

FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y CAMPAÑAS ELECTORALES EN VENEZUELA

Francisco José VIRTUOSO

SUMARIO: I. *Marco jurídico y su aplicación en el contexto nacional.* II. *Campañas electorales y medios de comunicación.* III. *Sanciones.* IV. *El debate actual en Venezuela sobre el financiamiento público de los partidos y campañas electorales.* V. *El debate de fondo.* VI. *Propuestas.* VII. *Bibliografía.*

I. MARCO JURÍDICO Y SU APLICACIÓN EN EL CONTEXTO NACIONAL

El sistema político venezolano es único en materia de financiamiento de partidos y campañas electorales. La Constitución Bolivariana de Venezuela estableció en su artículo 67 que "... No se permitirá el financiamiento de las asociaciones con fines políticos con fondos provenientes del Estado". Se revierte de esta forma una tradición establecida en la democracia representativa venezolana desde 1973. Solo recientemente se ha flexibilizado el alcance de la norma, a partir de la sentencia de la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia (junio de 2008) que estableció que el mandato de la norma constitucional no prohíbe, sin embargo, el financiamiento público de las campañas electorales. Sobre la base de la referida sentencia, el Consejo Nacional Electoral, representante del Poder Electoral en Venezuela, estableció en la regulación sobre las normas de publicidad y propaganda de la campaña electoral del referéndum sobre la enmienda constitucional del pasado 15 de febrero una franja publicitaria en los medios televisivos públicos y privados contratada directamente por este órgano comicial para garantizar la equidad de información sobre las dos opciones en competencia. Hasta ahora esa es la única forma institucionalizada de financiamiento público de la política en Venezuela. Sin embargo,

se trata de una medida coyuntural, que no sabemos si se establecerá de manera permanente en las próximas campañas electorales.

Continuando con lo establecido en la Constitución, se señala que la Ley regulará lo concerniente al financiamiento y a las contribuciones privadas de las organizaciones con fines políticos y los mecanismos de control que aseguren la pulcritud en el origen y manejo de las mismas. No se establecen límites a dichas contribuciones, aunque sí se restringe su origen, prohibiendo donaciones anónimas y extranjeras. De esta manera se consagra el financiamiento privado de la política en Venezuela como el único medio de financiamiento.

Con respecto al financiamiento de las campañas electorales opera un esquema similar al de los partidos, con la excepción ya referida al financiamiento de espacios televisivos. Para cumplir con lo establecido en la Constitución, en donde se señala que la ley regulará las campañas políticas y electorales, duración y gastos propendiendo a su democratización, el Consejo Nacional Electoral crea por resolución un conjunto de normas especiales para cada evento electoral.

El ordenamiento jurídico que regula el financiamiento de los partidos y las campañas políticas y electorales en Venezuela está contenido en las siguientes normas:

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, artículos 67, 145.
- Ley de Partidos Políticos, artículos 25, 35.
- Ley Orgánica de Sufragio y Participación Política, artículos 75, 199, 201-203, 209-213, 215, 254-255, 258, 261-263.
- Ley Orgánica del Poder Electoral, artículos 33, 66, 69.
- Resoluciones del Consejo Nacional Electoral sobre Publicidad y propaganda electoral de 2006-2009.

De acuerdo pues a lo expuesto, el sistema de financiamiento de la política en Venezuela, de acuerdo al ordenamiento jurídico, es casi exclusivamente de financiamiento privado. En la práctica ha resultado que esta forma de financiamiento rige sólo para la llamada oposición política y grupos independientes, porque toda la actividad política oficialista se desarrolla fundamentalmente con recursos públicos, tanto partidista o extra-partidista, consagrándose una inequidad sustancial, además de una clara violación a la ley.

Por otra parte, como bien señala Humberto Njaim, que habiéndose consagrado constitucionalmente una democracia participativa en Venezuela, lo que implica el aumento de los eventos de consulta electoral, como por ejemplo los referendos, obviamente que los costos de la política tienden a aumentar astronómicamente, y sólo aquellos que tienen el privilegio económico de sufragar los gastos que implica la competencia electoral tienen posibilidades reales de triunfar.

