por gente de cualquier edad y grupo socioeconómico.

Si este proceso de buscar y experimentar nuevas formas de comunicación en los partidos se traduce en un cambio de visión de lo que es la comunicación de los partidos, tendremos la oportunidad de contrastar las palabras de Peter Drucker, quien considera que la comunicación no es un medio de la organización sino un modelo de organización (Drucker, 2002), y si estas palabras resultaran ciertas, los partidos le estarán brindando a la sociedad venezolana justo lo que está pidiendo: nuevos modelos de organización partidista.”(Ordóñez y Ordóñez (2005))

En el trabajo titulado: “La comunicación estratégica en los partidos políticos: más allá del mercadeo electoral”, Diana Medina (2004), para entonces cursante de la materia Gestión de Partidos Políticos en la Maestría de Ciencia Política de la USB, sugería, basada en el modelo desarrollado por Italo Pizzolante (2004) una:

“Estructura organizacional propuesta para el área de comunicaciones de un partido político:

- *Secretaría de Comunicaciones: bajo esta figura se agrupan y centralizan todos los aspectos comunicacionales del partido. Esta instancia responde directamente a la directiva del partido y participa de la toma de decisiones y del diseño de estrategias del partido como organización. Su rol es trabajar en conjunto con las áreas que tiene subordinadas en el diseño de los planes y estrategias de comunicación.*
- *Comunicaciones Internas: su responsabilidad es diseñar estrategias y planificar acciones destinadas exclusivamente para públicos internos. En este sentido debe trabajar en coordinación con la instancia dedicada a la captación de militantes inscritos y con la instancia que administra los recursos humanos del partido. Está bajo su responsabilidad el mantener informado a todos los militantes y representantes del partido generando herramientas de comunicación en las dos direcciones que permitan mantener un canal transparente y permanente entre la organización central del partido y sus representantes en las distintas regiones y localidades.*
- *Comunicaciones externas: diseña estrategias y planifica acciones hacia públicos externos. Tiene bajo su responsabilidad acciones de RRPP y comunicación estratégicas hacia públicos externos. Al igual que el área de comunicaciones internas, debe generar herramientas efectivas para mantener el perfil del partido y difundir información de interés. Entre otras acciones esta área debe plantearse el desarrollo de ruedas de prensa, mesas redondas, visitas institucionales, boletines de prensa, actualizar y gerenciar la página Web. Este departamento debe monitorear permanentemente el entorno a través de los canales informativos tradicionales, plantearse diseño de escenarios de opinión pública, así como analizar discursos o presentaciones públicas de los líderes del partido y de contrarios.*
- *Publicidad y propaganda: esta área se encarga de los temas publicitarios y el diseño de material propagandístico que contribuyan a aumentar la simpatía por el partido. Este departamento formará parte fundamental del comando de campaña en tiempos de elecciones.*
- *Responsabilidad Social: el partido al igual que cualquier otra organización tiene una responsabilidad para con la sociedad; esta área se encargará de detectar*

posibles programas de contribución hacia las comunidades, así como encaminar donaciones y solicitudes similares que lleguen al partido”.

En nuestra opinión lo más interesante de la propuesta es la de separar claramente los diferentes públicos (externos e internos) de la organización y asignarles un tratamiento diferenciado. Obviamente, el esquema esta propuesto para la estructura nacional del partido, pero debe tener una concordancia con las estructuras tanto regionales como locales.

En adición a lo anterior, creemos que están dadas las condiciones para, y el momento que vive el país lo exige, que se desarrolle una “Plataforma Informática” que permita un nuevo nivel de comunicaciones entre el ciudadano, la militancia, la dirigencia baja, media y alta y las organizaciones intermedias de la sociedad. Nos referimos específicamente al uso intensivo de las “páginas web”, pero no como simples carteleras informativas, sino como elementos multi-media que permitan, desde la capacitación y la discusión de alternativas, a la difusión de las posiciones partidistas a la población en general.

