



Tardor 2015

Los think tanks ante la oportunidad de la transparencia ¹

Jaime González-Capitel

@sinestauta

Filósofo

Becario Fullbright en la Universidad de Georgetown (Washington, DC)

¿Por qué nos ocupa la opacidad de los laboratorios de ideas?

Ante la alerta generada en los Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial por el creciente poder de las fundaciones privadas, el Revenue Act de 1969 les prohibió tajantemente desarrollar actividades políticas y sancionó con la pérdida de las exenciones fiscales a las organizaciones que participaran en actividades de lobbying. Esta reforma tuvo la consecuencia indirecta de consolidar la inversión en el *soft power* de los think tanks como una de las avenidas principales para influir en la toma de decisiones políticas, erigiéndose como uno de los factores más importantes a la hora de comprender la consolidación histórica de los laboratorios e ideas en Estados Unidos. Al mismo tiempo, comenzaron a desdibujarse los límites entre estas organizaciones y los grupos de presión, que desde entonces, y probablemente para siempre, han quedado unidos en la sospecha.

Junto con los problemas de puertas giratorias, los conflictos de intereses y las garantías metodológicas en la producción de conocimiento, la pregunta acerca de la influencia política de quienes financian a los think tanks ha sido parte integrante de la discusión sobre su valor y funciones en el entramado democrático al menos desde los años setenta del siglo pasado. Sin embargo, ha sido en el siglo XXI cuando esta cuestión ha alcanzado una nueva dimensión al abrigo del creciente interés global por la transparencia y el derecho de acceso a la información como elementos de enlace entre el modelo de democracia representativa y las crecientes expectativas de participación ciudadana.

En este marco, activistas, investigadores y expertos anti-corrupción han comenzado a actuar bajo el principio de que la transparencia financiera debe inaugurar un debate que dirima cómo se declina la rendición de cuentas de estas organizaciones a lo largo de dos ejes fundamentales: persuasión y obligaciones legales.

El valor estratégico de la transparencia

En 2012, la campaña británica *Who Funds You?* inició la pregunta por la influencia económica. Pese a la respuesta defensiva del Adam Smith Institute, que interpretó su lugar en el puesto más bajo de la escala como una defensa al derecho de anonimato de los patrocinadores, la iniciativa fue recibida con interés y varios institutos pasaron a publicar más información. Ambos casos muestran a las claras qué tipo de conversaciones pueden generarse como resultado de esta pregunta incómoda. En el primero, el interrogado socava la legitimidad a la pregunta o la





autoridad de quien desea iniciar la conversación; en el segundo, se reconoce el valor estratégico de la pregunta y se transforma en socio, aliado o consejero a quien la hace.

Una situación parecida se dio en el otoño de 2014 cuando sendos reportajes en The New York Times y Washington Post cuestionaron la excesiva influencia de multimillonarios y gobiernos extranjeros en varios de los think tanks más influyentes, entre los cuales se encontraban Brookings o el Atlantic Council. Demasiado eminentes como para arriesgarse a perder credibilidad, ambos think tanks reaccionaron a la situación con el diseño de nuevas medidas. Transparify asesoró al Atlantic Council para informar la adopción de una nueva política interna de transparencia financiera

Desde su aparición en 2014 bajo el apoyo de la Open Society Foundation de George Soros, Transparify, una iniciativa liderada por Hans Gutbrod y Till Bruckner, se está erigiendo en el estándar mundial en transparencia de laboratorios de ideas gracias a un modelo basado en la sencillez. La información sobre patrocinadores y patrocinios que cada organización publica en su web es evaluada por grupos de pares para generar un rating de 169 organizaciones de todo el mundo. En tan solo dos ediciones, la media de las organizaciones ha pasado de 2,0 a 2,6, sobre un máximo de cinco estrellas. Sin embargo, el equipo subraya que tan importante como los resultados es el trabajo previo de comunicación y contacto con los equipos de los laboratorios de ideas evaluados, mediante el cual se suaviza la figura del evaluador externo con el objeto de valorar los beneficios de la transparencia para la propia institución.