Sólo por citar algunas cifras que ayuden a comprender de qué estamos hablando, se ha establecido entre los especialistas que una campaña electoral presidencial en Venezuela no cuesta menos de 16 millones de dólares, según el cálculo realizado en 2006. Algo más debió costar al gobierno la campaña del referendo de la reforma electoral de 2007. Téngase en cuenta que en 2008 e inicios de 2009 se organizaron dos eventos electores de carácter nacional, siendo el primero referido a las elecciones regionales y municipales, y el segundo sobre la enmienda constitucional para la reelección presidencial. El evento referido a las elecciones locales y regionales debió triplicar al de la enmienda, primero porque se desarrolló a lo largo de un año, pero además porque significó la elección de casi 350 alcaldes y 22 gobernadores.

II. CAMPAÑAS ELECTORALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Un aspecto primordial en cualquier democracia es que los ciudadanos puedan contar con una información de calidad en el marco de los procesos electorales. Un principio fundamental lo constituye el balance informativo, que le presenten a cada ciudadano las distintas opciones que están en juego, para que pueda escoger de forma libre e informada.

Hoy en Venezuela, el asunto que marca la inequidad electoral es el acceso de los medios de comunicación social, especialmente en nuestro contexto, en donde la política se ha convertido en una actividad mediática por excelencia.

Partiendo de tales principios, el Grupo de Monitoreo de Medios (GMM), una iniciativa académica de la Universidad de Gotemburgo (Suecia) y la Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela), que ya han monitoreado la cobertura informativa en los últimos cuatro procesos electorales de Venezuela, realizó su último estudio de monitoreo de medios para las elecciones del 15 de febrero de 2009, cuyos resultados son paradigmáticos con respecto a lo que ha venido ocurriendo en todos los procesos electorales.

Lo primero que resalta el estudio, en el caso del comportamiento de los medios del Estado en Venezuela, es que es en ellos donde se observa el mayor desequilibrio. Para caer en la cuenta de la relevancia de este dato hay que tener presente que el Estado venezolano ha ido construyendo desde 2004 una extensa red de medios que le permite al gobierno y a los partidos oficialistas desarrollar con facilidad su propaganda política en clara ventaja a las opciones contrarias. Algunos datos sobre esta red son:

- 80 medios impresos.
- 250 emisoras de radio comunitarias.
- 3 circuitos de radio con presencia nacional.

Para el caso concreto que comentamos, el estudio analizó 803 piezas informativas de televisión y 477 de radio. De siete plantas de televisión se tomó el noticiero principal (nocturno) y de cuatro estaciones de radio el principal (matutino). Las televisoras estudiadas son: Globovisión, RCTV, Televén, Venevisión, TVES, VTV y Canal I. Las emisoras de radio son: RCR, Unión Radio, Radio Nacional y YVKE Mundial. El estudio se realizó durante tres semanas consecutivas (21/1 – 6/2/2009).

Los voceros de las conclusiones del estudio señalan que

se ha evidenciado que los medios estatales tienen un mayor desequilibrio en su intento por dar cabida a las distintas opciones de voto, al punto de invisibilizar a los actores que rechazan el proyecto de enmienda constitucional. El caso extremo lo constituye TVES, que hace dos años fue presentado como un proyecto televisivo de servicio público, y que hoy está completamente a favor de una parcialidad, en este caso el Sí.

Tabla de Radio

<i>Tendencia</i>	<i>Radio Nacional</i>	<i>YVKE Mundial</i>	<i>Unión Radio</i>	<i>Radio Caracas</i>	<i>Total</i>
Positivo SÍ	75	73	24	12	45
Positivo NO	13	2	46	74	35
Neutral	10	25	28	14	19
Irrelevante	2	0	2	0	1
Total	100	100	100	100	100
N	99	137	100	141	477

Tabla de Televisión

<i>Tendencia</i>	<i>Globovisión</i>	<i>RCTV</i>	<i>Televen</i>	<i>Venevisión</i>	<i>TVES</i>	<i>VTV</i>	<i>Canal I</i>	<i>Total</i>
Positivo SÍ	7	3	39	44	100	93	42	35
Positivo NO	59	91	39	49	0	0	37	51
Neutral	34	5	21	8	0	7	21	14
Irrelevante	0	1	2	0	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
N	142	186	62	183	31	88	111	803

Como se puede evidenciar, con excepción de una sola televisora, los medios privados reproducen el desequilibrio a favor de la opción de oposición al oficialismo. Pero en esta polarización sale favorecida la opción que impulsa el gobierno y el oficialismo pues la cobertura de sus medios radioeléctricos es mucho mayor.