Es de hacer notar que cuando hace ya algún tiempo estudiamos la utilización de las páginas web por los partidos políticos venezolanos (Ordóñez y Ordóñez (2004b)) encontramos que “las páginas de Internet no están siendo exploradas como medios de captar fondos ni son vistas como medios de comunicación entre los dirigentes y la militancia, tampoco entre la dirigencia nacional y los líderes regionales...los partidos tendrán que dejar de ver sus paginas como mecanismos ajenos y de mínima importancia para la vida partidista, y empezar a verlas como herramientas novedosas, sencillas y ágiles para establecer flujos de comunicación dentro de las organizaciones.”

d.- El apoyo a la Dirección

La dirigencia no es omnipotente, tiene limites en cuanto a su tiempo, a sus conocimientos, incluso en su capacidad de acumular información, por ello, una dirigencia que gerencia su organización requiere de apoyos específicos. De nuevo en palabras de Oscar Grossmann Zamora, quien se preguntaba en un trabajo elaborado sobre el tema (2004):

“ ¿ Estrategia o Planificación ?”

El debate entre estrategia y planificación, así como la combinación de ambos términos dentro del concepto muy extendido de Planificación Estratégica, no ha sido resuelto, y aporta elementos útiles para cualquier organización compleja (ej. Partidos Políticos) que se plantee la formalización de la “responsabilidad estratégica” de la organización.

Según el prestigioso coordinador del Grupo de Planificación de Shell, Arie de Geus (1988) , La Planificación Estratégica se propuso como la forma de “separar el pensar del hacer”, pero Mintzberg (1994) detecta una contradicción conceptual interna irreconciliable -en el uso de la combinación Planificación Estratégica -entre el proceso de síntesis que se refleja en las estrategias exitosas y el proceso de desglose y análisis que es obligante para la planificación . “Las estrategias más exitosas son visiones

no planes” y lo estratégico implica sintetizar todo el aprendizaje “en una visión que la empresa deba acometer”; para ello los planificadores deben suministrar análisis formales del entorno y datos para catalizar el proceso de pensamiento estratégico que realizan los decisores. ...Es necesario que los planificadores propongan las preguntas correctas en vez de tratar de encontrar las respuestas correctas. El propósito real de la planificación entonces “no es hacer planes sino cambiar los modelos mentales de los decisores”. ... El pensamiento estratégico intenta mediante un enfoque sistémico, “Comprender el Todo vs. Explicar las Partes”, en un esfuerzo de síntesis, para después proceder a una fase de Planificación que constituye un esfuerzo de desglose y análisis ordenado, susceptible de ser controlado y evaluado.

En ese proceso de “pensamiento estratégico/aprendizaje” identificado por De Geus serían pertinentes las interrogantes planteadas por Deutsch (1980) para entender los partidos políticos desde una perspectiva sistémica.

¿Cuál es la capacidad de aprendizaje de la organización?

¿Cuáles son los mecanismos de conducción y comunicación?

¿Cuál es la capacidad de autodeterminación?

¿Cómo captar y codificar la información externa?

¿Cómo evitar o minimizar “aprendizajes patológicos”?

¿Cómo medir la aceptación y satisfacción con las propuestas?

Deutsch analiza la organización política mediante una perspectiva sistémica y sostiene que la supervivencia dependerá de la capacidad de aprendizaje y novedad en la búsqueda de una “respuesta eficaz frente a algún desafío” ... “La capacidad de un sistema de decisión política para idear y ejecutar políticas fundamentalmente nuevas destinadas a hacer frente a nuevas condiciones, se relaciona evidentemente con su capacidad de combinar ítems de información de modo de formar nuevas pautas y hallar nuevas soluciones” “capacidad de producir novedad” entendiendo la política como “el método por excelencia que permite asegurar el tratamiento preferencial de los mensajes y las órdenes y la redistribución de los recursos humanos o materiales, y aparece así como un instrumento fundamental para retardar o acelerar el aprendizaje social y la innovación ... la política de occidente desarrolló técnicas significativas destinadas a acelerar la innovación como la regla de la mayoría, la protección de las minorías y la institucionalización del disenso.” (Deutsch, 1980).