El caso español es significativo. Empleando la metodología de Transparify, y a partir de un primer rating que diagnosticó una mejorable transparencia media de 0,7 sobre cinco^[1], en España se han entablado enriquecidos diálogos con varios think tanks que han mostrado interés en ser evaluados por varios motivos. Para empezar, se suele admitir que la falta de transparencia se debe no a un vicio esencial de nuestro sistema político, sino a la novedad del debate y a la falta de tradición cultural. Además, se reconocen beneficios y oportunidades a medio y largo plazo como la repercusión mediática de los ratings, las credenciales mejoradas en un ambiente político innovador que prima la lucha contra la corrupción, o la obtención de un marchamo reconocido internacionalmente. Ello se añade a ventajas más generales derivadas de la etiqueta “think tank”, todavía poco comprendida en España. Su uso por parte de expertos independientes otorga mayor visibilidad al sector y equipara implícitamente a las fundaciones españolas, generalmente de modestas dimensiones, con los grandes laboratorios de ideas anglosajones.

Vigilancia y cumplimiento de la ley

Pese al reducido peso de los laboratorios de ideas en España, que dificulta la atención reformista, existen factores que apoyan una evolución del sector hacia niveles más avanzados de transparencia por la senda reguladora: la Ley de transparencia y la normativa aplicable al tercer sector.

En primer lugar, la propia Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno^[2] ofrece una oportunidad histórica para exigir la más que debida rendición de cuentas a las fundaciones de los partidos políticos, que, siguiendo el modelo alemán, componen la tipología dominante de los think tanks en España. En efecto, en el artículo





3 puede leerse que las disposiciones del capítulo II, sobre publicidad activa, se extienden “a las entidades privadas que perciban durante el período de un año ayudas o subvenciones públicas en una cuantía superior a 100.000 euros o cuando al menos el 40% del total de sus ingresos anuales tengan carácter de ayuda o subvención pública, siempre que alcancen como mínimo la cantidad de 5.000 euros”. Este criterio incluye claramente a todas las fundaciones de los partidos políticos, cuya constitución y supervivencia deben comprenderse, según recoge el artículo de Francesc Ponsa en esta misma monografía, desde la creación de subvenciones públicas en aras de una vaga “promoción de la democracia”.

Así pues, las fundaciones de los partidos están sujetas a lo dispuesto por los artículos 6 y 8 de dicho capítulo II acerca de la información institucional, organizativa y de planificación, y la información económica, presupuestaria y jurídica, respectivamente. En concreto, el artículo 8 recoge expresamente contratos, convenios, subvenciones, presupuestos, cuentas anuales, retribuciones de altos cargos y estadísticas.

Las posibilidades están abiertas. Por ejemplo, una interpretación jurídica auténtica del último punto del artículo octavo por parte de las administraciones públicas que defendiera la naturaleza de servicio público del trabajo desarrollado por las fundaciones de los partidos políticos permitiría introducir criterios de evaluación formal que hasta ahora son inexistentes.^[3]

Otra estrategia para aumentar la rendición de cuentas, más ambiciosa, difícil y de mayor calado, pasa por replantear el modelo de gobernanza de las fundaciones privadas a partir de la simplificación y la coordinación entre los más de cincuenta protectorados existentes en la actualidad, de manera que el carácter público de los actos depositados ante registro quede reflejado en un modelo de información digital a la altura de los tiempos.

Pocos países europeos se encuentran ante un momento de refundación tan elocuente como el que la crisis de la democracia española lleva prometiendo desde hace casi un lustro. Pero tampoco debemos olvidar que, aunque el papel de los expertos independientes en grandes debates como el sistema educativo, el modelo de estado o el crecimiento económico pueda llegar a ser importante, depende también del músculo de las fundaciones que los alojan. En última instancia, sin un mecenazgo inteligente, el valor de la transparencia quedará truncado.

[1] Jaime González-Capitel y Francesc Ponsa. “How Transparent are Spanish Think Tanks? A DIY rating with Transparify’s framwork”. 21 de enero de 2015. On Think Tanks. <http://onthinktanks.org/2015/01/21/how-transparent-are-spanish-think-tanks-a-diy-rating-with-transparifys-framework/>

[2] BOE 295, de 10 de diciembre de 2013. <http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12887.pdf>

[3] Dicho punto se refiere a “la información estadística necesaria para valorar el grado de cumplimiento y calidad de los servicios públicos que sean de su competencia, en los términos que defina cada administración competente”.