Por otra parte, el presidente Chávez ha venido utilizando a lo largo de todo su mandato el sistema público de cadenas de radio y televisión para comunicarse con el país de manera permanente. Esta práctica no se regula durante los tiempos de campaña electoral, sólo se saca del aire el programa dominical Aló Presidente. A continuación presentamos el cálculo Cadenas Presidenciales de Hugo Chávez para el periodo 1998-2008, elaborado por Reporteros sin Fronteras.

<i>Año</i>	<i>Número de Cadenas</i>	<i>Duración (horas)</i>	<i>Promedio minutos por cadena</i>
1999	94	78	50
2000	146	106	44
2001	118	118	60
2002	163	75	28
2003	203	168	50
2004	375	124	20
2005	217	109	31
2006	182	92	31
2007	164	119	44
2008	154	190	92
<i>Total</i>	1816	1179*	45

* Equivalente a más de 49 días ininterrumpidos.

Las disposiciones para limitar la propaganda institucional del gobierno y del Estado en periodos de campaña electoral se establecen en las regulaciones especiales que para cada evento electoral promulga el Consejo Nacional Electoral, especialmente desde 2006. Sin embargo, estas disposiciones sólo hablan de las restricciones generales que los funcionarios públicos e instituciones del Estado están obligados a seguir en cuanto a la participación en campañas y actos de proselitismo político.

III. SANCIONES

En cuanto a la divulgación y rendición de cuentas, la legislación establece mecanismos rigurosos para controlar el financiamiento de la campaña y de los partidos políticos, a través de procedimientos técnicos contables y auditorías externas. También se señalan un conjunto de sanciones, especialmente de carácter pecuniario. Sin embargo, las únicas sanciones que hemos tenido hasta la fecha son:

- 1) Al presidente Chavez en 2001 durante la campaña electoral de 2001 por Bs. 4 millones = US\$ 1860
- 2) Al ministro de Energía y presidente de PDVSA por ordenar en la campaña electoral del 2006 votar a favor del Presidente (“rojo-rojitos”) a todos los gerentes y trabajadores de PDVSA Bs. 18 millones = US\$ 8372.
- 3) 2006-2007 y en la campaña por la enmienda constitucional (2009) Aló, Presidente fue suspendido durante.
- 4) 2006 se sancionaron a 58 personas, la mayor cantidad en la historia del Poder Electoral; la mayoría eran funcionarios del Estado. En el 2007-2008-2009 no se ha sancionado a ningún funcionario público.

IV. EL DEBATE ACTUAL EN VENEZUELA SOBRE EL FINANCIAMIENTO PÚBLICO DE LOS PARTIDOS Y CAMPAÑAS ELECTORALES

El debate sobre el funcionamiento de las democracias incluye el papel de los partidos políticos. Lo que ha cobrado especial interés en la medida en que la figura del partido como instrumento de participación, representación y articulador de intereses, ha entrado en una fuerte crisis de significado. Uno de los aspectos más delicados y controversiales es el

de las finanzas, especialmente, la forma en que los partidos obtienen, administran y reportan sus recursos. En Venezuela, el debate se ha centrado en el origen de los recursos que manejan los partidos, si la fuente de esos recursos debe ser privada o pública, y, en caso de que se opte por una combinación, cuál debería ser el peso de cada una.

En contraste, en Latinoamérica asistimos en los últimos años a un reconocimiento generalizado a la figura de los partidos políticos, aunque con matices, lo que implica diferentes exigencias constitucionales en cuanto a su financiamiento. En ese contexto, el caso que más destaca es el de Venezuela, el único país que incluye una prohibición constitucional al financiamiento por parte del Estado de las “asociaciones con fines políticos”. La Constitución ni siquiera habla de partidos y utiliza esta categoría más amplia.

