



# Boletín de Estudios Políticos

Boletín No. 10 Agosto 2012

Departamento de Estudios Políticos

Versión impresa: ISSN 2219-2514

*Saber quién está detrás de los candidatos permite evaluar la coherencia del discurso y la conducta de los políticos y facilita el descubrimiento de lazos, vínculos y compromisos cuyo conocimiento es útil al tiempo de valorar la gestión del gobierno. La relación del dinero y la política -y en particular durante los procesos electorales- afecta la calidad misma de la democracia, la gobernabilidad, la representación como principio de organización política[...]*

## Los sistemas de financiamiento político en América: Tendencias<sup>1</sup>

La política como cualquier actividad requiere inversión. Siempre ha sido así y esa necesidad se ha incrementado a lo largo del tiempo con la aparición de los medios masivos de comunicación, el crecimiento de la masa de electores a los que hay que llegar y la profesionalización de las campañas. No se trata, entonces, de demonizar la inversión política, sino de observarla con atención, regularla con racionalidad, transparentarla con información para los ciudadanos y controlarla para evitar abusos.

Saber quién está detrás de los candidatos permite evaluar la coherencia del discurso y la conducta de los políticos y facilita el descubrimiento de lazos, vínculos y compromisos cuyo conocimiento es útil al tiempo de valorar la gestión del gobierno.

La relación del dinero y la política y en particular durante los procesos electorales afecta la calidad misma de la democracia, la gobernabilidad, la representación como principio de organización política y la imparcialidad y competitividad de los procesos electorales.

América ofrece un verdadero muestrario de sistemas de regulación del financiamiento de la política. La variedad viene impuesta porque el sistema de financiamiento de la política está íntimamente relacionado con el sistema electoral, con la forma de

---

<sup>1</sup> Agradecemos a la Dra. Delia Ferreira Rubio (<http://www.deliaferreira.com.ar>) Doctora en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y Consultora de Democracy International, por su contribución a la redacción de la presente edición del Boletín de Estudios Políticos.

*La tendencia del financiamiento público de los partidos y de las campañas electorales surgió como una forma de reducir la necesidad de fondos para los partidos y, por lo tanto, liberarlos –al menos en parte- de la dependencia de aportantes que podían exigir favores a cambio. El financiamiento público de los partidos responde también a la búsqueda de nivelar la competencia electoral, haciendo más equitativas las oportunidades de los participantes.*

gobierno, con la forma de hacer política de cada país. A pesar de la diversidad de sistemas, se pueden detectar algunas líneas maestras en la regulación del financiamiento político. Esos lineamientos se refieren a cinco áreas centrales en la regulación. La combinación de los elementos y opciones posibles dentro de cada área conformará el perfil del sistema normativo adoptado. Esas cinco áreas son: el financiamiento público; el financiamiento privado; los medios de comunicación; la rendición de cuentas y transparencia; y el control y la auditoría<sup>2</sup>.

### **1. Financiamiento público**

La tendencia del financiamiento público de los partidos y de las campañas electorales surgió como una forma de reducir la necesidad de fondos para los partidos y, por lo tanto, liberarlos –al menos en parte- de la dependencia de aportantes que podían exigir favores a cambio. El financiamiento público de los partidos responde también a la búsqueda de nivelar la competencia electoral, haciendo

más equitativas las oportunidades de los participantes.

La mayoría de los países de la región adoptan sistemas mixtos de financiamiento que combinan –en formas y proporciones diversas- el financiamiento público y el privado. En la década pasada se observa en América Latina, una tendencia a privilegiar el financiamiento público por sobre el privado. El argumento utilizado para justificar el financiamiento público se asienta en la presuposición de que si el Estado se hace cargo de la mayor parte -o, incluso, de la totalidad- de los costos de campaña, los partidos no tendrán necesidad de conseguir otros fondos. La práctica ha demostrado que aun en países que invierten cuantiosas sumas en el financiamiento de las campañas, los partidos y los candidatos siguen recolectando fondos privados, muchas veces al margen de la ley. El caso de México es significativo a este respecto y la última reforma puso de manifiesto que se busca reducir los cuantiosos fondos públicos entregados a los partidos.