Procesos de pensamiento estratégico en los partidos políticos

La investigación bibliográfica realizada sobre los procesos actuales de generación de estrategias y planificación en partidos políticos, arroja resultados sorprendentes por la aparente escasez de referencias. La búsqueda por vía digital en bases de datos especializadas en ciencias sociales, enfocada en términos como Planificación Estratégica, Planificación Política, Estrategia en Partidos Políticos, genera pocas referencias.

Al indagar en la literatura y enfocar la investigación desde una perspectiva más práctica, se pudo identificar como palabras claves asociadas a los procesos de pensamiento estratégico explícitamente utilizados en la actualidad por los partidos políticos, las siguientes: Think Tanks, Social planning, Political campaigns, Political advisors, Political judgment, Political consultants, Decision Making, Strategic Options, Campaign Consultants.

Las referencias consultadas permitieron identificar procesos de pensamiento estratégico en los partidos políticos modernos y agruparlos en tres vertientes :

- o Lo relacionado a campañas electorales
- o Las propuestas del partido a la sociedad
- o La supervivencia del partido y su razón de ser

Ante la tendencia que podría denominarse como “tercerización del pensamiento estratégico”, surge la interrogante sobre cómo se realiza la reflexión estratégica relacionada con la “razón de ser”, la “visión” y la “supervivencia” de las organizaciones políticas.

Algunas conversaciones informales, con políticos profesionales, indican que tal proceso, absolutamente imprescindible, se realiza de una manera informal, no estructurada, no explícita y altamente confidencial por parte de la alta jerarquía - el “círculo íntimo” del partido político - sin estructuras formales y permanentes para la función de apoyo técnico o investigativo. La principal razón que se aduce para explicar la falta de una estructura formal con la responsabilidad por la función de apoyo a los procesos de pensamiento estratégico, es la dificultad de asegurar un financiamiento estable para esa función, para la cual se requiere personal profesional calificado. Otra razón que se propone para explicar la informalidad, se refiere a la “cesión de poder” que el liderazgo formal del partido no estaría dispuesto a compartir con la unidad funcional.

Para entender el funcionamiento en la práctica de esas Unidades de Estrategia, sería pertinente preguntar:

¿Cuál es el perfil de sus integrantes?

¿Cuáles son sus procesos para captar información y proponer su discusión y evaluación dentro de los partidos?

¿Poseen responsabilidad por internalizar sus aprendizajes respecto al entorno?

¿Qué mecanismos horizontales de comunicación y retroalimentación utilizan?

¿Cuál es el foro decisor donde proponen una Agenda Estratégica y unas Iniciativas Estratégicas?

Con la excepción de Dror (1998), la investigación bibliográfica realizada no identificó referencias que trataran explícitamente esos aspectos del pensamiento estratégico de mayor jerarquía en los partidos políticos (“Grand Strategy”) relacionados con la supervivencia de la organización, su aprendizaje, adaptación y

procesos de cambio.

Nos hemos permitido reproducir extensamente el trabajo de Grossmann porque nos ubica perfectamente en las dos interrogantes que se presentan ante la dirigencia política interesada en generar un proyecto de partido, a saber:

¿Qué esperar del apoyo a la Dirección?

¿Cómo operacionalizarlo?

Lo que es indudable es que ya el líder político no puede aspirar a poseer el monopolio de la capacidad de pensar en el partido. Su papel es otro, es el de integrar las diferentes experticias y modelos conceptuales, el de dirigir el debate con respecto al devenir de la organización, es, al final, el de ayudar a tomar las decisiones que haya que tomar en función de las alternativas generadas por los diferentes estamentos del partido, de allí que la generación de una estructura en capacidad de facilitar estos procesos al mas alto nivel es fundamental a la hora de permitirle a un partido político el enfrentar con alguna probabilidad de éxito la enorme estructura del Ejecutivo encargada de generar estrategias de acción política.