1. La Iniciativa del Partido Patria Para Todos

En el artículo 67 de la CBRV se estableció que una ley especial debía regular lo concerniente a las campañas políticas y electorales, su duración y límites de gastos propendiendo a su democratización, y, de manera expresa, la regulación del financiamiento de la propaganda política y de las campañas electorales. Sin embargo, después de casi 10 años de la aprobación del texto constitucional, la ley referida no ha sido sancionada. Recientemente fue introducida para su discusión en la Asamblea Nacional por el partido “Patria Para Todos” un proyecto de ley de financiamiento de campañas electorales. La misma ya recibió la primera discusión, pero el proceso se ha detenido en esta instancia.

La ley pretende regular el proceso de financiamiento de las campañas electorales, realizadas con ocasión de procesos electorales para la selección de cargos públicos y referendos. Para ello crea el Fondo Electoral Nacional, bajo la responsabilidad del CNE, administrado por el cuerpo de rectores. El fondo en referencia se compone de: una partida presupuestaria, destinada expresamente a contribuir al financiamiento de las campañas electorales de elección de representantes a cargos públicos o de referendos, el dinero proveniente de las multas por sanción a las normas electorales, los legados y donaciones que se efectúen con ese fin al fisco nacional, los reintegros que efectúen las asociaciones con fines políticos, candidatos y candidatas, los aportes privados destinados a este fondo.

El CNE destinará los recursos correspondientes al Fondo Electoral Permanente para adquirir espacios publicitarios en prensa, radio y televisión, distribuyéndolos de la siguiente manera: 50% de los espacios contratados en forma igualitaria entre candidatos y candidatas debidamente inscritos nominalmente o por lista; el 50% restante de los espacios se distribuirá por organizaciones políticas representadas en la Asamblea Nacional proporcionalmente a la votación obtenida.

Nos parece buena la idea de crear un fondo electoral a cargo del CNE para canalizar el financiamiento público de las campañas electorales, dirigido expresamente al financiamiento de publicidad. La distribución propuesta se hace con parámetros de equidad. No queda claro cómo se procede en el caso de referendos, en el que no compiten candidatos sino opciones políticas que se respaldan en bloques o frentes partidistas. Tampoco queda claro cómo se procede en el caso de elecciones regionales y locales; menos aún queda claro el caso de referendos regionales o locales.

En donde creemos que la propuesta falla radicalmente es en el establecimiento del fondo electoral permanente como la única fuente de financiamiento de propaganda y publicidad electoral. Queda expresamente prohibida la contratación de espacios de publicidad distintos a los asignados por el Consejo Nacional Electoral. También se prohíben los gastos de campañas por cuenta de terceros. Pasamos así del financiamiento exclusivamente privado al financiamiento exclusivamente público. En este caso, la actividad política corre el riesgo de quedar atada a los intereses políticos que controlan el Estado.

A pesar de la mora legislativa y de que el tema no forma parte, al menos públicamente, de las materias prioritarias de debate parlamentario, se observa entre los dirigentes de los partidos políticos un rechazo a la prohibición expresada en el artículo 67 de la Constitución. Las opiniones emitidas por diversos dirigentes de partidos políticos venezolanos así lo demuestran, a tal punto que incluso los pocos que expresan su acuerdo con la norma constitucional mencionan la conveniencia de introducir ciertas formas de financiamiento público.

Un grupo de estas opiniones coinciden en que la eliminación de financiamiento público a la política ha hecho depender a los partidos de intereses particulares. Siempre se ha advertido sobre los peligros de la relación de dependencia entre financiamiento privado y partidos políticos. Existe la convicción de que los dineros privados en la política buscan prebendas y tratos favorables en asuntos de interés particular, además de generar

influencias que, aunque no son del todo ilegales, tampoco resultan totalmente limpias.