Por otra parte, si bien es razonable que el Estado invierta en el sostenimiento de la democracia –y por lo tanto en las elecciones- esa inversión debe ser coherente

2 Para conocer apreciación sobre estos aspectos Vid., Fusades (2012), "Pautas generales para el consenso de una ley de partidos políticos", Serie de Investigación No.1, Departamento de Estudios Políticos, agosto 2012.

*El financiamiento público de la política asume diversas modalidades. Los aportes directos suponen la entrega de fondos en efectivo ya sea por adelantado, o como reembolso de los gastos efectuados. Las franquicias –o aportes indirectos- consisten en la facilitación de ciertos servicios en forma gratuita o a precio reducido (correo, espacios públicos, transporte, espacios en medios de comunicación, exenciones fiscales, etc.). La mayoría de las legislaciones en América adoptan combinaciones de ambos tipos de aportes y la tendencia es a poner el acento en los aportes directos.*

con la situación general del país. En países con grandes carencias en materia educativa, o en el área de salud, en los que la pobreza y la indigencia son un problema central, resulta discutible que el presupuesto público asuma enteramente los costos de las campañas. Estas propuestas, además, son resistidas por la población que desconfía de los partidos y sus dirigentes. En países como Perú, por ejemplo, se regula en la ley el financiamiento público, sin embargo la presión social ha determinado que el Presupuesto de la Nación nunca haya contemplado partidas de recursos con este fin.

El financiamiento público de la política asume diversas modalidades. Los aportes directos suponen la entrega de fondos en efectivo ya sea por adelantado, o como reembolso de los gastos efectuados. Las franquicias –o aportes indirectos- consisten en la facilitación de ciertos servicios en forma gratuita o a precio reducido (correo, espacios públicos, transporte, espacios en medios de comunicación, exenciones fiscales, etc.). La mayoría de las legislaciones en América adoptan combinaciones de ambos tipos de aportes y la tendencia es a poner el acento en los aportes directos.

Los fondos públicos pueden destinarse al sostenimiento institucional de los partidos, a cubrir los gastos ordinarios de funcionamiento y a la capacitación de los dirigentes. Otra opción es la de asignar los aportes públicos sólo a la financiación de las campañas electorales. La contribución estatal a las actividades ordinarias de los partidos es coincidente con la idea de que los partidos son instituciones fundamentales de la democracia y contribuyen al fortalecimiento de los sistemas democráticos. El aporte público al sostenimiento de los partidos, no necesariamente adopta la forma de un aporte directo al partido; en algunos países la contribución está orientada hacia los grupos parlamentarios.

Mientras los fondos para el sostenimiento de los partidos se entregan a la institución, cuando se trata del financiamiento de las campañas, existen dos modelos. El aporte o el reembolso de gastos puede asignarse al partido como institución o a los candidatos individualmente considerados. El lugar institucional en el que ingresan los fondos repercute en el reparto de poder entre los órganos centrales y periféricos del partido, o entre los candidatos nominados y la cúpula dirigente.

*La tendencia mayoritaria es la asignación de aportes en proporción a la fuerza electoral del partido, tomando como base los resultados de la elección anterior –en los sistemas de aporte adelantado- o la cantidad de votos obtenidos en la elección inmediata –en los sistemas de aporte por reembolso. En algunos países se opta por un criterio mixto que asigna los recursos en parte igualitariamente entre todos los partidos y en parte proporcionalmente a su fuerza electoral.*

La determinación del receptor de los fondos se vincula con el sistema electoral y con el sistema de partidos. Dirigir los fondos a los partidos o personalmente a los candidatos constituye una decisión trascendental que puede fortalecer y consolidar a los partidos como instituciones, o aumentar la autonomía de los candidatos con relación al aparato partidario.

