

ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE FINANCIAMIENTO DE CAMPAÑAS Y PARTIDOS POLÍTICOS CHILE

Claudio Fuentes¹

I. INTRODUCCIÓN

Chile es uno de los países más atrasados en materia de financiamiento de campañas y partidos en el hemisferio pues no existe un marco normativo que regule la relación entre dinero y política en procesos electorales. Las únicas normas que garantizan ciertos niveles de igualdad de oportunidad para los partidos y candidatos se vinculan al acceso a los medios en tiempos de campaña electoral.

El 20 de Mayo del 2003 el Congreso Nacional de Chile aprobó un proyecto de ley denominando “sobre transparencia, límite, y control de gasto electoral” que subsana algunos de los problemas y vacíos en la materia. Sin embargo, como se observará en este informe, la nueva iniciativa no resuelve temas fundamentales como son transparencia, los elevados costos de las campañas políticas y control del financiamiento privado. Adicionalmente, el proyecto todavía requiere la aprobación del Tribunal Constitucional, quien impugnó en primera instancia el proyecto aprobado en el Congreso por problemas vinculados a procedimiento. Se espera que durante el 2003 se apruebe dicha norma².

En este informe se da cuenta del marco jurídico actual sobre financiamiento de campañas y partidos en Chile, luego se da cuenta de los efectos del sistema de financiamiento—que es fundamentalmente privado y anónimo—en el caso nacional. En la parte final se da cuenta del nuevo proyecto aprobado en el Congreso y que espera ser promulgado en el transcurso del 2003.

II. MARCO JURÍDICO: UN MODELO DE FINANCIAMIENTO PRINCIPALMENTE PRIVADO ANÓNIMO

Los partidos políticos en Chile y las campañas políticas son financiados principalmente a partir de un financiamiento privado de carácter anónimo. Hasta junio del 2003 no existen regulaciones para definir la procedencia de dichos fondos, como tampoco un sistema de control de tales donaciones.

Financiamiento permanente de partidos políticos

El financiamiento permanente de los partidos políticos está regulado por la ley de carácter orgánico constitucional No. 18.603 que establece en el título V que los ingresos

¹ El autor agradece la colaboración en la sistematización de la información de Andrés Villar.

² La Ley No.19884, sobre Transparencia y límites del gasto electoral fue aprobada en agosto de 2003. En la parte de conclusiones de este artículo se abundará sobre las características de la nueva ley.

de los partidos políticos estarán constituidos por las cotizaciones ordinarias o extraordinarias que efectúen sus afiliados, por las donaciones, por las asignaciones testamentarias que se hagan en su favor y por los frutos y productos de los bienes de su patrimonio. Las cotizaciones, donaciones y asignaciones testamentarias que se hagan a favor de los partidos políticos están exentas de impuestos hasta por un monto de 30 Unidades Tributarias Mensuales (1.300 dólares). El artículo 33 prohíbe el financiamiento de partidos con fondos de origen foráneo.

La ley establece que los partidos deberán llevar un libro general de ingresos y egresos, uno de inventario, y uno de balance. El Director del Servicio Electoral, con consulta al Tribunal Calificador de Elecciones debe dictar instrucciones generales para realizar dicho balance.

Los partidos políticos tienen la obligación de generar un balance para cada año calendario que debe remitirse al Servicio Electoral. El Servicio Electoral puede solicitar aclaraciones e informaciones adicionales si lo considerase prudente. El Director del Servicio Electoral puede rechazar dicho documento cuando el balance no se ajustase a las anotaciones de los libros o si contuviere errores u omisiones manifiestas. Dicho balance es publicado en el diario oficial a costa de los partidos.

Tal como algunos estudios lo han indicado (Huneeus 1998) dicha norma es formal y desde su origen no tiene una intencionalidad de control público del financiamiento de los partidos. Por ejemplo, el Servicio Electoral puede investigar sólo los errores administrativos en la confección de los libros y no tiene capacidad para indagar en la procedencia de los fondos y donaciones que los privados hacen a los partidos. Adicionalmente, el Servicio Electoral tampoco tiene la capacidad física para hacer indagaciones y establecer hasta qué punto los ingresos y egresos de los partidos políticos en Chile se ajustan a la realidad. Finalmente, se advierte un retraso importante en la presentación de informes al servicio electoral. De acuerdo a la ley, los partidos deben presentar su balance a más tardar el día 30 de abril de cada año. Dicha información se hace pública a través del diario oficial con un retraso de entre 8 meses y un año.

En la presentación de aquellos informes anuales de ingresos y egresos, el grueso de su financiamiento (aproximadamente un 80%) corresponde a cuotas de afiliados. En 1995, los partidos políticos con representación en el Congreso reconocieron haber tenido ingresos por USD\$179.000 al año como promedio, un monto relativamente bajo, si se consideran las necesidades reales de los partidos. La cifra tiende a disminuir en el año 2000 y a recuperarse en el año 2001. Vale hacer notar fuertes variaciones entre partidos y a lo largo de los años. Llama la atención, por ejemplo, que Renovación Nacional muestra una declinación en sus ingresos. En el caso del PPD se advierte un significativo aumento en el año 2000, lo que podría explicarse por el triunfo del presidente Ricardo Lagos dicho año. Finalmente, el Partido Demócrata Cristiano es sin duda el partido con mayores niveles de ingreso, lo que se explica por ser el partido más grande del país.

Tabla 1. Ingresos totales Partidos Políticos, 1995, 2000, 2001
Balances entregados al Servicio Electoral
 (En dólares de cada año. Valores aproximados)

PARTIDO	1995	2000	2001
Partido Demócrata Cristiano PDC	247.000	170.000	322.000
Partido Radical Social Demócrata PRSD	74.000	59.000	627.000
Partido por la Democracia PPD	165.000	262.000	219.000
Partido Socialista PS	257.000	255.000	321.000
Unión Demócrata Independiente UDI	162.000	182.000	161.000
Renovación Nacional RN	172.000	119.000	87.000
Promedio	179.000	175.000	289.000

Fuente: 1995. Diario oficial. Citado en Huneus 1998. 2000 y 2001, elaboración, Diario Oficial. Conversión a dólar utilizando el promedio anual del precio de cambio determinado por el Banco Central de Chile. Dólar 1995: USD\$1 = \$415. Dólar 2000: USD\$ 1 = \$539 Dólar: 2001: USD\$ 1 = \$634

Financiamiento de campañas electorales

En cuanto al financiamiento de campañas electorales, hasta la fecha de elaboración de este informe no existía en Chile ninguna regulación vinculada al financiamiento público o privado directo a campañas electorales. La única fuente indirecta de financiamiento lo constituye la franja electoral gratuita en el caso de elecciones de candidatos al Congreso y Presidenciales, que será examinada a continuación.

