

Resumo

O texto faz uma análise comparativa das novas regulamentações sobre o financiamento de campanhas eleitorais que passaram a vigorar, no período recente, nos países sul-americanos. O propósito é buscar, em primeira instância, por eventuais padrões *normativos* que possam ser observados. Almeja-se aqui responder à pergunta: *Há uma tendência sul-americana de se resolver problemas similares acerca do financiamento eleitoral, através de mecanismos similares? Ou as respostas normativas para diagnósticos semelhantes são dissonantes?* Para isso, são analisadas as legislações atualmente em vigor nos doze países da América do sul, levando em conta variáveis analíticas capazes de cobrir a entrada de recursos públicos e privados nas campanhas eleitorais, a saída de recursos, e transparência dos dados sobre arrecadação e gastos com as campanhas. Os dados demonstram que, apesar de certa heterogeneidade nos textos legais, há fortes pontos em comum compartilhados por esses países em suas regulamentações.

Palavras chave: Reforma Política; Financiamento de campanhas eleitorais; América do Sul.

Abstract

The text makes a comparative analysis of new regulations on the financing of electoral campaigns that took effect in the recent period in the South American countries. The purpose is to seek, at first for any normative standards that could be observed. The aim here is to answer the question: *Is there a South American tendency to solve similar problems about electoral financing through similar mechanisms? Or normative responses to similar diagnoses are dissonant?* For this, current legislation in force in the twelve countries of South America are analyzed, taking into account analytical variables able to cover the entry of private and public resources in the campaigns, the outflow of resources, and transparency of data on revenues and expenditures with the elections campaigns. The data show that, despite some heterogeneity in the legal texts, there are strong commonalities shared by these countries in their regulations.

Keywords: Political reform; Electoral campaign finance; South America.

Reformas recentes no financiamento de campanhas eleitorais na América do Sul – Fenômenos regionais ou eventos apartados?

Marcelo Borel

Instituto de Estudos Sociais e Políticos - UERJ

Introdução

Os anos dois mil foram de grande significância para os países sul-americanos no que diz respeito às reformas em seus sistemas eleitorais – seja na maneira como são eleitos os candidatos, ou na forma como estes são financiados. Desde a virada do século, nove países latino-americanos promulgaram ao menos uma nova lei que altera seu sistema de financiamento eleitoral, sendo a Bolívia a única exceção. Contudo, essas informações não permitem concluir nada além do óbvio: que as regras que regem o financiamento das campanhas eleitorais desses países mudaram. Geralmente desenvolvidos a partir de recortes locais, os estudos sobre o financiamento de campanhas eleitorais na América Latina carecem de projetos que se empenhem em entender essa onda de reformas como um fenômeno continental latino-americano que busca acelerar e aperfeiçoar o processo de aprofundamento democrático dos países da região. Mesmo os estudos clássicos de Daniel Zovatto, em parceria com o *International Institute for Democracy and Electoral Assistance* – (IDEA), abarcam cada país isoladamente em relação aos demais. Diante disso, o presente trabalho visa estudar as reformas recentes no financiamento eleitoral da América Latina compreendendo-as como um processo conjunto das democracias latino-americanas.

A ideia central é fazer uma análise comparativa das novas regulamentações que passaram a vigorar no período recente. O propósito é buscar, em primeira instância, por eventuais padrões *normativos* que possam ser observados. Almeja-se aqui responder à pergunta: *Há uma tendência latino-americana de se resolver problemas similares acerca do financiamento eleitoral, através de mecanismos similares? Ou as respostas normativas para diagnósticos semelhantes são dissonantes?* Essas perguntas repousam, teoricamente, no conhecimento de que todos esses países, apesar de serem todos presidencialistas, e sua grande maioria bicamerais, são bastante heterogêneos em relação a seus sistemas eleitorais: métodos de distribuição de cadeiras, tipo de lista partidária, magnitudes distritais, e a presença ou não de cláusulas de barreira – fatores que devem causar forte influência na forma como os sistemas de financiamento eleitoral são regulados.

O artigo traz a discussão sobre a regulamentação dos sistemas de financiamento para o âmbito regional, visando auxiliar a preencher a lacuna de análises continentalistas na bibliografia sobre o tema. Mesmo os estudos mais canônicos que abarcam toda a América Latina, como Zovatto e Gutiérrez (2011), Griner e Zovatto (2007), e Zovatto (2007) tratam cada país de maneira isolada e independente, e não de forma conjunta¹.

1 As únicas exceções são os capítulos 1, 2, e 3 da segunda parte do livro de Griner e Zovatto (2007), voltado a análises sub-regionais, sendo um dedicado à América Central, um à América Andina, e o outro ao Cone Sul.

1 METODOLOGIA

Para a execução daquilo que é proposto nesse artigo, deverão ser analisados os sistemas de financiamento eleitoral vigentes em dez países sul-americanos: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Chile, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela². Essa tarefa terá como ponto de partida o livro organizado por Zovatto e Orozco em 2008, onde são discutidas as reformas políticas e eleitorais na América Latina, e o livro organizado por Gutiérrez e Zovatto em 2011, que analisa o financiamento dos partidos no continente.

A diferença entre o que será feito aqui e aquilo já realizado por Gutiérrez e Zovatto em 2011 é clara: enquanto o livro referência dos dois autores desenvolve análises sobre os sistemas de financiamento de campanhas eleitorais em vigor em cada um dos países que constituem o todo latino-americano, tratando-os todos separadamente, este artigo se empenhará em, através dos dados “individuais” buscar apontamentos “coletivos”. Objetiva-se assim, aqui, não entender o que é determinado pela lei em cada um desses países e tampouco entender sua dinâmica interna, mas verificar se as reformas promovidas recentemente nos nove países supracitados indicam o traçado de algum tipo de caminho em comum entre eles. Em outras palavras, as repostas dadas por essas reformas aos problemas do financiamento eleitoral tem algo em comum?