En materia de distribución de fondos públicos, una cuestión determinante del perfil del modelo normativo es el parámetro utilizado para la distribución de los fondos, lo que a su vez influye sustancialmente en el sistema de partidos. La asignación igualitaria basada en el mero reconocimiento o registro de la personería jurídica favorece el surgimiento de nuevos partidos, pero puede significar la asignación de fondos a partidos-fachada o simples ‘sellos de goma’ que carecen de arraigo en la sociedad y que son más un negocio que una institución política representativa. Por otro lado, la entrega de fondos basada exclusivamente en la fuerza electoral del partido, si bien corrige el efecto anterior, puede conducir al mantenimiento del *status quo* y obstaculizar el surgimiento de nuevos partidos o la renovación del sistema de partidos.

La tendencia mayoritaria es la asignación de aportes en proporción a la fuerza electoral del partido, tomando como base los resultados de la elección anterior –en los sistemas de aporte adelantado- o la cantidad de votos obtenidos en la elección inmediata –en los sistemas de aporte por reembolso. En algunos países, se opta por un criterio mixto que asigna los recursos en parte igualitariamente entre todos los partidos y en parte proporcionalmente a su fuerza electoral.

El financiamiento público puede ser asignado con destino específico. Es frecuente que las leyes establezcan, por ejemplo, que una parte del aporte con fines institucionales debe destinarse a la capacitación de dirigentes. En la década pasada, las legislaciones de Costa Rica, Panamá, México, Honduras y más recientemente Brasil, han incorporado también la perspectiva de género en esta materia, ordenando que una parte de los recursos públicos asignados al sostenimiento institucional y permanente de los partidos debe orientarse a la capacitación de líderes mujeres y a la promoción de la participación activa de la mujer en la política.

*Las limitaciones vinculadas con el origen de los fondos o la calidad del donante tienden a eliminar posibles conflictos de interés entre el aportante y el candidato en caso de que gane la elección; o a disminuir la influencia de algunos aportantes. Entre los aportes prohibidos en las leyes de financiamiento de la política suelen figurar: los aportes de empresas que son concesionarias del Estado o los de aquellas empresas que se dedican a la explotación de casinos y juegos de azar, o los provenientes de bancos y entidades financieras; los aportes de empresas, gobiernos o ciudadanos extranjeros, los aportes de las iglesias y los aportes de las organizaciones profesionales, empresariales o sindicales.*

## **2. Financiamiento privado**

El aporte de fondos a partidos por parte de los ciudadanos y las empresas puede ser visto como una forma de participación, o incluso como una forma de expresión de la propia ideología. La preocupación que despiertan los aportes privados, se vincula con la pretensión de algunos aportantes de utilizar sus contribuciones como una forma de ganar acceso privilegiado a los funcionarios, obtener ventajas y beneficios o directamente “comprar” decisiones. Al compás de escándalos de corrupción que vinculaban a los financistas de campaña con votaciones parlamentarias o decisiones de gobierno, fue surgiendo la tendencia a limitar los aportes privados o reducir la necesidad de fondos para las campañas a través del aporte público, la limitación del tiempo de campaña o la fijación de topes a los gastos.

Las prohibiciones y limitaciones a los aportes privados asumen dos modalidades: las que se vinculan a la calidad o circunstancias del donante y las referidas a los montos de los aportes. Las limitaciones vinculadas con el origen de los fondos o la calidad del donante tienden a eliminar posibles conflictos de interés

entre el aportante y el candidato en caso de que gane la elección; o a disminuir la influencia de algunos aportantes.

Entre los aportes prohibidos en las leyes de financiamiento de la política suelen figurar: los aportes de empresas que son concesionarias del Estado o los de aquellas empresas que se dedican a la explotación de casinos y juegos de azar, o los provenientes de bancos y entidades financieras; los aportes de empresas, gobiernos o ciudadanos extranjeros, los aportes de las iglesias y los aportes de las organizaciones profesionales, empresariales o sindicales.

Las restricciones en el monto de los aportes están encaminadas a lograr disminuir la influencia de los grandes donantes, favoreciendo la proliferación y multiplicación de los pequeños aportantes. De esta forma, el candidato no dependería de unos pocos capitalistas para llevar adelante su campaña y disminuiría así su compromiso futuro frente a quienes financiaron la campaña.