Otro grupo de opiniones señala que la eliminación del financiamiento público de los partidos ha devenido paradójicamente en una fuente de corrupción y clientelismo gubernamental. En efecto, cada vez más en Venezuela asistimos a la fusión indiferenciada entre Estado-gobierno y partido. De manera que toda la estructura del Estado y de los recursos del poder gubernamental se pone en función de los intereses de la política del partido oficial. De esa manera la política oficialista es financiada directamente con recursos públicos mientras que la política de los partidos de oposición o independientes tiene que ser financiada exclusivamente con fondos privados. El proselitismo político oficialista tiende a convertirse en clientelismo político, y de entre sus principales prácticas podemos mencionar: empleados públicos que en vez de hacer su trabajo se dedican a actividades partidarias, creación de puestos innecesarios, compra de votos, intercambio de dinero por favores y tráfico de influencias. Aunque mucho más limitadamente, dado que ocupan pocos espacios de poder en el Estado, los partidos de oposición han incurrido en prácticas similares con los fondos públicos de las gobernaciones y alcaldías que gobiernan.

En el debate entre partidarios oficialistas y de oposición existe una gran coincidencia en que la norma constitucional en realidad no ha terminado con el financiamiento público, que se hace de manera indirecta. El artículo 67 pretende ser tajante: “No se permitirá el financiamiento de las asociaciones con fines políticos con fondos provenientes del Estado”. Sin embargo, deja un espacio para las formas indirectas de financiamiento, tan en boga en el mundo y respecto de las cuales algunos dirigentes políticos expresan su acuerdo respecto de que sean aplicadas en Venezuela. Una de ellas es habilitar espacios en los medios durante las campañas electorales. Aunque esto ya se ha aplicado aún está lejos de convertirse en una práctica habitual, como se comprobó en las recientes elecciones de febrero 2009, en las que se produjo un desequilibrio mediático importante entre las dos principales opciones.

Lo anterior nos introduce en otro aspecto del debate, existe una debilidad institucional manifiesta para controlar los recursos de los partidos, sean públicos o privados. En las campañas electorales asistimos a una clara violación de toda la normativa establecida en cuanto a publicidad, uso de recursos públicos y de la estructura del Estado, participación de

funcionarios públicos, inequidad en la disposición de espacios mediáticos, etcétera. Todo lo cual agudiza la inequidad en la competencia electoral.

Otro conjunto de opiniones sostiene que el cese del financiamiento público ha agudizado el problema la competencia electoral por los altos costos de las campañas electorales en la actualidad. La política es cada vez más costosa, en buena medida como consecuencia de la utilización de los medios de comunicación, en especial durante las campañas electorales. Si además no existen límites claros sobre topes de gastos, reparto de espacios televisivos y sanciones exigentes, participar en una contienda electoral con probabilidades de éxito queda supeditado a quienes más puedan invertir, que en el caso venezolano es el gobierno. El financiamiento público sin duda ayudaría a los partidos a afrontar los altos costos de una campaña electoral, pero también ayudaría para que el Estado regulara controles y limitaciones exigentes.

V. EL DEBATE DE FONDO

La determinación constitucional que establece el cese del financiamiento público a los partidos se produce en un momento en que tanto en Venezuela como en América Latina los partidos políticos estaban siendo fuertemente cuestionados en el ejercicio de los roles que tradicionalmente se les había asignado. Por lo que en contraposición emergían liderazgos carismáticos que asumían directamente la representación popular, prescindiendo de las mediaciones partidistas. La sociedad civil por su parte reclamaba también su propio protagonismo, asumiendo su parte de responsabilidad en la gestión de los asuntos públicos. También los sistemas democráticos se ampliaban para incluir diversas formas de participación electoral, más allá de las consabidas fórmulas de elección de representantes a cargos ejecutivos y parlamentarios.

Después de varios años se va llegando en América Latina hacia nuevos consensos. Por una parte, la democracia a la que se aspira es a un modelo que integre la participación activa de toda la sociedad en los asuntos públicos a través de diversas mediaciones. Un modelo de gobiernos constitucionales, sometido al equilibrio de poderes y al Estado de derecho. Un modelo también en que la participación electoral se convierte en un mecanismo de uso recurrente para el ejercicio continuo de la participación

en las decisiones políticas. Un modelo en donde finalmente la representación requiere de una alta dosis de comunicación y responsabilidad.