Para responder a essas perguntas, as legislações serão analisadas tendo como base as seguintes variáveis que compõem o sistema de financiamento eleitoral. São elas: a) Pessoas jurídicas podem realizar doações?; b) Existe teto para as doações privadas?; c) Existe financiamento público indireto? Como?; d) Existe financiamento público direto? Como ele é dividido?; e) Quais as condições de acesso a esse financiamento?; f) Existe subsídio estatal para propaganda na mídia (TV e rádio)?; g) Existe limite para gastos com campanha?; h) Quais são as limitações para a saída de recursos (ex: compra de tempo em rádios e TV)?; i) São permitidas doações anônimas?; e j) Quando e como são feitas as prestações de contas?

A utilização dessas categorias é amparada na extensa bibliografia produzida pelo International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA), e na pesquisa realizada por Reis *et al* (2011). Optou-se, entretanto, por não utilizar a pergunta “O financiamento é público, privado ou misto?” por entender que praticamente todos os sistemas de financiamento de campanhas eleitorais será sempre categorizada como *mista* – as únicas exceções à regra são o Uzbequistão, exclusivamente público, e a Venezuela, que até 2010 era exclusivamente privada. Foi feita também a opção por não lançar mão da pergunta “Pode-se financiar candidatos ou apenas os partidos?”, trabalhada por Reis *et al* (2011). A insuficiência dessa categoria é apontada no próprio artigo de Reis, ao afirmar que a possibilidade de se financiar a ambos – candidatos e partidos – é uma peculiaridade inerente, aparentemente, apenas aos sistemas eleitorais do Brasil e dos Estados Unidos (Reis *et al*, 2011, pp.8-9).

Estas categorias analíticas são capazes de cobrir os quatro principais elementos que compõem os sistemas de financiamento das campanhas eleitorais: o financiamento público, o financiamento privado, a saída de recursos (gasto com as campanhas), e a transparência em relação às movimentações financeiras realizadas pelos candidatos e partidos. Ademais, além de se ancorarem nas referências já supracitadas, essas categorias já se mostraram eficientes em seu propósito na pesquisa recente realizada por Borel (2015), na qual foram analisados os históricos das reformas no sistema de financiamento das campanhas eleitorais no Chile e na Argentina, desde a década de oitenta, até o modelo atualmente em vigor nesses países.

2 A exclusão da Bolívia desta lista se deve ao fato de este país não ter promovido nenhuma reforma recente em seu sistema de financiamento, sendo mantido o mesmo modelo que vigora desde 2001, de forma que não há porque incluí-la em uma análise que se foca nos processos recentes de alteração das leis sobre financiamento.

2 MARCO TEÓRICO – JUSTIFICANDO AS VARIÁVEIS

As propostas de reforma no financiamento, em grandes linhas, focam-se em alterar o sistema de financiamento, sobretudo em quatro campos distintos: a entrada de recursos públicos, a entrada de recursos privados, os gastos com campanha, e a transparência no monitoramento desses três campos. Cada um desses três campos é dotado de suas particularidades e subdivisões próprias, e é sobre essas especificidades que se deve debruçar para entender as diversas formas como o financiamento das campanhas pode ser regulado. Se Zovatto opta por distinguir entre os elementos *formais* e *reais* do sistema de financiamento – ou seja, a diferença entre como ele é regulamentado e como ele de fato opera –, este artigo adota a posição de analisar unicamente as características formais de cada país.

2.1 O financiamento público

Em geral o primeiro passo para a análise do financiamento público das campanhas eleitorais é situá-lo nas duas formas que pode ser apresentado: através de aportes ditos *diretos*, entendidos como dinheiro vivo (cash) transferido para as contas das campanhas e/ou dos partidos; ou de forma *indireta*, sendo esta a realização de doações ou concessões estimáveis monetariamente, mas não realizados em espécie, como o horário eleitoral gratuito.

O financiamento público indireto é definido por Araújo (2012) como sendo uma

ação positiva do Estado, voltada para a concessão de uma vantagem aos partidos e candidatos, como forma de reduzir os custos e facilitar o desenvolvimento das campanhas eleitorais. Diz-se indireto o financiamento, porque não implica a transferência de recursos públicos para o beneficiário, mas sim uma prestação *in natura*. (ARAÚJO, 2012, pg. 322)

No limite, qualquer prática autorizada pelo Estado que incorra na diminuição da arrecadação fiscal da União, em prol das campanhas eleitorais, pode ser considerada uma forma de financiamento público indireto. Contudo, a análise das legislações averigua o fato de que as duas principais formas de financiamento público indireto são a isenção de impostos sobre bens móveis e imóveis dos partidos, e sobre serviços (como, por exemplo, os correios), e a concessão de tempo de propagando gratuita para os partidos em emissoras de radiodifusão. Nesse sentido, este trabalho incluirá como variável na análise do financiamento público indireto apenas a concessão de tempo propaganda eleitoral gratuita³.

Já o financiamento público direto é a transferência de recursos dos cofres da união para as contas dos partidos ou comitês de campanha eleitoral, podendo ser gastado com qualquer tipo de atividade/despesa autorizado pela lei, sem que necessariamente haja vinculação a determinado tipo de despesas⁴. Em geral o financiamento público direto se apresenta aos partidos ou em forma de fundo partidário a ser dividido, ou por sua vinculação às expressões de preferência por parte do eleitorado – principalmente o voto.

O fundo partidário é alimentado geralmente por uma receita específica a ele destinada pela União, e outras fontes de menor expressão, como doações voluntárias, receitas com multas eleitorais, dentre outros. Segundo Bourdoukan

3 Essa escolha foi feita posteriormente à análise das legislações sul-americanas, na qual verificou-se que todos os países, à exceção da Venezuela, concedem isenção fiscal aos partidos. Aliado a isso, nenhuma outra forma significativa foi encontrada em nenhuma das legislações.

4 Essa vinculação pode vir a existir. No Chile, por exemplo, uma parte do financiamento público deve ser empregado em cursos de formação política para jovens.

(2009), a forma como se organiza a divisão do fundo partidário deve obedecer sempre a quatro critérios, sendo necessário optar se eles serão destinados aos *partidos* ou aos *candidatos*; se a divisão será feita de forma *igual* entre todos os competidores ou de forma *proporcional* a algum critério; sendo de forma proporcional o critério pode ser o número de *votos* recebidos ou *cadeiras* legislativas conquistadas; e avaliado sobre os resultados das eleições *anteriores* ou das eleições *atuais*.