En este respecto es fundamental entender claramente la necesidad de estructuras de interfase. Instancias que sepan leer por una parte el lenguaje de los técnicos, y por la otra que sepan comprender el lenguaje de los políticos. No podemos pedirles a los técnicos que entiendan a los políticos ni a estos últimos que hablen el lenguaje de los primeros. Este es el papel de los "Think tanks", de las unidades de análisis, o de cualquier otra designación, el poder comunicar a los dos sectores, el que presenta alternativas y el que decide en ultima instancia, de manera de manejar la complejidad del entorno en que se desempeña la política.

4.- Los requerimientos sociales.

a.- Los partidos como facilitadores de la participación ciudadana

El deficiente mecanismo usual de comunicación de los partidos venezolanos con su membresía quedó en clara evidencia en la sección dedicada a la comunicación. De reuniones de los más altos dirigentes del partido, realizadas los días lunes y con frecuencia semanal, o en algunos casos quincenal, se establecen las decisiones y directrices políticas y administrativas que el partido seguirá en los próximos días. Estas decisiones son difundidas por diferentes vías, reseñas en los medios de comunicación, mensajes personales o comunicación telefónica con dirigentes medios del partido, publicación en páginas web, correo electrónico o mensajes de texto telefónico y contacto directo, éste último se intensifica hacia el fin de semana con las giras personales que los altos dirigentes del partido realizan por el país.

Estas giras, debido a las reuniones ampliadas que conllevan, al contacto intensivo con miembros del partido, junto a asambleas de periodicidad contingente y contactos con personas y organizaciones extra partido que el dirigente pueda realizar, se convierten en el mecanismo de retroalimentación, de medir el impacto y la receptividad hacia esas decisiones y directrices, retroalimentación que el dirigente podrá llevar o no de insumo a la reunión del lunes siguiente.

En los momentos electorales, el proceso hasta aquí descrito no se ve alterado en demasía, simplemente se intensifican los contactos personales, en especial los de los candidatos, y se intensifica el uso de los medios de comunicación pagados, es decir, de la publicidad y la propaganda, medios que en tiempos no electorales se utilizan en muy contadas ocasiones debido a lo costoso de los mismos.

Obviamente lo anterior no es suficiente, mucho menos cuando se trata de incorporar a los procesos decisionales a la ciudadanía en general. *Ogilvy (2002) propone incluso maximizar la participación de las comunidades en la discusión y generación de estrategias, mediante mecanismos de discusión pública y metodología de desarrollo de escenarios. "Si vamos a considerar seriamente la idea de ciudadanía en democracia, entonces el establecimiento de la dirección de la comunidad hacia el futuro debe ser un acto de creatividad comunitaria, no simplemente la dirección de la comunidad por un grupo de individuos. Si la comunidad va a asumir responsabilidad por su avance, en vez de arribar a un futuro por fuerza de casualidades, entonces debe haber un medio de establecer esa dirección en un modo que utilice los impulsos creativos de esa comunidad de una forma coherente y pensada"*.

Estos procesos presuponen una dirigencia de base entrenada y dispuesta a aplicar estos procedimientos, a ser en realidad: facilitadores de los procesos de discusión en la comunidad, por una parte, y por la otra, interlocutores válidos en el seno del partido. Esto a su vez requiere de mecanismos encargados de capacitar y comunicar a ese dirigente, como hemos discutido en segmentos anteriores.

b.- Los partidos como contralores de la gestión pública

La ciudadanía ha venido percibiendo a los partidos políticos como corruptos, o al menos, como blandos ante la corrupción. Un mecanismo fundamental para revertir esta actitud es la de ser proactivos frente al problema de la corrupción. En un estudio financiado por el National Democratic Institute (NDI) y llevado a cabo en los partidos políticos de varios países asiáticos se trató de identificar mecanismos dentro de los partidos para promover la transparencia interna y reducir oportunidades para la corrupción desde el partido (Manikas y Thornton, 2003), así, se identificaron una serie de alternativas que vale la pena considerar por cualquier partido interesado en transmitir una posición de enfrentamiento a la corrupción, tales como:

- Involucramiento de toda la membresía en la elección de las directivas partidistas (incluyendo los administradores del partido).
- Participación de toda la membresía en la selección de los candidatos del partido a cargos electivos.
- Duración específica de los cargos de dirección partidista.
- Códigos de Conducta para las directivas y los candidatos del partido.
- Cláusulas contractuales para los candidatos y los dirigentes partidistas (Acuerdos sobre conflicto de intereses).
- Normas éticas para los candidatos y la dirigencia partidista.