En la actualidad va ganando espacio la idea de prohibir de manera absoluta las contribuciones de empresas o personas jurídicas, con el argumento de

*El resultado de la prohibición de aportes de empresas no es una medida eficiente para evitar el ingreso de esos fondos; tampoco impide la influencia de los grupos económicamente poderosos; además actúa como un obstáculo a la transparencia y evita que la información sobre el financiamiento real de las campañas sea un insumo a la hora de evaluar las políticas públicas. Cuando llega el momento de la gestión las que obtienen los beneficios impositivos, las concesiones, los contratos, los permisos, etc. son las empresas. ¿Cómo saber si la decisión de política pública está inspirada en el bien común o representa una devolución de favores[...]*

que sólo los ciudadanos, personas individuales, votan; si aportar es una forma de participar en las decisiones políticas, cuya columna vertebral son las elecciones, ¿por qué permitirles la participación a las empresas que no votan? En primer lugar, se podría contra-argumentar que las empresas también pagan impuestos y están sometidas a las leyes que dictan los representantes, por lo cual parece legítimo que se interesen en la competencia política.

Esta prohibición está basada en otra presuposición que la realidad desmiente. Se confía en que la prohibición legal elimina el financiamiento empresarial. Una confianza que carece de fundamento en sociedades anónimas, donde el valor de la regla es muy relativo y en las que no se cuenta con organismos de control eficaces para auditar la veracidad de los registros de donantes. La realidad demuestra que este tipo de prohibiciones son fácilmente eludibles, a través de donaciones individuales de aportantes fantasmas o interpósitas personas, con lo que la prohibición actúa en la práctica como un incentivo para la canalización clandestina de fondos hacia los partidos.

El resultado de la prohibición

de aportes de empresas no es una medida eficiente para evitar el ingreso de esos fondos; tampoco impide la influencia de los grupos económicamente poderosos; además actúa como un obstáculo a la transparencia y evita que la información sobre el financiamiento real de las campañas sea un insumo a la hora de evaluar las políticas públicas. Cuando llega el momento de la gestión, las que obtienen los beneficios impositivos, las concesiones, los contratos, los permisos, etc. son las empresas. ¿Cómo saber si la decisión de política pública está inspirada en el bien común o representa una devolución de favores, si la información que tenemos del origen de los fondos de campaña es un largo listado de personas individuales -por lo general desconocidas- que resulta muy difícil vincular con las empresas?

Algunas legislaciones, sin perjuicio de imponer restricciones, buscan incentivar los aportes privados para lo que se recurre por lo general a otorgar beneficios fiscales o impositivos a los donantes a condición de que se cumplan ciertos requisitos; por ejemplo, no exceder determinado monto anual de contribuciones o realizar las contribuciones a fondos generales que después

*Las políticas de subsidio al gasto de publicidad en los medios constituyen una de las respuestas más difundidas al problema del acceso a los medios masivos para los partidos y candidatos. Con relación a los medios públicos, el Estado como titular y administrador simplemente asigna espacios en su propia programación. Cuando los subsidios incluyen a los medios privados, el Estado debe primero adquirir esos espacios, comprándolos[...]*

se distribuyen entre todos los partidos. Esta clase de incentivos requiere de la existencia de controles eficientes para evitar que se genere una especie de mercado negro que permita fraguar aportes para obtener los beneficios fiscales.

### **3. Acceso a los medios masivos de comunicación**

La preocupación por el tema de los medios ingresa de lleno en el debate del financiamiento de la política con la incorporación de la televisión, por un motivo central: los costos. En efecto, uno de los rubros que más recursos consume en un presupuesto de campaña, en la mayoría de los países, es la publicidad en los medios, especialmente en la televisión. La incorporación de este recurso o instrumento de campaña introdujo un nuevo factor de peligro para la equidad de la competencia electoral, reactivando el tema de la disparidad de acceso en función de la disparidad de recursos.