Já a vinculação do financiamento público às preferências do eleitorado costuma ser também indexada ao desempenho eleitoral dos partidos. No caso, invés de ter um montante pré-definido que será dividido, o Estado concede aos partidos certa quantia de dinheiro para cada voto válido recebido. Este modelo também pode, a exemplo da divisão do fundo partidário, ter como base as últimas eleições ou as atuais, e ser repassado tanto antes quanto depois do pleito. Outras duas alternativas são os sistemas de *vouchers* e *matching funds*. No primeiro, cada cidadão indica para qual partido gostaria de ceder a *sua* parcela do fundo partidário⁵. No segundo, utilizado nos EUA, o financiamento público é concedido proporcionalmente ao financiamento privado já adquirido, como o Estado concedendo certa quantia ao partido/candidato para cada dólar que tenha sido adquirido na iniciativa privada.

Por fim, o terceiro e último ponto que deve ser questionado sobre as regras do financiamento público são suas condições de acesso. Em geral as chamadas cláusulas de barreira são baseadas ou em quociente eleitoral, ou em cláusulas de exclusão (patamar de votos ou a cadeiras a ser conquistado). Não cumprida a meta imposta, o partido estaria impedido de recolher parte dos fundos públicos. Todavia, esse mecanismo está presente apenas nas legislações da Bolívia e da Colômbia, não sendo, portanto, necessário colocá-lo, devido à sua peculiaridade, como ponto a ser tratado nas análises sul-americanas.

Assim, os principais critérios para avaliação da forma como se realiza o financiamento público são a forma como ele é dividido, o momento em que se dá o repasse dos recursos, e as condições de elegibilidade aos quais os partidos estão submetidos, como cláusulas de barreira.

2.2 O financiamento privado

No caso do financiamento privado é necessário examinar quais fontes podem realizar doações, quais são as limitações impostas a essas fontes autorizadas, e a quais limites estão submetidos os próprios candidatos e partidos em termos de arrecadação.

As fontes autorizadas de doar recursos às campanhas podem ser divididas nas seguintes categorias: a) pessoas físicas nacionais; b) pessoas jurídicas nacionais com fins lucrativos; c) pessoas jurídicas nacionais sem fins lucrativos⁶; d) entidades de representação de classe ou patronais; e) pessoas jurídicas nacionais que prestem serviço ou sejam subsidiárias do Estado; f) pessoas físicas estrangeiras; g) pessoas jurídicas estrangeiras; h), entidades religiosas; e ainda uma nona subcategoria que não corresponde a uma forma de financiamento privado, mas sobre as quais regulamentações proibitivas comumente operam, sendo ela i) empresas estatais propriamente ditas.

A proibição de financiamento das campanhas pode incidir sobre qualquer uma delas, contudo, segundo Zovatto (2005), as únicas fontes sobre as quais há um mínimo consenso sobre autorização são as pessoas físicas nacionais

5 Na prática, funciona como uma forma de distribuir os recursos antes da campanha, mas com base no desempenho dos partidos nas eleições atuais, já que nada leva a crer que alguém optaria por financiar um partido no qual não tem pretensões de votar.

6 A diferenciação entre pessoas jurídicas com e sem fins lucrativos não é meramente didática. Ela remete a uma forma de distinção feita diversas vezes pelas próprias leis que regulam o financiamento privado, mesmo que de forma não tão clara e direta.

e pessoas jurídicas nacionais com fins lucrativos⁷. Desta forma, a busca relativa às fontes autorizadas e proibidas de realizar doações será circunscrita à busca por limitações às doações empresariais.

O segundo ponto a se observar é se existem proibições relativas ao volume das doações privadas. Essas limitações podem incidir tanto sobre os doadores, através da fixação de um volume cujo as doações não poderão ultrapassar, quanto sobre os candidatos, impondo-se um limite de arrecadação total. Essas imposições diferem em forma e propósito. De um lado, os limites às doações objetivam limitar a influência que poderá vir a ser exercida, por parte dos doadores, sobre o comportamento parlamentar dos eleitos. De outro, os limites na arrecadação visam impedir que candidaturas com forte apoio de grupos econômicos sejam capazes de se desprender, em termos de competitividade, das demais candidaturas, de forma que a arrecadação possa ser utilizada como um *proxy* para prever o sucesso eleitoral. O quadro abaixo sintetiza as formas mais comuns de se estabelecer esses limites.

Quadro 1 – Formas de limitações quantitativas a doadores e candidatos

Teto para doações (aos doadores)	Proporcional à renda (arrecadação individual anual)
	Como porcentagem da arrecadação total
	Condicionado ao financiamento público recebido
	Nominal em valores absolutos
Tetos para arrecadação (aos candidatos / cargos)	Valor absoluto previamente definido
	Relativo ao financiamento público
	Por eleitor habilitado a votar (magnitude do distrito)

Fonte: Borel (2015), p. 25.

2.3 A saída de recursos

Sobre a saída de recursos deve-se examinar a imposição ou não de um limite de gastos por parte dos candidatos e/ou partidos, assim como regulamentações específicas e mais minuciosas sobre esse limite. Existem condicionantes quantitativos e formais à saída de recursos, que dizem respeito, respectivamente, ao volume de recursos que pode ser gasto com as campanhas, e a de que forma podem ser realizados esses gastos, ou seja, quais são as atividades que podem fazer parte dos gastos de campanha.

As limitações quantitativas tendem a seguir os mesmos padrões supracitados dos tetos para arrecadação, sendo determinados por um valor absoluto, pelo financiamento público, ou pelo eleitorado. Similarmente, tendem a ter os mesmos objetivos dos limites de arrecadação⁸, de evitar que os gastos sejam capazes de predizer vencedores⁹. Zovatto (2004), afirma que

7 No artigo de Zovatto existe uma subcategoria chamada de “Organizações políticas e sociais”. O autor não determina, com precisão, quais tipos de organização a compõem, mas é possível imaginá-la como sendo integrada ao menos por sindicatos, organizações patronais, e pessoas jurídicas sem fins lucrativos. Essa subcategoria apresentava permissão para realizar doações em doze dos dezoito países.