Propaganda electoral

La ley 18.700 (orgánica constitucional sobre votaciones populares y escrutinios) de mayo de 1988 pero con modificaciones posteriores, regula la propaganda, publicidad y el acceso de los partidos políticos a la televisión en tiempo de campaña. En cuanto a propaganda electoral, la ley establece las siguientes restricciones:

- El financiamiento de los gastos que se realicen en propaganda electoral o plebiscitaria sólo podrá provenir de fuentes de origen nacional (art. 30). Sin embargo, no se establece un mecanismo para controlar el origen de los aportes a los partidos.
- Se establece que la propaganda electoral por medio de prensa escrita, radioemisoras y canales de televisión sólo podrá efectuarse desde el trigésimo y hasta el tercer día anterior al de una elección. Las empresas periodísticas de prensa escrita y radioemisoras podrán publicar o emitir propaganda electoral que libremente contraten. Sin embargo, ellas no podrán discriminar en el cobro de tarifas entre las distintas candidaturas o proposiciones, según se trate de elecciones o plebiscitos.
- Se establece que la propaganda electoral en la vía pública sólo podrá efectuarse desde el trigésimo día anterior a la elección y hasta el tercer día

anterior al de la votación, ambos días inclusive. Los encargados de las candidaturas se deben encargar de retirar dicha propaganda en un plazo de tres días después de la elección. En la práctica, la propaganda electoral comienza a desplegarse en las calles bastante antes de lo que la ley establece. En algunos casos esporádicos, las municipalidades han retirado la propaganda luego de una elección, cargando el costo de limpieza a los partidos políticos respectivos.

- Se indica que no podrá realizarse propaganda electoral con pintura y carteles o afiches adheridos en muros exteriores y cierres, postes, puentes, calzadas, aceras, en instalaciones públicas y en los componentes del equipamiento urbano tales como fuentes, plazas, escaños, quioscos, semáforos, etc. Las municipalidades deberán colocar tableros especiales para fines de propaganda. La anterior disposición claramente ha sido sobrepasada y en tiempo electoral se observa un despliegue significativo de avisaje en lugares públicos.

Acceso a televisión: Franja electoral gratuita

La misma ley 18.700 establece una serie de disposiciones sobre el acceso de las candidaturas a la televisión, ciertamente el principal medio para obtener visibilidad pública en Chile. Se establecen las siguientes condiciones de acceso:

- La ley establece que los canales de televisión de libre recepción deberán destinar gratuitamente 30 minutos diarios de sus transmisiones a propaganda electoral en los casos de elección de presidente de la República, de diputados y senadores, únicamente de diputados o de plebiscitos nacionales.
- Cuando correspondan elecciones conjuntas de Presidente de la República y de diputados y senadores, los canales de televisión de libre recepción deberán destinar también gratuitamente 40 minutos diarios de propaganda electoral, los que se distribuyen en 20 minutos para la elección de presidente de la República y 20 minutos para la elección de diputados y senadores.

En el caso de las elecciones presidenciales, los tiempos de 30 y/o 20 minutos de acuerdo al tipo de elección que se trate se deberán distribuir en partes iguales entre cada uno de los(as) candidatos(as). En el caso de las elecciones a diputados y senadores, la distribución se hace por partido político. A cada partido político le corresponderá un tiempo proporcional a los votos obtenidos en la última elección de diputados. Si se tratase de un partido que participa por primera vez, tendrá el mismo tiempo que le corresponda al partido que hubiere obtenido menos votos. Si hubiere un pacto, se sumará el tiempo de los partidos pactantes.

En el caso de los candidatos independientes, se establece que “al conjunto de las candidaturas independientes le corresponderá un tiempo equivalente al del partido político que hubiere obtenido menos sufragios en la última elección, el que se distribuirá entre ellas por iguales partes” (art. 31).

Le corresponderá al Consejo Nacional de Radio y Televisión determinar la distribución de tiempos en los canales de televisión de libre recepción. Cualquier conflicto que los partidos y/o candidaturas manifiesten en relación a la distribución de tiempos deberá ser analizado por el Tribunal Calificador de Elecciones, quien deberá emitir una resolución sumaria dentro de un plazo de cinco días desde el día en que se presenta una queja.

Como existe un sistema no regulado de gastos electorales, no hay informaciones oficiales sobre el costo en que incurren los partidos tanto para la producción de una franja electoral como para la producción de propaganda en radioemisoras y medios de prensa escrita. Sin embargo, como se verá más adelante, existen estimaciones globales del gasto total en que incurren los partidos políticos en Chile en época electoral, y que abarcan este ítem.

Efectos del régimen de financiamiento

Para el caso chileno, se requiere analizar el efecto de un régimen no regulado de financiamiento anónimo a los partidos, salvo el subsidio indirecto de los partidos por concepto de acceso a la franja electoral. El actual régimen tiene dos efectos: el primero vinculado a la carencia de transparencia sobre el costo real de las campañas y del financiamiento de la política. Respecto del financiamiento permanente de los partidos políticos y dado que la legislación actual sólo establece mecanismos de control administrativo, en la práctica es imposible conocer el real gasto en que incurren los partidos políticos. En cuanto al financiamiento de campañas y tal como se observará más adelante, las informaciones existentes son estimativas y son de difícil obtención. Los partidos políticos y representantes políticos electos como regla general no están abiertos a reconocer ni las fuentes, ni menos los montos de las campañas.

El carácter anónimo y desregulado del financiamiento electoral también ha contribuido a elevar los gastos en que incurren los (as) candidatos (as) y partidos políticos. Esto porque, en primer lugar, los candidatos no tienen obligación de dar a conocer ante la opinión pública ni la procedencia ni los montos de sus aportes, lo que abre la posibilidad para ellos de buscar nuevos fondos para asegurar su candidatura. Pero adicionalmente, la mayor competencia política entre los partidos de gobierno y oposición en años recientes ha incrementado los incentivos de los candidatos de profesionalizar las campañas en cuanto a la proyección de imagen y asesoría técnica. Aquello se hizo evidente en las últimas elecciones presidenciales donde el candidato de la Concertación, Ricardo Lagos, alcanzó en la primera vuelta un 47.96% de los votos, mientras que el candidato de la oposición, Joaquín Lavín, alcanzó un 47.51%.³ La mayor competencia por votos y la carencia de controles al gasto incentivan a los actores políticos a elevar sus gastos.