- Declaraciones Públicas de Bienes.
- Procedimientos Disciplinarios.
- Instancias encargadas de la lucha anti-corrupción en el seno del partido.
- Criterios de evaluación y estrategias de monitoreo de los funcionarios públicos miembros del partido.
- Procedimientos abiertos para las cuentas financieras.
- Información publica sobre los nombres de los donantes al partido.
- Sistemas de auditoria externa, y
- Lineamientos y regulaciones para adelantar campañas pro-fondos.

En ese mismo estudio, al profundizar en lo relativo a la ética, la capacitación y la disciplina partidista, se aclara que *“con frecuencia el comportamiento ético se asocia a la lealtad partidista, ya que en muchos países se encontraron problemas con defecciones del partido. La mayoría de los parlamentarios entrevistados estuvo de acuerdo que los códigos de conducta y las regulaciones escritas no son suficientes por si solas. Se requiere de otras medidas preventivas, tales como la capacitación y procedimientos para obligarlas, tales como evaluación, monitoreo y procedimientos disciplinarios. Si no hay amenaza de sanción por cometer actos corruptos, tales como la compra de votos, y las regulaciones del partido son ignoradas, entonces el cambio conductual es poco probable.*

Aunque en todos los partidos tienen procesos disciplinarios formales, algunos argumentan que la presión informal y el reclamo privado son las formas mas efectivas porque protegen a los miembros y directivos del partido de “quedar mal”. Pocos directivos partidistas afirmaron que sus partidos proceden por los canales oficiales cuando existe algún problema. En su lugar, se prefiere manejar las cosas “discretamente”. Otros dirigentes partidistas, sin embargo, creen que si hay prácticas poco claras u opacas, se podrían aplicar inconsistentemente, o en base a favoritismos fraccionales, y pueden por lo tanto debilitar el respeto por las leyes y reglamentos oficiales del partido, propiciando una cultura de impunidad”.

Algunos mecanismos utilizados para incrementar la ética partidista, descritos en el mismo estudio, incluyen:

- Requisitos de elegibilidad para candidatos del partido, incluyendo códigos de conducta firmados que hacen responsables a los candidatos por sus campañas.
- Códigos de conducta para líderes del partido, monitoreados e implementados por Comités de Código de Conducta.
- Contratos que deben firmar antes de aceptar cargos públicos a nivel directivo (v.gr. ministros, gobernadores). En dichos contratos, vinculados a la conducta ética y la calidad de la gestión, el individuo acepta renunciar voluntariamente a su posición si los viola. El partido genera evaluaciones a intervalos regulares a fin de garantizar que el contrato se cumpla.

- En Malasia los partidos cuentan con asesores religiosos a todos los niveles para prestar asesoría ética y servir como mentores a los miembros del partido.
- También se han establecido comités disciplinarios independientes para investigar y castigar la corrupción dentro del partido.

c.- Transparencia

Tomados en conjunto los dos últimos puntos tratados con anterioridad: los partidos como facilitadores de la participación ciudadana y como contralores de la gestión pública, es solo natural que esos mismos ciudadanos aspiren a percibir un grado muy alto en la transparencia de los procedimientos internos de los partidos.