8 Por mais que sejam bastante similares, os limites de arrecadação e os limites de gastos são substancialmente por um motivo simples: na ausência de um teto para arrecadação, campanhas podem arrecadar muito mais do que estão autorizadas a gastar e repassar o excedente a campanhas que tenham sido menos atrativas aos olhos dos grupos financiadores. O limite de arrecadação cerceia essa prática.

9 De fato, os gastos com campanha tem sido utilizados como um elemento mais profícuo para entender a relação do dinheiro com o sucesso eleitoral, do que arrecadação.

Con base en estas consideraciones una primera observación radica en el hecho de que la falta de límites a los gastos electorales aunada a la circunstancia de que generalmente son pocos los políticos que tienen acceso a grandes cantidades de dinero, conllevaría el peligro de que las personas o grupos con abundantes recursos económicos serían los que en principio – si bien no necesariamente – estarían en condiciones de ganar siempre o casi siempre las elecciones o, en todo caso, de obtener un grado desproporcionado de influencia debido precisamente al poder del dinero. (Zovatto, 2004, pp. 15-16)

Já as limitações quanto à forma dos gastos remete ao que é ou não considerado gasto eleitoral. Essas limitações tendem a evitar práticas como a compra de votos e a tentar equilibrar, na saída de recursos, uma desigualdade não controlada na entrada. Visando evitar compras de votos, proíbe-se a distribuição de brindes, realização de shows, itens de necessidade básica, dentre outras formas de se conquistar votos “no varejo”. Visando controlar a desigualdade na entrada de recursos, ao contrário, empenha-se em evitar gastos justamente com a campanha feita a atacado – tendo como melhor exemplo a proibição da compra de tempo de propaganda nas emissoras de televisão.

2.4 Transparência e prestação de contas

Por fim, a busca por transparência obedece ao princípio de que as informações acerca da arrecadação dos gastos das campanhas é uma forma eficiente de se exercer controle popular sobre os candidatos e seus respectivos mandatos. Nas palavras de Speck:

O princípio da transparência, baseado na prestação de contas e no acesso público aos dados, é uma terceira via explorada cada vez mais por países que não conseguiram resolver os problemas através da imposição de vetos e limites ou por meio do financiamento público complementar. Apostase num princípio simples: a luz do sol é o melhor desinfetante. (SPECK, 2004, p. 3)

O acesso a esses dados, quando qualificado, pode permitir ao cidadão comum o exercício de duas formas de controle popular sobre o candidato. A primeira delas, no caso de essas informações estarem disponíveis antes da realização do evento das eleições, é a prática do voto informado. Entende-se por voto informado a possibilidade de o eleitorado decidir seu voto com base no amplo acesso a informações sobre os candidatos. As prestações de contas entram nesse esquema como um dos principais elementos constitutivos da plataforma política dos candidatos, supondo-se ser possível vincular as suas fontes de doações a seu comportamento e a grupos de interesses – verificando a coerência entre o discurso proferido e os interesses que se escondem por trás do financiamento eleitoral.

Em nosso ver, a divulgação pública da origem e do destino dos fundos que financiam a política é muito mais importante que o estabelecimento de limites e restrições de difícil aplicação e controle: cabe informar o cidadão sobre quem esta por trás de cada candidato. Essa divulgação, na medida em que seja completa e oportuna, possibilita o “voto informado” do cidadão e gera incentivos para que os partidos se controlem reciprocamente e ajustem sua conduta aos parâmetros legais e às exigências da opinião pública. Ademais, a informação sobre quem financia um candidato permite verificar a coerência de seu discurso e a real intenção das suas tomadas de decisão caso seja eleito. (RUBIO, 2005, pg. 7)

Já a segunda forma de controle é o acompanhamento do comportamento parlamentar, buscando apurar o apoio a políticas públicas que sejam convenientes a seus financiadores como forma de agradecimento e quitação de uma dívida tácita estabelecida nas campanhas.

A transparência funciona, portanto, como uma forma de empoderamento dos cidadãos.

A exposição feita até agora dispõe-se a apresentar as variáveis analíticas determinadas pela metodologia de análise dos textos legais e já corroboradas pela literatura, e justificá-las teoricamente, descrevendo as formas como costumam ser regimentadas, assim como a importância de cada uma delas para a democracia e para a compreensão do funcionamento dos sistemas de financiamento das campanhas eleitorais. Assim, o próximo passo será, a partir do exposto, realizar uma leitura das reformas políticas tocadas pelos países sul-americanos nesses sistemas, aferindo as alterações feitas nas regras do jogo nos últimos anos.

3 AS LEGISLAÇÕES VIGENTES NA AMÉRICA DO SUL

3.1 Argentina

O marco legal vigente na Argentina tem suas origens na lei 25.600/2002. Esta lei criou as bases daquilo que é hoje o sistema de financiamento de campanhas eleitorais no país. Entretanto, outras duas leis já foram promulgadas posteriormente, dando as notas do modelo em vigor: a Lei de Financiamento dos Partidos Políticos nº 26.215/2007, e a Lei de democratização da representação política, transparência e equidade eleitoral, nº 26.571/09.

O financiamento público argentino é hoje realizado através de um fundo partidário. Sua divisão é feita de diferentes formas, dependendo do cargo para o que se candidata. Porém, em todas elas são divididos 50% de forma igualitária entre todas as listas (ou candidatos) e os outros 50% de forma proporcional ao número de votos obtidos nas últimas eleições e no número de eleitores de cada distrito (Lei 26.571/09, Art. 54). Os partidos recebem também um valor suficiente para imprimir o equivalente a uma cédula eleitoral e meia por candidato habilitado a votar (Lei 26.571/09, Art. 53). O Horário Eleitoral Gratuito (HEG) concedido pelo Estado ocupa 10% da programação diária das emissoras, durante o período de campanhas, e tem sua duração 50% dividida igualmente entre todos os partidos que apresentem candidatos, e 50% de forma proporcional à votação nas últimas eleições legislativas. Em caso de segundo turno os partidos competidores receberão 50% do tempo recebido pelo partido com maior tempo no primeiro turno. A compra de tempo extra de propaganda é proibida (Lei 26.571/09, Art. 56), e não existem barreiras para o acesso a nenhuma dessas formas de financiamento público.