De esta forma, una mayor competencia entre partidos, la progresiva sofisticación de las campañas electorales y la desregulación que existe sobre gastos electorales han favorecido un incremento del costo de las campañas a lo largo de los años.

³ En la segunda vuelta las cifras fueron de 51.31% para la Concertación y 48,19 para la Alianza por Chile.

Las campañas electorales: formas de financiamiento y costos

No existen estudios sistemáticos sobre el costo de las campañas electorales en Chile. Como regla general, los partidos políticos financian sus campañas en base al aporte voluntario de sus militantes y de donaciones de pequeños y grandes empresarios. Sin embargo, y de acuerdo al economista Salvador Valdés existiría una tercera forma de financiamiento, la extorsión: “Cuando el partido del candidato amenaza al potencial donante con provocarle un daño si no dona”.⁴ Sin embargo, Valdés reconoce que no existen cifras exactas o casos que se puedan mencionar.

En el caso de los grandes empresarios, algunos de ellos realizan donaciones tanto a los partidos de la Concertación y de la Alianza por Chile.⁵ Así, los partidos disponen de un pozo general que divide entre sus candidatos(as) y que se traduce generalmente en material gráfico. En el caso del PDC, el apoyo en material gráfico se hace de acuerdo a la proporcionalidad de los votos obtenidos por distrito.⁶ Adicionalmente, los (as) propios candidatos (as) buscan apoyos económicos específicos dentro y fuera de su distrito.

En el caso del PPD, en 1994 se diseñó un sistema novedoso. Los 34 candidatos a diputados firmaron una cantidad de letras y los que salieron electos tuvieron la obligación de pagar, mientras los que no resultasen electos se les condonaría la deuda. Dicho partido apoyó a sus candidatos(as) en un cuarto del costo total de las elecciones.⁷ Por lo general, los gastos asociados a encuestas dentro del distrito, campañas telefónicas, arriendo de equipos, arriendo de locales, etc., son asumidos por los propios candidatos(as).

Respecto de los costos de una campaña, las estimaciones son variadas. De acuerdo al vice-presidente del PDC, Patricio Rojas, en una campaña política para diputados en distritos pequeños con 100 mil electores, los partidos gastan entre 80 y 90 millones de pesos (2003 USD\$115.000 y 128.000). Una campaña senatorial en la región metropolitana (con más de 1 millón de electores) los partidos políticos habrían gastado aproximadamente 600 millones de pesos (unos 2003 USD\$ 850.000).⁸

Sin embargo, existen importantes diferencias en torno a las cifras. En 1997, el jefe de campaña del candidato a diputado socialista Camilo Escalona, sostenía que su campaña le iba a costar unos 150 millones de pesos (1997 USD \$300.000), de los cuales se gastaría un 60% en propaganda callejera, y el otro 40% en gastos de bencina, vehículos, pintura, pegamento, arriendo de locales, teléfono, luz y agua.⁹ Para el encargado electoral del PS,

⁴ “Financiamiento electoral” *La Tercera*, 1 de julio, 2001.

⁵ Entrevista con diputado, mayo, 2003. La Concertación de partidos por la democracia ha gobernado sucesivamente el país desde el restablecimiento de la democracia bajo los gobiernos de Patricio Aylwin (1990-1994), Eduardo Frei (1994-2000), y Ricardo Lagos (2000-2006). La Concertación está integrada por el partido Demócrata Cristiano (PDC), el Partido Radical Social-demócrata (PRSD), el Partido Socialista (PS) y el Partido por la Democracia (PPD). Los partidos políticos de derecha están organizados en torno a la Alianza por Chile y consideran a la Unión Demócrata Independiente (UDI) y Renovación Nacional (RN).

⁶ “Candidatos rompen el Chanchito”. *La Nación*, 1 de noviembre 1997.

⁷ *Idem*.

⁸ Intervención del Vicepresidente de la Democracia Cristiana en el Foro Panel: “Ley de financiamiento electoral” organizado por Transparencia Internacional, Participa y FLACSO-Chile, 13 de mayo, 2003. Equivalencia en dólares del 2003.

⁹ “Campaña reflota debate sobre financiamiento”, *La Epoca*, 14 de noviembre, 1997.

en la campaña de un senador de la UDI en una circunscripción senatorial del Gran Santiago (más de 1 millón de electores) se gastaron en 1997 por lo menos 5 millones de dólares¹⁰.

Por su parte, el senador del PDC Jorge Pizarro indicó que era lamentable que en la primera región los candidatos a senador de la UDI y del PPD hubiesen gastado en conjunto sus campañas del 2001 más de 3 mil millones de pesos (2001 USD\$ 4.7 millones). Pizarro agregó que se gastarían más de 100 millones de dólares en la campaña parlamentaria del 2001.¹¹

A fines del 2001, la organización no gubernamental SUR profesionales presentó un estudio donde se estimó el costo de las campañas parlamentarias en circunscripciones senatoriales (con más de 200 mil electores) y distritos de diputados con 120 mil electores. En el primer caso, sostiene el estudio, estimaba que los gastos oscilaban entre los 160 y 240 millones de pesos (2001 USD\$ 250 a 350 mil). En el segundo caso, se estimaba que se estaba gastando unos 80 millones de pesos (2001 USD\$ 126 mil). En dicho estudio se indica además que la diferencia en el gasto entre oposición y gobierno es de 3 a 1 como promedio.¹²

Otro estudio, realizado por la Corporación Tiempo 2000 en el distrito de Providencia-Ñuñoa de la región metropolitana, mientras la oposición de derecha había gastado una cifra estimada de 220 millones de pesos (2001 USD\$ 340.000), la Concertación había gastado 88 millones (2001 USD\$ 138.000).¹³

Por su parte, en un estudio del partido demócrata cristiano se indicó que los partidos de derecha habían gastado como promedio en sus candidatos a diputados entre 250 y 315 mil dólares. En el caso de sus candidatos al senado, la cifra se elevaba a 950 mil dólares.¹⁴