La “democracia intra-partido” es un término muy amplio que incluye una serie de mecanismos y procedimientos para incluir a los militantes de la organización en los procesos de discusión y decisión internas. Sus defensores lo hacen sobre la base de que prácticas de este tipo ayudan a fomentar el principio de la participación de los ciudadanos en la “cosa pública”. Si los activistas participan en las decisiones internas, se educan para una participación más amplia en los asuntos de la sociedad. (Susan Scarrow, 2005)

En adición a lo anterior, existen aspectos positivos de esta democracia intra-partido que apuntan en el sentido de facilitar una mayor aceptación de la organización política por parte de la sociedad en general, al percibir que se airean adecuadamente las diferentes posiciones internas, y que la organización no es controlada por cogollos que la utilizan, incluso por encima de los propios intereses ciudadanos. Así, una mayor democracia interna a la hora de definir controversias y tomar decisiones relacionadas con los diferentes puntos de vista de los ciudadanos en aspectos puntuales de políticas públicas, o a la hora de evaluar y controlar la acción de los funcionarios públicos, incluidos los mismos militantes del partido, permitiría reganar la confianza perdida de esa ciudadanía por las instancias partidistas, y consolidaría la democracia.

d.- A modo de conclusión

En un reciente Taller, celebrado con un grupo de estudiantes universitarios, se les consultó a los participantes sobre que cosas deberían cambiar en los partidos políticos para que la gente volviese a creer en ellos. Entre los elementos que deberían ser reinterpretados aparecieron frases como: renovar el liderazgo, ser consecuentes, resolver el problema de la corrupción, mantener posiciones balanceadas y críticas, presentar proyectos antes y después de ganar elecciones, coherencia en las ideas y continuidad, entre otras. Sin embargo, no nos dejó de llamar la atención que los elementos más votados fueron: Escuchar a la gente, y Organización.

Podríamos decir que la juventud le está pidiendo a los partidos políticos que se **Organicen para Escuchar a la Gente**, en otras palabras que vuelvan a ser verdaderos “Espacios Ciudadanos”. Este es el reto de la dirigencia política.

5.- Bibliografía citada en el texto

Brethower, D. M. (1982). The Total Performance System. En R.M. O'Brien, A.M. Dickinson y M. P. Rosow (eds.) Industrial Behavior Modification: A Management Handbook (pp. 350-369). New York: Pergamon Press.

Coppedge, M. (2001). Political Darwinism in Latin America's lost Decade, en Political Parties and Democracy, Diamond L., y Gunther R., Eds. The Johns Hopkins University Press.

COPRE (Comisión Presidencial para la Reforma del Estado) (1993). Reformas para el cambio político. Las transformaciones que la democracia reclama. Vol.3

De Geus, Ariel. Planning as Learning, HBR Apr. 1988.

Deutsch, K. Los Nervios del Gobierno- Capacidad de aprendizaje y creatividad en la política, Paidós, Buenos Aires, 2º reimpresión, 1980.

Diamond, L. and Gunther, R. (2001). Political Parties and Democracy. The Johns Hopkins University Press, Baltimore.

Dreyfuss, Robert., An Idea Factory for the Democrats, The Nation, 3/1/2004, Vol.278, Issue 8.

Dror, Y., Grand Strategic Thinking for Israel, Policy paper N° 23,1998, ACPR, www.Acpr.org.il.

Drucker, Peter (2002). La Gerencia, El Ateneo, Buenos Aires.

Duverger, Maurice, (1957). Los Partidos Políticos, México, Fondo de Cultura Económica.

Fisher, Justin (1996). British Political Parties, Prentice Hall Europe.

Grossmann Z., Oscar, (2004). El proceso de estrategia y Planificación en los partidos políticos, comunicación personal.

Izarra, William, (2007). "La rutina es contrarrevolucionaria", crónica por Sara Carolina Diaz en 1-2, domingo, 14 de enero de 2007, El Universal, Caracas.

Katz, R.S. y Mair, P. (1995). Changing models of party organization and party democracy, Party Politics, 1(1), 5-28.

Katz, R.S. and Crotty, W.J. (2006) Handbook of Party Politics. Sage Publications Ltd. USA.

Manikas, Meter M. y Thornton, Laura L. Eds., (2003) Political Parties in Asia: Promoting Reform and Combating Corruption in eight countries, National Democratic Institute for International Affairs. USA.