El problema de los medios y la equidad en la competencia ha dado lugar a medidas de política pública en dos direcciones:

- a) subsidiar la propaganda en los medios; y
- b) regular la contratación privada.

El desafío consiste en encontrar un sistema que al tiempo que garantice a todos los candidatos el acceso a los medios, no restrinja la libertad de expresión de los candidatos o de terceros, no atente contra la libertad de contratación y comercio, ni afecte el derecho de los electores a la información.

Las políticas de subsidio al gasto de publicidad en los medios constituyen una de las respuestas más difundidas al problema del acceso a los medios masivos para los partidos y candidatos. Con relación a los medios públicos, el Estado como titular y administrador simplemente asigna espacios en su propia programación. Cuando los subsidios incluyen a los medios privados, el Estado debe primero adquirir esos espacios, comprándolos, o bien utilizando los espacios de bien público que, por lo general, las leyes de medios contemplan como obligación de los licenciatarios.

Los modelos de regulación de la contratación privada de espacios, sobretudo en materia de campaña electoral, varían desde la libertad total a la prohibición absoluta.

En el primer caso, la capacidad de acceso depende de los

*La evolución de la legislación en materia de transparencia del financiamiento de los partidos y de las campañas electorales presenta diversas etapas [...] El tercer paso ha consistido en la generación de mecanismos de difusión y divulgación de la información contenida en las rendiciones de cuentas. No basta ya que esos datos se registren; no basta que el organismo de control acceda a ellos, verifique su legalidad y aplique las sanciones correspondientes; es necesario –además– que se garantice la llegada de la información a la prensa y a los ciudadanos, de manera efectiva, sencilla y oportuna.*

recursos con que se cuente para comprar espacio; rige la libertad de contratación y de comercio. Algunos países optan –y ésta es una tendencia que en la actualidad se advierte con fuerza en América Latina– por la solución contraria. Países como Argentina, México, Brasil y Chile prohíben en forma expresa que los partidos, los candidatos o terceros contraten publicidad en los medios.

En materia de equidad de género, Brasil es pionero al introducir en 2009 una norma que establece la obligatoriedad de destinar el 10% de los espacios de la franja gratuita que reciben los partidos a la promoción de las candidatas mujeres.

#### **4. Rendición de cuentas y transparencia**

La transparencia en la relación dinero-política no sólo aporta al elector elementos de juicio al tiempo de decidir su voto, sino que brinda información útil al tiempo de juzgar la gestión de gobierno. Asimismo la transparencia, que se logra con mecanismos de rendición de cuentas, publicidad y acceso a la información, actúa como antídoto contra la corrupción porque aumenta los costos y riesgos de las conductas corruptas.

La evolución de la legislación en materia de transparencia del financiamiento de los partidos y de las campañas electorales presenta diversas etapas. La primera etapa se caracterizó por la exigencia de presentar rendiciones de cuentas ante los organismos de control con competencia específica en materia de partidos políticos. Un segundo paso, se orientó a la regulación detallada de la forma y contenido que debían tener las rendiciones de cuentas para permitir el análisis y comparación de la información. El tercer paso ha consistido en la generación de mecanismos de difusión y divulgación de la información contenida en las rendiciones de cuentas. No basta ya que esos datos se registren; no basta que el organismo de control acceda a ellos, verifique su legalidad y aplique las sanciones correspondientes; es necesario –además– que se garantice la llegada de la información a la prensa y a los ciudadanos, de manera efectiva, sencilla y oportuna.

Las rendiciones de cuentas de los partidos no deben ser consideradas y reguladas como una mera formalidad burocrática de registro, más o menos detallada, de movimientos contables. Resulta necesario distinguir entre los requisitos de validez contable



*Cualquiera sea el sistema de reglas, limitaciones y prohibiciones que se aplique al financiamiento de la política, la eficacia y efectividad del sistema depende de la implementación de mecanismos de control que sean independientes desde el punto de vista político, que tengan capacidad técnica y presupuestaria para llevar adelante su labor y que cuenten con competencia jurídica para poder realizar una efectiva auditoría de los informes, y no se limiten al registro acríptico de los mismos.*

de un balance o estado de cuentas y la profundidad y detalle que exige la información destinada a hacer democráticamente transparente el flujo de fondos en la política.