A juicio del ex senador Sergio Bitar, y reafirmando la anterior tendencia, en una campaña a diputados se gasta como mínimo unos 100 mil dólares mientras que en una a senadores el mínimo llega a 500 mil dólares. Indicó además que en algunas regiones los gastos para campañas a senadores llegó a ser de entre 1 a 2 millones de dólares.¹⁵

En cuanto a los costos de una campaña presidencial, las que tuvieron lugar en diciembre de 1999 incentivaron un importante debate sobre las cifras y costos de las mismas, producto del despliegue de ambas candidaturas. A mediados de 1999, la prensa informaba que cálculos conservadores estimaban el gasto total de las campañas en 11 mil millones de pesos (1999 USD\$ 22 millones). Adicionalmente, fuentes de prensa estimaron que en dichas presidenciales la diferencia entre el gasto de campaña de la

¹⁰ “PS emplaza a cálculo transparente”, *La Época*, 14 de noviembre 1997.

¹¹ “Urgencia para gasto electoral”, *La Nación*, 31 de octubre, 2001.

¹² “Senadores gastan entre 160 y 240 millones en campaña”. *Primera Línea*, 27 de noviembre, 2001.

¹³ “Estudio revela ‘indecencia’ del gasto en campañas”. *Primera Línea*, 23 de octubre, 2001.

¹⁴ “Estudio DC revela que la UDI gasta más de 12 mil millones en campaña” *Primera Línea*, 30 de noviembre, 2001.

¹⁵ “¿El necesario costo de las democracias?” *Primera Línea*, 9 de mayo, 2002.

oposición frente a la Concertación fue de 10 a 1, esto es, por cada peso gastado por la Concertación la oposición gastó diez.¹⁶

El siguiente cuadro muestra un resumen de las estimaciones hechas a partir de diversas fuentes ya reseñadas sobre el gasto en campañas electorales. Para una campaña senatorial en una circunscripción grande (en la región metropolitana de Santiago por ejemplo), las estimaciones van desde los 850 mil a los 5 millones de dólares, aunque esta última cifra fue citada sólo una vez. Para una circunscripción senatorial promedio, las cifras van desde 250 mil a 3 millones de dólares, aunque de nuevo, parece ser que la cifra más reiterada se acerca a los 400 mil dólares.

En el caso de una campaña a diputados en un distrito promedio, las cifras oscilan entre 100 mil y los 340 mil dólares. Debe tenerse en cuenta que las fuentes consultadas vinculadas a la Concertación hablan de una diferencia en el gasto por concepto de campañas de 3 a 1 entre la derecha y la Concertación.¹⁷

**Tabla 2. Estimaciones de Rangos de Gastos por Campaña
Diversas fuentes (En Dólares de cada año)**

	ESTIMACIONES CONSERVADORAS	ESTIMACIONES MENOS CONSERVADORAS
Campaña Senatorial Distrito + 500 mil electores	1.100.000 (1997) 850.000 (2001) 950.000 (2001)	5.000.000 (1997)
Campaña Senatorial Distrito – 300 mil electores	450.000 (1997) 250-350.000 (2001) 250-315.000 (2001) 500.000 (2001)	3.000.000 (2001) 1-2.000.000 (2001)
Campaña Diputado Distrito 100-150 mil electores	111.000 (1997) 115-125.000 (2001) 100.000 (2001)	300.000 (1997) 340.000 (2001)
Campaña Parlamentaria Gasto total estimado	40 a 70 millones	
Campaña Presidencial Gasto total estimado	20 a 22 millones	

Fuente: Cuadro elaborado por el autor. Basado en informaciones de prensa.

Los partidos de la oposición reconocen cifras un tanto menores a las de los partidos de la Concertación. Por ejemplo, en 1997 la UDI sostenía que como promedio una candidatura a diputados se gastaban 50 millones de pesos (1997 USD \$ 111.000). En el caso de Renovación Nacional, ellos indicaban que quienes gastasen menos de 60 millones de pesos arriesgaban perder la posibilidad de acceder al Congreso. Para Renovación

¹⁶ “La Obscenidad del gasto electoral”, *La Nación*, 19 de diciembre, 2001.

¹⁷ El autor no encontró referencias públicas de los partidos de derecha cuestionando las afirmaciones de los sectores de la Concertación. No obstante, la mayor crítica de dichos sectores se ha referido a la utilización de fondos públicos con fines electorales.

Nacional, el costo de una campaña senatorial depende de cuantos diputados un partido o alianza tiene en la zona, dado que contar con diputados electos reduce los costos de una campaña senatorial pues la existencia de una maquinaria partidaria ayuda a realizar economía a escala. Así, una candidatura a senador costaría entre 200 y 500 millones de pesos (1997 USDS 450.000 a 1.100.000) dependiendo de cuánto apoyo electoral previo (y cuántos diputados electos) existan.¹⁸ El Centro de Estudios Públicos sostuvo que en la campaña parlamentaria de 1997 se gastaron entre 40 a 70 millones de dólares.¹⁹ El desglose de algunos de los costos de una campaña—de acuerdo a cifras entregadas por partidos de derecha a la prensa—sería el siguiente:

**Tabla 3. Deglose de costos de campaña electoral según ítems escogidos
Para distrito de 60 a 100 mil habitantes**

RUBRO	PESOS 1997	1997 USDS
Material gráfico mínimo (carteles)	\$ 4 – 5 millones	9 – 11.000
Folletos color (\$60 x unidad) 60 mil	\$ 6 millones	13.000
Afiches colgantes (\$1200 x unidad)	\$6 millones	13.000
Asesoría publicidad	\$6 millones	13.000
Correo	\$5 millones	11.000
Software telemarketing	\$500 mil	1.000
Implementación tele marketing	\$7 millones	15.500
Total (aproximado)	\$ 35 millones	\$77.000

Fuente: *La Época*, 14 de noviembre, 1997

Las cifras entregadas omiten importantes ítems como gastos de movilización, arriendo de equipos y locales, pago de activistas, etc. De acuerdo a Carlos Huneeus (1998), entre un 50 a 60% de los costos de la campaña se destinan a pago de activistas para realizar murales, colocar carteles, renovar la publicidad callejera, etc. Uno de los cambios más importantes que se observa en las campañas electorales chilenas, es la “profesionalización” de los servicios de apoyo a un candidato tanto en torno al diseño de la publicidad, estudios de mercado, y pago a activistas para realizar trabajo de terreno. Respecto del costo de las campañas, existen grandes discrepancias respecto de las cifras.

