

PREGUNTA ESCRITA E-1948/03  
de Roger Helmer (PPE-DE)  
a la Comisión

Asunto: Referéndum lituano

¿Podría comentar la Comisión el hecho de que parezcan haberse usado tácticas gravemente deshonestas en la campaña del referéndum de Lituania para la adhesión a la UE? Se trata, concretamente, de las siguientes:

- se infringió la ley electoral con una campaña constante a favor de un voto positivo en las 30 horas anteriores al referéndum, lo que es contrario a la ley electoral lituana;
- se recurrió a altos funcionarios del Gobierno, celebridades y hombres de negocios para que expusieran el mensaje clave "sí" en la radio y la televisión estatales durante el período de reclusión de 30 horas anterior al referéndum y a lo largo de los dos días de votación; estas personas utilizaron mensajes políticos clave para convencer a los votantes, no sólo de que acudieran, sino también de que votaran "sí";
- el mensaje clave "sí" para "votar por la juventud del mañana" no puede interpretarse como un simple aumento de la sensibilización;
- la principal cadena de supermercados ofreció bienes (bebidas, productos de confitería y detergentes) a los lituanos que podían demostrar que habían votado en el referéndum, lo que fomentó un aumento de la participación que elevó la tasa total de participación por encima del nivel necesario del 50%;
- este aumento de más de 300.000 votantes registrado después del anuncio de bienes gratuitos a cambio de votos puede atribuirse directamente a esta "oferta especial", que fue anunciada constantemente en la radio estatal, ya que el enorme aumento de la participación después del anuncio no concuerda con las pautas de votación del primer día de votación;
- altos funcionarios del Gobierno se reunieron después del primer día de votación y decidieron continuar la campaña para fomentar un voto positivo, lo que está expresamente prohibido por la ley electoral lituana;
- los extraordinarios esfuerzos de los altos funcionarios y de los hombres de negocios, especialmente los bienes gratuitos a cambio de votos ofrecidos en la cadena de supermercados, afectaron considerablemente el resultado del referéndum.