La obligación de rendir cuentas debe alcanzar -y obligación de divulgar la información debe abarcar- a todos los actores relevantes en el proceso de financiamiento, es decir: partidos, candidatos, organismos públicos que distribuyen o administran los aportes estatales, los medios -en cuanto a las tarifas a aplicar- y, también, a las fundaciones políticas u organizaciones no gubernamentales que recaudan o canalizan fondos para los partidos y candidatos.

En el continente existe una gran disparidad en el grado de transparencia en el financiamiento de la política. Los mayores avances se registran en Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Perú y Argentina. En estos países se puede acceder a información sobre contribuciones y gastos de campaña aun antes de las elecciones, con lo que se favorece el objetivo del voto informado de los ciudadanos. En otros países, en cambio, las leyes sólo exigen el registro de los libros y cuentas por períodos anuales

vencidos y en muchos casos esa información -que no se somete a una auditoría seria- sólo es accesible al organismo de control. En países como El Salvador o algunos países del Caribe, ni siquiera se solicita la presentación de cuentas. El Caribe es la región del continente donde el tema está menos desarrollado; de los 14 países sólo 4 tienen alguna normativa sobre financiamiento de los partidos o candidato.

## **5. Control y auditoría**

Cualquiera que sea el sistema de reglas, limitaciones y prohibiciones que se aplique al financiamiento de la política, la eficacia y efectividad del sistema depende de la implementación de mecanismos de control que sean independientes desde el punto de vista político, que tengan capacidad técnica y presupuestaria para llevar adelante su labor y que cuenten con competencia jurídica para poder realizar una efectiva auditoría de los informes, y no se limiten al registro acríptico de los mismos.

En la mayoría de los países del continente, el control del financiamiento está a cargo del Organismo de Control Electoral que puede ser de naturaleza

*El esquema de control se completa con el sistema de sanciones previsto. Las sanciones por incumplimiento de las reglas de financiamiento de partidos han asumido tradicionalmente la forma de multas que se aplican tanto a quien recibe como a quien aporta indebidamente. La eficacia de las multas varía según el respaldo patrimonial de los sancionados. En muchos países, se tropieza con la insolvencia patrimonial de los partidos y de los dirigentes para hacer frente al pago efectivo.*

administrativa (centralizado, descentralizado o autónomo) o judicial. Cuando el control está a cargo de un organismo administrativo, por lo general el diseño se complementa con una instancia judicial (con competencia especializada o general) que persigue las violaciones al régimen, aplica las sanciones y actúa como instancia de apelación de las decisiones del organismo administrativo de control electoral. En algunos países se incluye en los mecanismos de control a otros organismos estatales, generalmente, aquellos destinados a la auditoría y control del manejo de los recursos públicos.

En cuanto a las funciones previstas para el órgano de control del financiamiento cabe destacar las siguientes que –en función del diseño institucional– pueden darse en forma aislada o combinada:

- Registro. Se vincula con la recepción y conservación de los reportes de los sujetos obligados a rendir cuentas.
- Fiscalización. Implica la revisión contable de los informes presentados y la comprobación de ajuste entre los asientos contables y la documentación respaldatoria.

- Auditoría. Implica la investigación sobre la veracidad de los datos informados.
- Generación de datos de contraste y constatación. Por ejemplo, realización de monitoreos de gasto de campaña (suele hacerse con la publicidad), o recopilación de información por parte de proveedores.
- Publicidad. Se refiere a la difusión de la información recibida, en estado puro o en forma agregada.
- Procesamiento. Instancia o desarrollo de procesos jurisdiccionales o judiciales frente a presuntas violaciones a la ley.
- Sanción. Aplicación de las sanciones previstas en la ley.