Adicionalmente, en las elecciones parlamentarias del 2001 se hicieron denuncias específicas entre las coaliciones en competición respecto del cohecho que existiría. Los partidarios de la Concertación denunciaron prácticas de cohecho por parte de la derecha en la forma de prebendas. El ministro del Interior, José Miguel Insulza sostenía en diciembre del 2001 que “en Chile claramente existe cohecho y este tipo de acciones está llegando al extremo. En los barrios, en las comunas populares. Hay hasta una tómbola este domingo, un señor que repartió boletos de rifa a todos los electores. Y los premios son pasajes a Buenos Aires, televisores. O sea, las acciones ya están llegando al extremo”.²⁰ Por su parte, la oposición reiteró en varias ocasiones la necesidad de restringir la presencia de ministros en las campañas. En octubre del 2001, el senador

¹⁸ “Las cifras en la derecha” *La Época*, 14 de noviembre, 1997.

¹⁹ “Gobierno hace lobby para limitar gastos de campaña”. *Primera Línea*, 23 de agosto, 2001.

²⁰ “Insulza: Derecha quiere gastar aún más en las próximas elecciones”. *Primera Línea*, 6 de diciembre, 2001.

Hernán Larraín (UDI) denunciaba que en 15 días 4 ministros habían visitado su circunscripción, cuando en tiempos normales la región sólo recibía un ministro al mes.²¹

La importancia del tema en el país: El debate político

Entre 1990 y el 2003 se presentaron siete iniciativas legales en el Congreso intentando regular el financiamiento en campañas políticas. Las dos primeras fueron presentadas por el gobierno de centro-izquierda de la Concertación de partidos por la democracia y fueron rechazadas en el Congreso por la oposición. Dado que la oposición mantiene una mayoría en el Senado, las iniciativas legales requieren el apoyo de la oposición para ser discutidas en el Congreso. En 1994 y 1998 diputados de la Concertación presentaron mociones en el Congreso que también fueron rechazadas.

El gobierno de Ricardo Lagos (2000-2006) presentó dos nuevas iniciativas que fueron discutidas en el Congreso. El tema cobró relevancia para las elecciones parlamentarias del 2001, donde hubo nuevas denuncias contra el excesivo gasto en campañas electorales. La coyuntura de denuncias por escándalos de corrupción en las que se habrían involucrado algunos diputados hicieron que durante el año 2002 y 2003 se repusiese la idea de legislar sobre la materia, lográndose un consenso mínimo que permitió la aprobación de una ley a fines de mayo del 2003. El proyecto fue aprobado en el Congreso el 20 de mayo del 2003 pero está pendiente su aprobación por el Tribunal Constitucional, quien en primera instancia impugnó dicha ley por cuestiones administrativas.²²

Pese a la recurrencia del tema en la agenda legislativa, aquello no significa que el tema estuviese en el centro de la atención pública. Como es de esperarse, el tema ha cobrado importancia política antes y durante una elección. Ello por ejemplo ocurrió en 1992 justo antes de las primeras elecciones municipales, donde el Ejecutivo propuso una reforma para que el estado otorgase un subsidio para los candidatos a alcalde. En aquella coyuntura, algunos partidos de la Concertación propusieron -sin tener un resultado positivo- crear un fondo privado y público para financiar las campañas y reducir el costo de las mismas.²³

Lo mismo se verificó durante la elección parlamentaria de 1997 la elección presidencial de 1999-2000 y la parlamentaria del 2001.

²¹ “Gasto e intervención polarizan campaña” *El Mercurio*, 31 de octubre, 2001.

²² El cuestionamiento central del Tribunal Constitucional fue que el proyecto de ley no establecía un mecanismo específico para garantizar que aquellos candidatos o partidos políticos que fuesen multados por sobrepasar el límite de gasto electoral establecido por la ley pudiesen defenderse y presentar sus descargos. “Tribunal Constitucional impugna ley de financiamiento electoral.” *La Tercera*, 26 de Junio, 2003.

²³ “Proponen ‘Fondo Público’ para financiar campañas” *El Mercurio*, 23 de febrero, 1992.

Tabla 4. Iniciativas Legales en el Congreso, 1990-2003

FECHA	INICIATIVA	PROMOTOR	RESULTADO
1991	Proyecto que regula financiamiento de campañas y otorga financiamiento público a partidos políticos	Ejecutivo	Rechazado
1992	Proyecto para financiar campañas municipales	Ejecutivo	Rechazado
1994	Moción regula financiamiento de campañas	Moción Diputados PDC	Rechazado
1998	Moción que regula financiamiento de Campañas	Moción Diputados PDC	Rechazado
2000	Proyecto que regula financiamiento de campañas	Ejecutivo	Rechazado
2001	Proyecto que regula financiamiento de campañas	Ejecutivo	Pendiente
2002/3	Proyecto que regula financiamiento de campañas y otorga financiamiento público para campañas	Ejecutivo	Aprobado, pendiente promulgación

PDC: Partido Demócrata Cristiano.

Sin embargo, la coyuntura que marcó el debate fue cuando se desaforó a 6 legisladores de la Concertación en el año 2002 por estar supuestamente involucrados en actividades ilícitas con una empresa que financió una campaña política de algunos diputados.

El caso, conocido como “coimas”, abrió la discusión sobre la relación entre dinero y política. A comienzos del 2003, el gobierno y la oposición acordaron establecer una agenda de modernización del Estado, lo que incluyó el aprobar una ley de financiamiento de campañas electorales, que será objeto de análisis en la siguiente sección.