En este nuevo contexto hay que comenzar por preguntarse qué roles específicos quiere asignárseles a los partidos políticos, cuáles son sus funciones, cuál es su responsabilidad en la vida pública. Tomar decisiones sobre el origen del financiamiento de los partidos políticos sin preguntarnos cómo son percibidos por la sociedad podría resultar en un duro golpe para un sistema de partidos que ya de por sí no es demasiado bien visto por buena parte de los venezolanos.

La Constitución de 1999 no ayuda a la hora de preguntarnos por la función que la sociedad venezolana espera de ellos. En primer lugar, porque agrupa en un eufemismo a todo tipo de organización política. En segundo término, porque está más interesada en legislar sobre los mecanismos internos de esas organizaciones que sobre la relación de éstas con la sociedad. El artículo 67 señala que las asociaciones con fines políticos utilizarán métodos democráticos de organización, funcionamiento y dirección, pero no profundiza en la definición de “método democrático” y pasa por alto tendencias muy presentes en la formación de los nuevos partidos venezolanos, como la construcción de organizaciones en torno de un líder.

Creemos pues que previo al asunto del financiamiento de los partidos es necesario plantearnos qué procesos y mecanismos permitan construir un tipo de relación entre los partidos y la sociedad distinto del actual. Creemos que la mejor manera de hacerlo es preguntar a la sociedad qué espera de los partidos políticos.

El debate sobre el financiamiento público o privado debe derivar de esta reflexión. Así, los partidos se verían en la necesidad de establecer —o restablecer— mecanismos de comunicación con la sociedad, tema que escapa a los objetivos de este trabajo pero que tiene mucho que ver con el éxito de iniciativas como las que estamos proponiendo.

El tema del financiamiento de los partidos, sin embargo, es lo suficientemente delicado como para despertar el interés de sectores importantes de la sociedad. Partir de este punto para iniciar un debate sobre una nueva relación partidos-sociedad puede resultar interesante y productivo. Si ese debate permite identificar qué espera la sociedad de los partidos, podríamos abrir nuevas perspectivas y visiones sobre los partidos, ya que la sociedad estará más dispuesta a que se les otorguen dineros públicos para realizar tareas y actividades que se consideran muy relevantes en la sociedad.

Este esquema ha demostrado su eficacia, en los países de la Unión Europea: la idea es que ciertas actividades de los partidos son de gran interés y que, por lo tanto, se justifica su promoción por parte del Estado. Las formas varían. En los Países Bajos, por ejemplo, se financian las tareas de investigación y de entrenamiento y estímulo a la participación política de los jóvenes, mientras que en los países nórdicos el financiamiento público se inició a través del sostenimiento de los órganos de prensa de los partidos. En América Latina, México reconoce constitucionalmente la necesidad de financiar las actividades partidarias relacionadas con educación, capacitación, investigación socioeconómica y política, así como las tareas editoriales, diferenciando de este modo el financiamiento del funcionamiento de las organizaciones del de las campañas electorales.

La experiencia reciente señala que los partidos políticos deben recibir fondos por parte del Estado, pues las actividades que realizan son de interés público. Pero también es de interés público que se realicen del modo correcto, algo que no está garantizado con el financiamiento público. Por eso, creemos que es necesario encontrar un método que le permita a la sociedad venezolana definir no sólo si el Estado financia o no a los partidos, sino también involucrarse más en su relación con ellos. Si se avanza en una mejor relación, los recursos que reciban se justificarían, ya que se utilizarían para aquellas actividades que se consideran importantes, lo que a su vez hará que la sociedad tenga más interés en que los partidos ejecuten de manera satisfactoria estas tareas. Interés y control: creemos que esa es una buena combinación para establecer mecanismos eficientes de financiamiento público de los partidos políticos.