No que toca ao financiamento privado, a regra mais importante é a proibição das doações oriundas de pessoas jurídicas. As doações de pessoas físicas continuam podendo ser efetivadas, desde que obedeçam ao limite de 2% do total de gasto permitido (Lei 26.215/2007, Art. 35). A nova lei criou também a noção de “módulo eleitoral¹⁰”, que passou a ser utilizada para o cálculo do teto máximo de gasto com as campanhas, sendo ele o equivalente a um módulo por eleitor habilitado a votar¹¹ (Lei 26.571/09, Art. 60).

Em termos de transparência, são proibidas doações anônimas, e os partidos deveriam prestar contas ao poder público em dois momentos: uma estimativa de arrecadações e gastos, em até dez dias antes do início das campanhas, e uma versão definitiva, contendo detalhadamente entradas e saídas de recursos, em até 90 dias após seu término.

10 Nas eleições de 2015, o valor de um módulo era de \$ 5,40. Aproximadamente US\$ 0,35.

11 Considera-se que, para esses fins, nenhum distrito terá menos que quinhentos mil votantes.

Quadro 2 – Síntese Argentina (Última lei: 2009)

Doações empresariais	Pessoas jurídicas não podem doar.
Financiamento públ. direto	Fundo partidário dividido 50% igualitária e 50% proporcional aos votos para a Câmara dos Deputados, e recursos para impressão de cédulas.
Horário eleitoral gratuito	Dividido 50% igualitária e 50% proporcional aos votos para a Câmara.
Compra de propaganda (rádio/TV)	Proibida.
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	2% do total de gasto permitido.
Teto para gastos/arrecadação	Um módulo eleitoral por eleitor habilitado a votar.
Doações anônimas	Proibidas.
Prestações de contas	10 dias antes das campanhas e 90 dias depois das eleições.

3.2 Bolívia

A legislação boliviana sobre o financiamento das campanhas eleitorais é organizada pelo Código Eleitoral nº 1984/01, e pela Lei de Partidos Políticos nº 1983/99. O financiamento público direto é feito através de um fundo partidário que é dividido entre os partidos em dois momentos: primeiramente, 50% de seu valor é repassado aos partidos proporcionalmente aos votos obtidos nas últimas eleições gerais; posteriormente, após as eleições, os outros 50% são divididos entre os partidos proporcionalmente aos votos obtidos nessas eleições atuais (Ley de Partidos, Art. 53). Para ter acesso a esses recursos, contudo, é necessário que os partidos tenham atingido a meta de 3% dos votos válidos nas últimas eleições. O Estado também concede aos partidos tempo de propaganda gratuita nas emissoras de televisão, sendo o tempo desse programa o mesmo para todos os partidos (Código Eleitoral, Art. 115). A compra de mais tempo de propaganda é autorizada, mas circunscrita ao máximo de dez minutos por dia (Código Eleitoral, Arts. 117 e 119).

Não existem tetos para a arrecadação e tampouco para os gastos, mas nenhuma doação privada pode representar mais do que o 10% da arrecadação anual do partido, e todas devem ser identificadas, podendo ser de origem anônima apenas os recursos obtidos através de coletas populares (Ley de Partidos, Art. 51). As prestações de contas são obrigatórias para os partidos que receberam financiamento público, e devem ser apresentadas em até cento e vinte dias após a realização das eleições (Ley de Partidos, Art. 61).

Quadro 3 – Síntese Bolívia (Última lei: 2001)

Doações empresariais	Permitidas.
Financiamento públ. direto	50% dividido proporcionalmente ao desempenho nas últimas eleições, e os outros 50% proporcionalmente ao desempenho nas eleições atuais.
Horário eleitoral gratuito	Dividido de forma igualitária.
Compra de propaganda (rádio/TV)	Permitida, mas limitada a dez minutos diários.
Cláusula de barreira	.3% do total de votos válidos
Teto para doações	10% da arrecadação anual do partido.
Teto para gastos/arrecadação	–
Doações anônimas	Proíbe, aceitando apenas via coletas públicas.
Prestações de contas	120 dias após as eleições, e obrigatórias apenas para partidos que receberam financiamento público.

3.3 Brasil

O sistema de financiamento das campanhas eleitorais brasileiras é organizado pela Lei Orgânica de Partidos Políticos (9.096/1995), e pela Lei de Eleições nº 9.504/1997.

O sistema de financiamento de campanhas eleitorais que vigora no Brasil hoje é composto, em termos de financiamento público direto, por um fundo partidário dividido 5% de forma igualitária entre todos os partidos, e 95% proporcionalmente distribuídos na proporção dos votos obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados. Indiretamente, o financiamento público se dá por meio do horário eleitoral gratuito – este último sendo dividido um terço de seu tempo igualitariamente entre todos os partidos, e os outros dois terços proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados. A compra de tempo de propaganda eleitoral em emissoras de radiodifusão é proibida.

O financiamento empresarial foi proibido em 2015, obedecendo a uma declaração de inconstitucionalidade votada pelo Supremo Tribunal Eleitoral. Assim as doações privadas são permitidas apenas a pessoas físicas, e estão sujeitas ao limite de corresponder a, no máximo, 10% dos rendimentos anuais brutos do doador, auferidos no ano anterior à eleição. Não existe limite de gastos, definido por lei, para os partidos e candidatos¹².

Por fim, partidos e candidatos devem apresentar à Justiça Eleitoral, antes do pleito (um em Agosto e outro em Setembro), dois relatórios discriminando os recursos em dinheiro ou estimáveis em dinheiro que tenham recebido para financiamento da campanha eleitoral, e os gastos que realizarem; e após a realização das eleições, em até trinta dias, uma prestação final com todas as arrecadações e gastos. Todos esses dados devem ter suas fontes devidamente identificadas, sendo proibidas doações de caráter anônimo.