Tabla 5. Argumentación en torno al establecimiento de una ley sobre financiamiento electoral

A FAVOR	EN CONTRA
<p>“Se requiere independencia de los partidos respecto de los empresarios” Diputado Rojo, PDC 1991</p> <p>“Es nefasto que tener mecenas financiando a los partidos” Vice Pte, PPD, 1992</p> <p>“Se requiere prevenir la corrupción” Senador Ominami, PS 1994</p>	<p>“El actual sistema garantiza la autonomía y expresión individual de preferencias” Diputado Bombal, UDI, 1994</p> <p>-La UDI precisó tres prioridades: rechazo a limitar el gasto, establecer tope para gastos gubernamentales en periodos de campaña y no limitar las donaciones anónimas. 2001</p>

A FAVOR	EN CONTRA
<p>“Se daña transparencia de los partidos” Del Valle, PPD, 1992</p>	<p>““El estado no cuenta con recursos para financiar a los partidos” Diputado Ulloa, UDI, 1991 “Hay otras prioridades sociales que deben ser atendidas primero” Presidente RN, 1991 “Hay prioridades sociales que requieren más recursos que los partidos” J. Lavín, UDI, 1992 “El financiamiento público a los partidos daña a los pobres” Diputado Chadwick, UDI 1992 “Mientras la gente nos pide preocuparnos de los temas de ellos, el gobierno insiste con la ley de gasto electoral. Me parece increíble” Diputado Longueira, 2001 “se requiere limitar primero el intervencionismo de gobierno en las campañas” Senador Coloma 2002</p>
<p>“Se requiere de cumplir con un principio de equidad” Senador Gazmuri, PS, 1992</p>	
<p>“No sólo se requiere transparencia sino que controlar gasto efectivo” Diputado Luksic 1998</p>	
<p>“Alianza por Chile legislaría si se norman las actuaciones del ejecutivo en campañas” Presidente RN, 2001</p>	

Fuente: Archivo de Prensa, FLACSO-Chile.

El caso coimas marcó un quiebre en las argumentaciones tradicionales de los partidos para enfrentar el tema. La coalición de la Concertación observa una marcada consistencia en sus argumentos a favor de la regulación de los gastos electorales. Sus argumentos han girado, desde 1990, en torno a: (a) establecer independencia entre los empresarios (donantes) y los partidos políticos mediante la generación de un financiamiento público para las campañas, (b) la necesidad de tener igualdad de oportunidades entre los partidos y visiones, (c) la necesidad de establecer transparencia sobre el origen de las donaciones, (d) la necesidad de reducir el costo de las campañas mediante la limitación del gasto total de las campañas, y (e) la necesidad de establecer sanciones para quienes se involucran en actividades irregulares tanto de empresarios hacia políticos como viceversa.

En el caso de la oposición de derecha, los argumento en contra (hasta el año 2002) giraron en torno a: (a) el estado tiene que atender urgencias sociales más prioritarias que financiar los partidos, (b) restringir o limitar los aportes de privados afecta la libertad individual, y (c) más que regular las donaciones de privados, lo que el estado debe hacer es regular el intervencionismo de gobierno en las campañas políticas.

III. CONCLUSIONES

Reformas recientes

El 5 de agosto del 2003 y como parte de la agenda de modernización del Estado, se aprobó La Ley No.19884 sobre *Transparencia, límite y control de gasto electoral*.

Antes de su aprobación final, el proyecto debía ser aprobado por el Tribunal Constitucional, quien en primera instancia objetó la constitucionalidad del mismo por cuestiones administrativas ya que la legislación aprobada no establecía mecanismos para garantizar la defensa de los ciudadanos cuando son sancionados por parte de la autoridad pública.

El Ejecutivo decidió entonces, eliminar la sección de sanciones que se establecía en el proyecto. De esta forma, la nueva ley promulgada por el Ejecutivo no establece sanciones para quienes rebasen los límites establecidos por ley.

De acuerdo al planteamiento del ejecutivo, la nueva normativa intenta reducir la influencia del dinero en la actividad política, garantizar una mínima igualdad de oportunidades para competir en elecciones, y reducir el excesivo nivel de gastos en campañas. Para alcanzar aquellos objetivos, la iniciativa establece (a) topes máximos para las donaciones que pueden hacer los privados, (b) límites en el gasto electoral para las campañas electorales a nivel presidencial, senatorial, de diputados, alcaldes y concejales, (c) un cierto grado de transparencia sobre las donaciones de privados, al establecer publicidad en donaciones superiores a un determinado monto, (d) se establece un subsidio estatal para un porcentaje de las campañas de los candidatos a concejales, alcaldes, diputados y senadores, (e) se establece un sistema de rendición de cuentas, control de ingresos y gastos electorales supervisado por el Servicio Electoral, y (f) se entrega al Servicio Electoral nuevas responsabilidades en el control y fiscalización de los gastos de las campañas.

Como se advirtió anteriormente, las autoridades de gobierno y oposición acordaron el proyecto después de que se ventilara ante la opinión pública un caso en el que un empresario denunció extorsiones por parte de algunos diputados de la Concertación y funcionarios del estado a cambio de influencia para favorecerlo en su negocio. El empresario había contribuido a las campañas políticas de varios candidatos de la Concertación.

En ese contexto se aprobó una ley que tiene las siguientes características:

Donaciones y límites al gasto electoral

La ley establece que las personas y empresas con fines de lucro pueden realizar donaciones a las campañas. Un porcentaje de aquellas donaciones son anónimas, otro porcentaje reservadas, y un último públicas. Asimismo, se establece que las donaciones

que se efectúen estarán liberadas del trámite de insinuación y exentas del pago de impuestos a las herencias y donaciones establecidos por la ley 16.271.

La nueva ley de gasto electoral de acuerdo a lo siguiente: los candidatos a diputados no podrán exceder las 1.500 UF, más el 0,03 UF por la cantidad de electores en cada distrito. En el caso de los senadores el límite será 3.000 UF, más 0,04 UF por los primeros 200 mil electores un 0,03 UF por los siguientes 200 mil y 0,02 UF por los restantes. Los postulantes a la Presidencia tendrán un límite de 0,03 UF por el total de inscritos en los padrones electorales. En el siguiente cuadro realiza un ejercicio para estimar el límite de gasto electoral para cada candidato, de acuerdo a la nueva normativa en vías de ser promulgada.