Medina, Diana (2004) La comunicación estratégica en los partidos políticos: más allá del mercadeo electoral, comunicación personal.

Mintzberg, H. The fall and rise of Strategic Planning, HBR, Jan-Feb 1994.

OEA-BID (Organización de Estados Americanos – Banco Interamericano de Desarrollo), (2005). Capacitación para líderes democráticos- Partidos Políticos.

Ogilvy, J. A. (2002). Creating Better Futures, NY, Oxford University Press.

Ordóñez, L., Abreu G., Montes de Oca, A., y Vazquez C., Y., (1997). De Pueblo a Ciudadanos: El relanzamiento de los partidos políticos venezolanos a través de la modernización de sus militantes, Ed. Panapo, Caracas.

Ordóñez, L. y Ordóñez S., L. (2004a). Evolución y cambio en los partidos políticos venezolanos. Politeia, 32-33, 95-112.

Ordóñez S., L. y Ordóñez, L. (2004b). Los partidos políticos venezolanos e Internet – Debates IESA, IX, 3: 49-52.

Ordóñez S., L. y Ordóñez, L. (2005) Bajar línea: La incomunicación organizacional de los partidos venezolanos. Comunicación, 130(2), 36-43.

Ordóñez S., L. y Ordóñez, L. (2007). Financiamiento público o privado: el falso dilema de los partidos políticos venezolanos. Nueva Sociedad, N° 209, 21-30.

Panebianco, Angelo. (1995). Modelos de Partido: Organización y poder en los partidos políticos. Madrid: Alianza Editorial.

Pineda, Ramón (2007). Comunicación personal.

Pizzolante, Italo (2004) en www.pizzolante.com/evangelizacion; consultado el 01 de octubre de 2004.

Scarrow, Susan (2005). Political Parties and Democracy in theoretical and practical perspectives: Implementing Intra-party democracy, National Democratic Institute for International Affairs, USA.

Schefold, Dian (1995). "Financiamiento de los partidos políticos: análisis comparado de los sistemas europeos", en THESING, J. y HOFMEISTER, W. *Partidos políticos en la democracia*, Buenos Aires, Konrad – Adenauer – Stiftung A.C. y Ciedla.

Thornton, Laura (2006). Political Party Strategies to Combat Corruption.

Thunert, Martin, (2000). Players beyond borders ? German Think tanks as catalyst of internationalization; Global Society, Apr 2000, Vol 14, Issue 2.

Yáber (2004). Cambio organizacional integral con gerencia de sistemas conductuales. Analogías del Comportamiento, 7, 47-74.

ANEXO UNICO

Normativas legales aplicables a las finanzas de los Partidos Políticos.-

A) Ley de Partidos Políticos, Reuniones Públicas y Manifestaciones

Artículo 2º.- Los partidos políticos son agrupaciones de carácter permanente cuyos miembros convienen en asociarse para participar, por medio lícitos, en la vida política del país, de acuerdo con programas y estatutos libremente acordados por ellos.

CAPITULO III De la Obligaciones de los Partidos Políticos

Artículo 25.- Son obligaciones de los partidos políticos:

4) No aceptar donaciones o subsidios de las entidades públicas, tengan o no carácter autónomo; de las compañías extranjeras o con casa matriz en el extranjero; de empresas concesionarias de obras públicas o de cualquier servicio de bienes propiedad del Estado; de estados extranjeros y organizaciones políticas extranjeras.

5) Llevar una documentación contable en la que consten los ingresos y la inversión de los recursos del partido.

A los efectos de esta disposición, las directivas nacionales de las organizaciones políticas deberán presentar ante el Consejo Supremo Electoral y las Directivas Regionales por ante la Gobernación del Estado, un libro diario, un libro mayor y un libro de inventarios, los cuales deberán ser encuadernados y foliados, la autoridad electoral o el Secretario de Gobierno Regional, según el caso, dejará constancia de los folios que éste tuviere, en el primer folio de cada libro, fechada y firmada; y en los siguientes folios hará estampar el sello de su oficina, y devolverá los libros a los interesados en un término no mayor de diez días.