Quadro 4 – Síntese Brasil (Última lei: 2015)

Doações empresariais	Proibidas
Financiamento púb. direto	Fundo partidário dividido 5% de forma igualitária e 95% proporcional à representação na Câmara dos Deputados.
Horário eleitoral gratuito	Igual ao fundo partidário.
Compra de propaganda (rádio/TV)	Proibida.
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	Até 10% do rendimento anual bruto (para PF).
Teto para gastos/arrecadação	–
Doações anônimas	Proibidas.
Prestações de contas	Até 30 dias depois das eleições.

3.4 Chile

A última reforma na legislação sobre o financiamento das campanhas eleitorais no Chile data de 2005, quando foi aprovada a lei 20.053, que modifica a lei nº 19.884, sobre transparência, limite e controle de gasto eleitoral. Historicamente, as leis que produzem modificações no financiamento eleitoral chileno são pontuais, erigindo

¹² De acordo com o texto normativo, cabe “à lei”, em cada ano eleitoral, determinar qual será o limite de gasto. Caso essa determinação não ocorra – como nunca ocorreu – fica a cargo de cada partido e/ou candidato determinar qual será o seu limite de gastos.

paulatinamente um corpo completo. Assim, a legislação vigente, mesmo tendo sido modificada pela em 2005, ainda contém alguns pontos regulamentados pela 19.884/03, e outros pela lei 18.700/88.

No que toca às fontes que pode contribuir para as campanhas, a lei de 2003 proíbe que realizem doações pessoas jurídicas que a) recebam subvenções ou contribuições do Estado que representem 15% ou mais de sua renda anual nos últimos três anos; b) que sejam contratadas pelo Estado quando estes contratos representarem 40% ou mais do total de seu faturamento anual nos últimos três anos; e c) que durante a campanha estejam postulando a licitações públicas (Art. 25). As doações privadas, sejam elas oriundas de pessoas físicas ou jurídicas, estão submetidas a um mesmo teto, sendo ele mil unidades de fomento (UF) para um candidato, ou soma de dez mil unidades de fomento para partidos ou conjunto de candidatos (Art. 9). Apenas podem ser anônimas doações menores que vinte unidades de fomento; mesmo assim, nenhum candidato pode ter mais do que 20% de suas anonimadas¹³ (Lei 19.884/03, Arts. 17, 18 e 19). Já as doações que se situarem entre 20 e 600 unidades de fomento para candidatos a vereador ou prefeitos, 800 para Deputado ou Senador, e 1500 para presidentes, terão caráter reservado¹⁴. O limite de gastos com as campanhas têm valores diferentes para cada cargos, sendo calculado pela soma de um valor fixo inicial à multiplicação de frações de unidades de fomento pelo número de eleitores habilitados a votar no candidato (Lei 19.884/03, Art. 4)¹⁵.

O financiamento público direto é feito antes das eleições, tendo como critério o número de votos recebido pelo partido na última eleição pra o cargo, multiplicado pelo valor de um por cento de uma unidade de fomento (Art. 14). O financiamento aos candidatos à presidência, porém, passou a ser concedido apenas após a lei de 2009. É feito retroativamente e não poderá ultrapassar o limite de três centésimos de unidade de fomento por voto obtido pelo candidato, em primeiro turno. Em caso de segundo turno, o valor decresce a um centésimo de unidade de fomento por voto obtido (Lei 20.053/05, Art. 13).

O subsídio estatal na mídia, e a regulamentação da compra de tempo de propaganda em emissoras de radiodifusão ainda são regulamentadas pela lei 18.700 de 1988. O horário eleitoral gratuito tem duração de trinta minutos em anos de eleições únicas e quarenta e cinco minutos nos anos em que as eleições presidenciais e legislativas coincidem. O tempo é dividido igualmente entre os candidatos à presidência e, para aspirantes ao legislativo, proporcionalmente ao número de votos conquistados pelos partidos nas eleições anteriores. É proibida a compra de tempo de propaganda (Lei 19.884/03, Art. 31).

Por fim, as contas devem ser apresentadas ao diretor do Serviço Eleitoral, em até trinta dias após o término das eleições, contendo todas as entradas e saídas de recursos efetivadas na campanha, sendo obrigatória a divulgação das contas na internet pelo Serviço Eleitoral.

Quadro 5 – Síntese Chile (Última lei: 2005)

Doações empresariais	Empresas com certos tipos de contrato com o Estado, e que postulem licitações públicas.
Financiamento púb. direto	Definido por cargo, com base em frações de UF.

13 Doações maiores que 20 unidades de fomento e menores que 100 unidades de fomento terão caráter reservado. Doações “reservadas” são creditadas em uma conta mantida pelo Serviço Eleitoral e posteriormente repassadas aos candidatos e partidos. Com isso, mantém-se o registro de quem realizou as doações, mas essa informação não chega a ser de conhecimento dos partidos e candidatos.

14 Doações reservadas são feitas diretamente a uma conta mantida pelo Serviço Eleitoral, que repassa aos candidatos e partidos, o dinheiro que lhes houver sido destinado. Não é emitido qualquer tipo de documento que permita que os doadores sejam identificados ou identifiquem-se.

15 Ex: Para a Câmara dos Deputados a conta é: Número de UF fixo + (Número de eleitores habilitados x centésimos de UF). OU 1.500 UF + (200.000 x 0,03 UF).

Horário eleitoral gratuito	Dividido igualmente para candidatos à presidência, e proporcionalmente aos votos para a Câmara dos Deputados, nas eleições legislativas.
Compra de propaganda (rádio/TV)	Proibida.
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	Mil UF para um candidato, e até dez mil UF para um conjunto de candidatos.
Teto para gastos/arrecadação	Diferente para cada cargo, mas existem para todos.
Doações anônimas	Permitidas se menores que 20 UF.
Prestações de contas	30 dias após o término das eleições.

3.5 Colômbia

A lei de 1994 foi alterada por dois outros textos: a lei 996/05, que regula apenas as eleições presidenciais¹⁶, e a lei nº1475/2012, que introduz novas regras para organização e funcionamento dos partidos, assim como para os processos eleitorais.