El esquema de control se completa con el sistema de sanciones previsto. Las sanciones por incumplimiento de las reglas de financiamiento de partidos han asumido tradicionalmente la forma de multas que se aplican tanto a quien recibe como a quien aporta indebidamente. La eficacia de las multas varía según el respaldo patrimonial de los sancionados. En muchos países,

*Los párrafos anteriores han intentado dibujar un rápido pantallazo de las tendencias en la regulación de la relación dinero-política en América. Lo importante es destacar que, en esta materia, no hay recetas universales ni soluciones infalibles. Cada país debe encontrar su propia fórmula que satisfaga los estándares globales y las obligaciones asumidas en convenios internacionales.*

se tropieza con la insolvencia patrimonial de los partidos y de los dirigentes para hacer frente al pago efectivo.

Una de las formas de hacer más eficaces las sanciones en materia de financiamiento de la política es la personalización de la responsabilidad. En efecto, cuando los responsables son los partidos, la responsabilidad se transforma en difusa y se va desgranando hacia los niveles más bajos de la jerarquía partidaria que -en los hechos- no son los que han tomado las decisiones. Frente a esta situación, diversas legislaciones han creado la figura del Administrador Electoral o el Responsable de Campaña. La responsabilidad por el cumplimiento -y las sanciones por incumplimiento- se concentran en esa persona. Esto facilita el uso de la norma, la exigibilidad de las obligaciones y la aplicación de las sanciones.

Los párrafos anteriores han intentado dibujar un rápido pantallazo de las tendencias en la regulación de la relación dinero-política en América. Lo importante es destacar que, en esta materia, no hay recetas universales ni soluciones infalibles. Cada país debe encontrar su propia fórmula que satisfaga

los estándares globales y las obligaciones asumidas en convenios internacionales.

Entre esos instrumentos destaca en el continente, la *Carta Democrática Interamericana* (CDI) de 2001. La CDI es uno de los instrumentos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos que constituye la columna vertebral de la normativa de la Organización de Estados Americanos (OEA) en materia de derechos humanos y valores democráticos. El artículo 5 de la CDI establece que: *“El fortalecimiento de los partidos y de otras organizaciones políticas es prioritario para la democracia. Se deberá prestar atención especial a la problemática derivada de los altos costos de las campañas electorales y al establecimiento de un régimen equilibrado y transparente de financiación de sus actividades”*.

La *Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción* (UNCAC), también se ocupa del financiamiento político y prescribe en el artículo 7.3 que: *“Cada Estado Parte considerará asimismo la posibilidad de adoptar medidas legislativas y administrativas apropiadas, en consonancia con los objetivos de la presente Convención y de conformidad con*

*La revisión de la legislación comparada y las prácticas de otros países son insumos en la elaboración y reforma de la legislación local.*

*los principios fundamentales de su derecho interno, **para aumentar la transparencia respecto del financiamiento de candidaturas a cargos públicos electivos y cuando proceda, respecto de la financiación de los partidos políticos**”.*

La revisión de la legislación comparada y las prácticas de otros países son insumos en

la elaboración y reforma de la legislación local. Lo importante en la construcción de las políticas públicas en esta materia es fijar con claridad los objetivos y construir los consensos necesarios para la legitimidad de las medidas adoptadas. No basta la voluntad política, hace falta también un acompañamiento de la sociedad y el compromiso de los actores de cumplir las reglas.



Fundación Salvadoreña  
para el Desarrollo  
Económico y Social

## Departamento de Estudios Políticos

**Coordinador de Comisión**  
Miguel Ángel Simán

**Miembros de la Comisión**  
Carlos Quintanilla Schmidt  
Antonio Cabrales  
Roberto Llach  
Cecilia Gallardo  
Claudia Umaña  
Elena María de Alfaro  
Miguel Lacayo  
Marcos Llach  
Álvaro Ernesto Guatemala

**Asesor**  
Salvador Samayoa

**Director**  
Luis Mario Rodríguez R.

**Investigadores**  
Sofía Flores Cristales  
Guillermo Miranda Cuestas  
Luisa Solano de Martínez

**Personal de apoyo**  
Sara Morales

**Correo electrónico**  
dep@fusades.org