Estos libros de contabilidad y sus respectivos comprobantes deberán ser conservados durante cinco años, por lo menos, contados a partir del último asiento de cada uno de ellos.

B) Ley Orgánica del Poder Electoral

Capítulo IV Competencia del Consejo Nacional Electoral

Artículo 33. Competencia. El Consejo Nacional Electoral tiene la siguiente competencia:

NUMERALES:

20. Establecer las directrices vinculantes en materia de financiamiento y publicidad político electoral, y aplicar sanciones cuando estas directrices no sean acatadas.

23. Determinar y regular todo lo relacionado con la financiación de las campañas electorales nacionales.

24. Velar por el cumplimiento de las disposiciones del ordenamiento jurídico en relación con el financiamiento de las campañas electorales de las organizaciones con fines políticos, grupos de electores, agrupación de ciudadanas o ciudadanos y de las personas que se postulen por iniciativa propia.

25. Velar por el cumplimiento de las disposiciones del ordenamiento jurídico en relación con el origen y manejo de los fondos de las organizaciones con fines políticos.

Capítulo VI De la Comisión de Participación Política y Financiamiento

Sección Primera. De su definición y funciones

Artículo 64. Naturaleza. La Comisión de Participación Política y Financiamiento es el órgano a cuyo cargo está promover la participación ciudadana en los asuntos públicos; de la formación, organización y actualización del registro de inscripciones de organizaciones con fines políticos, velando por el cumplimiento de los principios de democratización. Controla, regula e investiga los fondos de las agrupaciones con fines políticos, y el financiamiento de las campañas electorales de los mismos, de los grupos de electores, de las asociaciones de las ciudadanas o los ciudadanos, y de las ciudadanas

Sección Cuarta De la Oficina Nacional de Financiamiento

Artículo 69. Funciones. La Dirección Nacional de Participación Política estará dirigida por una Directora o Director de libre nombramiento y remoción, y tiene las siguientes funciones:

1. Sustanciar las investigaciones que le delegue la Comisión de Financiamiento y Participación Política sobre el origen y destino de los recursos económicos destinados a las campañas electorales de las organizaciones con fines políticos, grupos de electores y de las candidatas o candidatos postuladas o postulados por iniciativa propia, de conformidad con lo establecido en la ley.
2. Sustanciar las investigaciones que le delegue la Comisión de Financiamiento y Participación Política relacionadas con el origen y destino de los gastos de los fondos de financiamiento de las organizaciones con fines políticos, grupos de electores y de las candidatas o candidatos postuladas o postulados por iniciativa propia, de conformidad con lo establecido en la ley.
3. Recibir, organizar y archivar los recaudos sobre el origen de los fondos y el financiamiento de las campañas electorales de las organizaciones con fines políticos, grupos de electores, asociaciones de ciudadanas o ciudadanos y de las candidatas o candidatos postuladas o postulados por iniciativa propia.

C) Ley Orgánica del Sufragio y de Participación Política

Capítulo II Del Financiamiento de las Campañas Electorales

Artículo 202. Las organizaciones políticas y candidatos no podrán recibir contribuciones anónimas.

Artículo 203."Los partidos políticos y grupos de electores estarán obligados a llevar una contabilidad especial donde consten, junto con los ingresos, los egresos por concepto de propaganda. Los libros de contabilidad y sus soportes estarán a la disposición del Consejo Nacional Electoral y de la Contraloría General de la República.

Dichos partidos y grupos de electores presentarán pruebas fehacientes del gasto en los términos señalados en la ley.

D) Código Orgánico Tributario

Artículo 22. Son contribuyentes los sujetos pasivos respecto de los cuales se verifica el hecho imponible.

Dicha condición puede recaer:

Numerales:

3.- En las personas jurídicas y en los demás entes colectivos a los cuales otras ramas jurídicas atribuyen calidad de sujeto de derecho.