No que toca às fontes e à forma do financiamento privado, o texto mais recente decreta a proibição de doações oriundas de pessoas físicas ou jurídicas que tenham tido mais da metade de sua renda, no ano anterior, originado de contratos ou subsídios estatais (Art. 27, Lei 1475/12). O limite das doações foi fixado como equivalente a 10% do total de gastos autorizado. A definição desse teto de gastos ficou a cargo do Conselho Nacional Eleitoral, que deve determiná-lo em cada ano eleitoral. Definiu-se também que nenhuma campanha poderá arrecadar mais do que o teto de gastos à qual está submetida (Arts. 23 e 24, Lei 1475).

No que se refere ao financiamento público direto, o valor da reposição por voto válido obtido por candidato passou a ser definido pelo Conselho Nacional Eleitoral, em cada ano eleitoral, sendo o acesso a esses recursos condicionado à superação de uma cláusula de barreira de 4% dos votos válidos (Art. 21, Lei 1475, e Art. 10, Lei 966/05). O horário eleitoral gratuito também é de responsabilidade do Conselho Nacional Eleitoral, sendo sua divisão realizada de forma igualitária entre todos os partidos (Art. 36). A compra de tempo extra para propaganda eleitoral nesses veículos é autorizada pela lei (Art. 54, Lei 1475/12).

Por fim, as contas devem ser prestadas em até dois meses após as eleições (Art. 25, Lei 1475) e proíbe-se a efetivação de doações anônimas (Art. 27, Lei 1475/12).

Quadro 6 – Síntese Colômbia (Última lei: 2012)

Doações empresariais	Empresas com grandes contratos com o Estado
Financiamento púb. direto	Reposição por voto válido obtido com valor a ser definido pelo CNE
Horário eleitoral gratuito	Divisão igualitária entre todos os partidos
Compra de propaganda (rádio/TV)	Permitida
Cláusula de barreira	4% dos votos válidos
Teto para doações	2% do teto de gasto para candidatos à presidência, e 10% para os demais.

¹⁶ As eleições presidenciais se diferenciam das demais em dois pontos. Em primeiro lugar, o teto de doações privadas para essas campanhas é 2% do teto de gastos, e não de 10% como para as demais. Em segundo, o financiamento público pode se dar em dois momentos, antes e depois das campanhas, havendo uma cláusula de barreira para o acesso a ambos: 4% da representação da Câmara para acesso ao financiamento prévio, e 4% dos votos nas eleições atuais para a reposição de gastos.

Teto para gastos/arrecadação	Ambos devem ser definidos, em cada eleição, pelo CNE
Doações anônimas	Proibidas
Prestações de contas	Dois meses após as eleições

3.6 Equador

As reformas recentes alteraram as regras criadas pela Lei de Partidos e pela Ley Organica de Control del Gasto y Propaganda Electoral, e o atual conjunto de regras veio por meio de duas leis, iniciando em 2009 com a “Ley orgánica electoral, código de la democracia”, e terminando em 2012, como uma resolução de Conselho Nacional Eleitoral.

De saída, essa lei cerceou como fontes legítimas de doações qualquer pessoa física ou jurídica que tivesse contratos com o Estado, assim como doações anônimas, tornando nulas e ilegais quaisquer doações que não tenham sua origem devidamente identificada (Lei Orgânica, Arts. 217 e 219). Estabelece como teto para os gastos com as campanhas sendo de quinze centavos de dólar por eleitor habilitado a votar, e 40% desse montante para um eventual segundo turno, sendo que nenhuma doação privada pode ultrapassar 5% desse teto.

A lei não faz nenhuma menção à forma como se dará o financiamento público direto, deixando a cargo do Conselho Nacional Eleitoral “executar, administrar, e controlar o financiamento estatal das campanhas eleitorais”. Desta forma o financiamento público foi regulamentado apenas em 2012 através de um parecer desse Conselho. Este parecer definiu como valor a ser concedido a cada candidato, o equivalente a 40% do total de gastos permitidos pela lei de 2009. O parecer autoriza também a contratação de propaganda eleitoral nas emissoras de televisão. As prestações de contas devem ser feitas dentro do prazo de até noventa dias após a realização das eleições (Lei Orgânica, Art. 230).

Quadro 7 – Síntese Equador (Última lei: 2012)

Doações empresariais	Proibidas empresas que prestem serviços, executem obras para o Estado, ou explorem recursos naturais.
Financiamento públ. direto	Igual a 40% do total de gasto permitido.
Horário eleitoral gratuito	–
Compra de propaganda (rádio/TV)	Proibida.
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	5% do teto de gastos
Teto para gastos/arrecadação	US\$ 0,15 por eleitor habilitado (40% desse valor par a segundos turnos).
Doações anônimas	Proibidas.
Prestações de contas	90 dias após as eleições.

3.7 Paraguai

A última reforma no sistema de financiamento eleitoral feita no Paraguai data de 2012, e se deu com a promulgação da Lei nº 4.743/2012; são mantidas, contudo, algumas regulamentações originais da lei nº 834/96. A partir da implementação dessa lei, o financiamento público passou ao valor de 15% de um jornal mínimo¹⁷ para cada voto obtido

17 Um jornal mínimo é igual a aprox. ₡70.200. Ou US\$ 12,5. Conversão feita pelo site do BC Brasileiro, na cotação de 31/03, sendo US\$ 1,00 equivale a ₡ 5.617 guaranis.

nas últimas eleições. O Estado obriga que os meios de comunicação em massa destinem 3% de seu horário para a propaganda política, sem que haja proibição à compra de tempo extra. (Art. 302). A divisão desse tempo é feita de forma igualitária entre os partidos.

O financiamento privado, tanto por parte de empresas quanto por indivíduos, está submetido ao limite de sete mil jornales mínimos – o que significa aproximadamente 490 milhões de guaranis, ou US\$ 87.500,00. A lei proíbe a realização de doações anônimas, tolerando-as apenas quando feitas em forma de coletas populares.

O gasto com as campanhas passou a ser limitado, sendo o teto de gastos o valor de dez por cento de um jornal mínimo por eleitor habilitado a vota na circunscrição na qual o candidato em questão pleiteia eleger-se. Esses gastos, assim como todo o dinheiro arrecadado para as campanhas, passaram ter sua apresentação ao ao Tribunal Eleitoral cobradas para até quarenta dias após o término das campanhas.