Tabla 6. Límites al Gasto Electoral por tipo de elección
Ejemplo

CARGO	Nº DE VOTANTES/LUGAR	LÍMITE PERMITIDO APROXIMADO
Diputado	Menos de 200.000 electores Ejemplo: Independencia/Recoleta aprox.125.000 electores	\$ 90.000.000 (USD\$ 128.000)
	Más de 200.000 electores Ejemplo: Maipu/Cerrillos aprox. 240.000 electores	\$ 150.000.000 (USD\$ 214.000)
Senador	Menos de 200.000 electores Primera región aprox. 175.000 electores	\$ 170.000.000 (USD\$243.000)
	+200.000 electores Novena región aprox. 260.000 electores	\$ 217.600.000 (USD\$311.000)
	+400.000 electores Santiago oriente aprox. 1.400.000 electores	\$ 629.000.000 (USD\$898.000)
Presidente	Nº de inscritos en el país Estimación a 8.000.000	\$ 4.080.000.000 (USD\$5.828.571)

Unidad de Fomento (UF): \$ 17.000; dólar: USD\$1 = Ch\$700

Transparencia

Como ya se ha indicado, la ley establece donaciones anónimas, reservadas, y públicas: Serán “anónimas” las donaciones de hasta 20 UF (\$340.000). Asimismo, durante el periodo de elecciones ningún candidato o partido podrá recibir, por concepto de aportes anónimos, más del 20 % del límite de gastos electorales. Las donaciones que son reservadas deberán depositarse en una cuenta corriente por candidato que el Servicio Electoral habilitará para tales efectos. Tanto los aportes anónimos como el aporte público

deberán quedar reflejados en la cuenta de ingresos que deben presentar los administradores electorales y administradores generales electorales.

Todo aporte que supere el monto indicado anteriormente y que represente menos del 10% del total de gastos que la ley autoriza a un candidato o partido político tendrá carácter de “reservado”. Siempre y cuando no exceda las 600 UF por candidato o 3000 UF para distintos candidatos o partidos políticos. La información se mantendrá en conocimiento del aportante y del Servicio Electoral.

Los aportes públicos constarán por escrito, consignándose la identidad del aportante.

Tabla 7. Tipo de Donación, Montos y Condiciones de acuerdo a nueva ley

TIPO DE DONACIÓN	EN UF	PESOS DÓLARES	CONDICIONES
Anónima	Hasta 20	Hasta 340.000 (USD\$486)	-Depósito en cuenta corriente -Hasta un 20% del total de gastos
Reservada 1 candidato	21 a 600	341.000 a 10. 2 mill. (USD\$487 a 14.500)	-Depósito en cuenta corriente acreditando identificación.
Reservada varios candidatos	21 a 3000	357.000 a 51 mill. (USD\$487 a 72.000)	-Servicio electoral mantiene información en reserva -Hasta un 10% del total de gastos
Pública	Depende	Al menos las superiores a 10.2 mill. a un candidato deben ser públicas	Depende de monto de donación y si ya se cumplió el tope a donaciones reservadas y anónimas

Sanciones

El proyecto aprobado por el Congreso estableció sanciones de beneficio fiscal de acuerdo a la siguiente escala: el doble del exceso en la parte que no supere el 30%, el triple del exceso en la parte que supere en 30% y sea inferior al 50%, y el quíntuple del exceso en que hubiese incurrido, en la parte que supere el 50%. El tribunal Constitucional cuestionó en junio del 2003 la constitucionalidad del proyecto basado en la inexistencia de un mecanismo para que los sancionados pudiesen apelar a las resoluciones del Servicio Electoral. El Ejecutivo, con el fin de promulgar la nueva legislación decidió suprimir del articulado de la ley las sanciones por una trasgresión a la norma. De esta forma, la nueva ley que será promulgada en el segundo semestre del 2003 establece límites pero no establece sanciones para los que violen dicho límite legalmente establecido.

Control

La nueva ley establece “administradores electorales” que deberán ser nombrados por los candidatos a Presidente de la República, senador, diputado, alcaldes y concejales para controlar los ingresos y gastos electorales. Le corresponderán funciones de contabilidad, conservación de documentación, y vínculo con el administrador general electoral. Está sometido a multas en caso de no cumplir con sus funciones.

Asimismo, los tesoreros de los partidos políticos de los candidatos a Presidente, senadores, diputados, alcaldes ejercerán el cargo de Administrador General Electoral, que serán los encargados de llevar la contabilidad, conservar la documentación y vincularse con el Servicio Electoral en lo concerniente a los partidos políticos.

Al Servicio Electoral le corresponderán una serie de nuevas funciones tales como velar por el cumplimiento de las funciones de los administradores electorales y administradores generales electorales, controlar que la información contable se ajuste a lo estipulado por la ley, y establecer un sistema para conservar la información recibida y darla a conocer al público.

La ley establece que los administradores generales electorales (tesoreros de partidos) y administradores electorales (candidaturas independientes) tienen un plazo de 30 días siguientes a la elección para presentar al Director del Servicio Electoral la cuenta de ingresos y gastos. El Director, tiene un plazo de 30 días para pronunciarse sobre las cuentas y al término tiene la posibilidad de (a) prorrogar dicho plazo por una sola vez hasta un máximo de 15 días, (b) aprobar la cuenta, (c) rechazar la cuenta, (d) observar la cuenta, (e) no pronunciarse, lo que implica que la cuenta se entenderá por aprobada.

El papel de la sociedad civil

La sociedad civil ha tenido un papel menor en la discusión del tema. En general, los medios de comunicación –controlados en un 70% por grupos económicos afines a la oposición de derecha—han cumplido un rol relevante en la denuncia de actos ilegales por parte de diputados de la Concertación. Ello ciertamente favoreció el que las autoridades públicas se decidieran a legislar sobre el asunto.

No obstante, tres factores han incidido en que la sociedad civil organizada no haya dado seguimiento al debate sobre el asunto: el carácter reservado del debate político, la debilidad de la sociedad civil organizada y la naturaleza técnica del debate.

En primer lugar, desde el punto de vista político, el gobierno y la oposición optaron por realizar una negociación a puertas cerradas con el propósito de acelerar la aprobación de una nueva ley. Entre enero y mayo de 2003 representantes del gobierno, dirigentes de los partidos de la Concertación y de oposición sostuvieron reuniones para discutir una serie de modificaciones al proyecto original del Ejecutivo. Una vez que se obtuvo un consenso, se enviaron indicaciones al Congreso, el que en un plazo de dos semanas aprobó el texto tal como lo propuso esta vez el Ejecutivo.