VI. PROPUESTAS

Desde organizaciones de la sociedad civil como “Ojo Electoral” en diálogo con otros actores de la sociedad civil y de los partidos políticos, se ha propuesto justificar la adopción de un sistema de financiamiento de los partidos y de las campañas en Venezuela usando como referencia, principalmente, la experiencia de las democracias más comparables con la nuestra.¹ La financiación pública por la que se ha abogado tiene importantes ventajas. Entre ellas se pueden mencionar las siguientes:

¹ La propuesta fue presentada al Consejo Nacional Electoral y a todos los partidos políticos relevantes. No se ha obtenido ninguna respuesta en positivo, sólo el Partido

- 1) Facilita la carrera política de quienes carecen de dinero.
- 2) Estimula el éxito electoral sin poner requisitos inalcanzables por las minorías.
- 3) Desincentiva la proliferación de partidos movidos sólo por la búsqueda de subsidios.
- 4) Crea una base mínima de equidad que compensa a los partidos con menos recursos.
- 5) Fortalece a los partidos políticos y los libera de los agentes económicos, grupos e individualidades poderosos.
- 6) Aumenta el nivel de transparencia y facilita el control de, al menos, una parte importante de los ingresos y gastos de los partidos y candidatos.

El sistema cuya adopción se ha propuesto tiene las siguientes características:

- 1) Los requisitos de acceso al financiamiento deben ser mínimos. En concreto, deben reducirse al registro formal del partido o de la candidatura y la obtención de al menos entre 2 y 3% de los votos válidos.
- 2) La fórmula de distribución de fondos debe combinar la proporcionalidad con la equidad en la distribución de los fondos. La parte distribuida equitativamente no debe ser menor al 30% pero tampoco mayor al 60%, de acuerdo a las experiencias en otros países.
- 3) El financiamiento debe ser permanente, tanto durante épocas electorales como durante periodos ordinarios no electorales. Sin embargo, el monto global de las partidas asignadas durante el año electoral deben ser mayores a las ordinarias para atender el incremento estacionario de los gastos de partidos y candidatos.
- 4) Sólo los partidos políticos debidamente registrados y que superen el umbral establecido por la ley, pueden obtener financiamiento permanente. No obstante, en atención al principio de equidad, los nuevos partidos y los candidatos por iniciativa propia recibirán recursos durante el año electoral.

Patria Para Todos intentó dar el paso hacia la promoción de un texto legislativo en el Parlamento.

- 5) Los subsidios públicos deben ser asignados principalmente en forma indirecta. Es decir, en lugar de transferencias de dinero a los partidos y candidatos, el Estado (por medio de la autoridad electoral nacional) contratará espacios publicitarios que serán asignados usando la fórmula correspondiente (parte en igualdad de condiciones y parte en proporción a la votación obtenida) asegurando además que el horario de transmisión sea también equitativamente distribuido. Las actividades de difusión de información, impresión, Internet y cualquier otra actividad comunicacional debe ser financiada en forma directa, pero en respuesta a proyectos presentados por las organizaciones partidistas.

La redacción de las normas que especifican el sistema propuesto es una tarea del legislador. No obstante, en los trabajos elaborados se aportan elementos de juicio para orientar esta labor con base en el estudio comparado de la legislación sobre el financiamiento de las campañas y los partidos en Europa y América Latina. Pero insistimos, hasta que no tengamos claro qué papel queremos otorgarles a los partidos en el sistema político será muy cuesta arriba arribar a consenso sobre formas de financiamiento público.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, Ángel E., *Transparencia y equidad. En defensa del financiamiento público de las campañas y los partidos políticos*, Caracas, mimeo, 2007.
- BREWER-CARÍAS, Allan R., “Regulación jurídica de los partidos políticos en Venezuela”, *Revista de Derecho Constitucional*, Caracas, enero-julio de 2003.
- ORDOÑEZ ZAMBRANO, Luis y ORDOÑEZ, Luis, “Financiamiento público o privado: el falso dilema de los partidos políticos”, *Revista Nueva Sociedad*, Caracas, núm. 209, mayo-junio de 2007.
- VARIOS AUTORES, *De las normas a las buenas prácticas. El debate del financiamiento político en América Latina*, San José de Costa Rica, OEA, 2004.