Con anterioridad se había establecido una comisión presidencial para la modernización del Estado (llamada comisión Bates, en referencia a su coordinador) en la que se convocó a expertos académicos y abogados para proponer un proyecto de ley. Sin embargo, la mayoría de las recomendaciones que emanaron de dicha comisión no fueron tomadas en cuenta.²⁴

En segundo lugar, cabe advertir la debilidad de las respuestas de la sociedad civil en torno al tema. En general, muy pocas organizaciones de la sociedad civil han colocado el tema en la agenda pública, y generalmente lo han hecho cuando ya las negociaciones ya se han concretado. Dentro de las pocas iniciativas se cuenta lo realizado por la Fundación Participa, quienes dieron seguimiento al tema en las elecciones parlamentarias del 2001, organizando algunos eventos y promoviendo el monitoreo de las elecciones en torno al gasto mismo. Por su parte, la ONG SUR profesionales realizó un estudio sobre el costo de algunas campañas parlamentarias para el 2001.

Transparencia Internacional-sección Chile, Participa y FLACSO-Chile en el mes de Mayo organizaron un evento para analizar las consecuencias de la nueva ley, intentando crear una alianza -todavía informal- para el estudio y monitoreo de los cambios legales y efectos en el futuro del financiamiento electoral²⁵. Durante los años 1990s y hasta la fecha no se han generado iniciativas ciudadanas o campañas de alerta para monitorear o denunciar el costo creciente de las elecciones.

Finalmente, el carácter técnico y la complejidad del debate legislativo también afectan una mayor presencia e influencia de la sociedad civil en la materia. Al tratarse de un tema complejo, muy pocas instituciones y actores son capaces de generar propuestas efectivas y entendibles para el conjunto de la sociedad.

Perspectivas de género

Ni en el debate en la prensa sobre la reforma al financiamiento electoral ni en las discusiones en el Congreso sobre la reforma sujeta a aprobación apareció la dimensión de género. Tampoco se advierte que a nivel de las organizaciones de la sociedad civil se haya mencionado la perspectiva de género.

Lecciones aprendidas

En Chile, las lecciones aprendidas se vinculan a la carencia de legislaciones sobre el tema y al proceso de gestación de una reforma al financiamiento electoral.

En relación a la ausencia de legislación, se advierte que:

²⁴ Intervención de Salvador Valdés en el panel sobre financiamiento electoral organizado por Chile 21. Santiago, 28 de Abril, 2003.

²⁵ El foro panel tuvo lugar en la sede de FLACSO-Chile el 13 de mayo del 2003 y en el participaron representantes de Amnistía Internacional-América Latina, Poder Ciudadano, Participa y FLACSO.

- La carencia de una legislación sobre financiamiento de campañas y partidos en Chile ha institucionalizado una “cultura” del secreto en torno a los costos de la actividad política y a la relación entre empresarios y partidos políticos. En general, los partidos políticos se muestran reticentes a explicar la procedencia de los fondos y los montos.
- Los partidos políticos reconocen el incremento de los costos de las campañas políticas. Tres factores parecen ser determinantes en este aumento: la mayor competencia entre oposición y gobierno, la “profesionalización” de las campañas políticas, y el hecho que no existan regulaciones para controlar los gastos electorales.
- Pese a que la ciudadanía muestra preocupación sobre el tema, no se ha articulado un movimiento de protesta o monitoreo constante de las campañas políticas. Esto podría explicarse por un factor más estructural vinculado a la debilidad de la sociedad civil en Chile y la fuerte relación que existe entre sociedad civil y partidos políticos. En una sociedad donde los partidos políticos han sido los tradicionales mediadores de las demandas ciudadanas, queda poco espacio para que actores sociales independientes generen respuestas autónomas respecto de la actividad política.

En relación a la gestación de una legislación sobre el financiamiento de la política, se advierte que:

- La reforma fue posible gracias a una coyuntura favorable donde escándalos de corrupción estaban en el centro de la atención pública. Dicha coyuntura hizo que los partidos de oposición -tradicionalmente contrarios a legislar sobre la materia- se mostraran abiertos al diálogo. Los partidos de oposición aprovecharon esta coyuntura para liderar una agenda de modernización del Estado.
- En la reforma tomaron parte principalmente los actores políticos centrales de los partidos de gobierno y oposición, dejándose poco lugar para el debate de las propuestas en discusión a otros sectores de la sociedad.
- El debate público -a través de la prensa- sobre la ley fue escaso y no se discutieron aspectos sustantivos de la reforma.
- Dado que la oposición controla el Senado, dicha coalición impuso al Ejecutivo varios criterios para la aprobación de la reforma.

Bibliografía

Fuentes, Claudio. 2003. "Financiamiento Electoral en Chile: La necesaria modernización de la democracia chilena," *Colección Ideas*, Santiago, Fundación Chile 21 (Número 30, Abril 2003)

Huneus, Carlos. 1998. El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales en Chile. En *La financiación de la política en Iberoamérica*, editada por P. Del Castillo y D. Zovatto. San José: Costa Rica: IIDH-CAPEL.

Libertad y Desarrollo. 2002. Límite al gasto electoral: menos competencia política. *Temas Públicos (LyD)* (584):1-4.

Libertad y Desarrollo. 2002. Gasto electoral: lo central es el indebido aporte del gobierno. *Temas Públicos (LyD)* (599):1-2.

Mann, Thomas. 2000. Dilemas de las regulaciones del financiamiento político. *Estudios Públicos* (78):5-26.

Peña, Carlos. 2002. El gasto electoral y los derechos constitucionales. *Puntos de Referencia (CEP)* (256).

Peña, Carlos. 2002. El sonido del dinero: el gasto electoral y la libertad de expresión. *Documentos de Trabajo (CEP)* (330).

República de Chile. 2000. Mensaje del S.E. el presidente de la República con el que inicia un proyecto de ley sobre transparencia, límite y control del gasto electoral. Santiago.

Senado. 2001. Diario de Sesiones del Senado. Legislatura 344, ordinaria, Sesión 24, Martes 21 de agosto del 2001. Valparaíso: Congreso Nacional.

Valdés, Salvador. 2000. Propositiones sobre el financiamiento de la actividad política. *Estudios Públicos* (78) 375-550

-----, 2000. La propuesta del CEP sobre el financiamiento de la política. *Puntos de Referencia (CEP)* (227):1-7.

----- (editor). 2000. Reforma del Estado. Financiamiento político. Vol. I. Santiago. Centro de Estudios Públicos.

-----, 2002. Críticas al proyecto de ley sobre transparencia, límite y control del gasto electoral. Santiago: CEP (mimeo).

-----, 2002. El país que viene: financiamiento político. *Puntos de Referencia (CEP)* (259):1-16.

-----, 2002. Financiamiento político: la estrategia y una ley buena. *Estudios Públicos* (87):105-130.