Quadro 8 – Síntese Paraguai (Última lei: 2012)

Doações empresariais	Permitidas
Financiamento púb. direto	15% de um jornale mínimo por voto obtido.
Horário eleitoral gratuito	Dividido de forma igualitária.
Compra de propaganda (rádio/TV)	Permitida.
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	Sete mil jornales mínimos.
Teto para gastos/arrecadação	10% de um jornale mínimo por eleitor habilitado a votar.
Doações anônimas	Proíbe, accitando apenas via coletas populares.
Prestações de contas	40 dias após as eleições.

3.8 Peru

A legislação peruana é regimentada pela lei de Partidos Políticos nº 28.094 de 2003. Contudo, esse texto foi alterado em 2005, 2006, 2007, 2009 e 2015. No sistema vigente atualmente o Estado destina valor equivalente a uma Unidade Impositiva Tributária¹⁸ para cada voto emitido para eleger representantes no Congresso. Esse montante é dividido 40% de forma igualitária entre todos os partidos políticos com representação no Congresso, e 60% de forma proporcional aos votos obtidos pelos partidos nas eleições congressuais (Art. 29). O Estado também concede às campanhas tempo gratuito de propaganda televisiva. Esse tempo é dividido 50% de forma igualitária entre todos os partidos com candidatos inscritos nas eleições, e 50% proporcionalmente à representação dos partidos no Congresso (Art. 38), sendo a compra de mais tempo de propaganda televisiva permitida (Art. 39). Não é imposta nenhuma barreira ou condição para os partidos acessarem o financiamento público.

As doações privadas originadas tanto de pessoas físicas quanto de pessoas jurídicas não podem ultrapassar o teto de sessenta Unidades Impositivas Tributárias por ano – aproximadamente S/. 237.000,00 ou US\$ 72.000,00. Os partidos podem receber até 30 UIT anônimas por ano, devendo todas as demais doações serem identificadas (Art. 30). As prestações de contas devem ser feitas anualmente em até seis meses após o fim do ano.

18 Segundo o Decreto Supremos nº 397-2015–EF Uma Unidade Impositiva Tributária, em 2016, vale S/. 3.950,00. Equivalentes a aproximadamente US\$ 1.200,00.

Quadro 9 – Síntese Peru (Última lei: 2003, modificada em 2015)

Doações empresariais	Permitidas.
Financiamento púb. direto	Fundo partidário dividido 40% de forma igualitária, e 60% de forma proporcional à votação nas eleições congressuais.
Horário eleitoral gratuito	Dividido 50% de forma igualitária e 50% de forma proporcional à representação no Congresso.
Compra de propaganda (rádio/TV)	Permitida.
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	60 Unidades Impositivas Tributárias por ano.
Teto para gastos/arrecadação	–
Doações anônimas	Partidos podem receber até 30 UIT anônimas por ano.
Prestações de contas	Anualmente, em até 6 meses após o exercício anual.

3.9 Uruguai

Segundo Zovatto e Orozco (2008), não havia no Uruguai, até 2007, nenhuma legislação pertinente especificamente ao financiamento eleitoral, sendo o repasse público de dinheiro aos partidos determinado a cada processo eleitoral por leis *ad-hoc*. Desta forma, a lei 18.485, é uma primeira tentativa de criar um marco legal que vigore diretamente sobre o financiamento das campanhas eleitorais.

A lei 18.485/09 define o montante total do financiamento público como 87 UI¹⁹ (aprox. \$ 313) por voto válido emitido a favor das candidaturas à Presidência da República no primeiro turno, e 10 UI (aprox. \$ 36) por voto válido no caso de segundo turno. Nas eleições departamentais utiliza-se o mesmo critério, alocando 13 UI (aprox. \$ 47) por voto válido (Art. 20). A concessão do financiamento público é, portanto, feita à posteriori. Do financiamento público total recebido por partido, 20% deve ser destinado a cobrir gastos com a campanha presidencial, 40% com as campanhas para o Senado, e os outros 40% com as campanhas para a Câmara dos Deputados (Art. 22, 23 e 28).

As prestações de contas devem ser apresentadas em dois momentos: de forma preliminar, trinta dias antes do início das campanhas, indicando uma previsão de arrecadação e de gastos, e de forma definitiva, em até noventa dias após o fim das eleições, especificando os ingressos e egressos de recursos das campanhas, assim como sua origem (Art. 33 e 34). Serão aceitas doações anônimas de valor inferior a 4 mil UI. Porém, nenhum partido pode ter mais do que 15% de sua arrecadação anonimada.

Quadro 10 – Síntese Uruguai (Única lei: 2008)

Doações empresariais	–
Financiamento púb. direto	Número predeterminado de UI por voto.
Horário eleitoral gratuito	–
Compra de propaganda (rádio/TV)	Não é proibida.
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	300 mil UI.

19 O valor é atualizado periodicamente pelo Insituto Nacional de Estadística do Uruguai. Os valores referentes a Março e Abril de 2016 estão disponíveis em: <http://www.inecub.uy/documents/10181/30921/UI+Marzo+-+Abril+2016/5f34315c-af24-454e-bce1-d92efe1ab462>

Teto para gastos/arrecadação	–
Doações anônimas	Permitidas.
Prestações de contas	30 dias antes das campanhas, e 90 dias após as eleições.

3.10 Venezuela

A Venezuela é, com larga vantagem, o país cuja legislação contém as maiores lacunas na regulamentação do financiamento das campanhas eleitorais. Não existe uma lei específica sobre o financiamento eleitoral, e o texto mais próximo disso é uma resolução do Conselho Nacional Eleitoral que data de 2010. As únicas proibições significativas atuam sobre as doações de empresas concessionárias de obras e serviços públicos (Art. 9), e sobre a realização de doações anônimas. Exige-se também uma prestação de contas em até sessenta dias após a realização das eleições. Fora isso, não existem limitações quanto à entrada de recursos privados, e tampouco para os gastos. Não existe, também, qualquer forma de financiamento público para os partidos, nem mesmo de forma indireta – como a isenção de impostos sobre bens e transações. A legislação é, então, vazia no que toca à concessão de financiamento público para os partidos e na regulamentação da entrada de recursos privados, deixando desregulamentado o “mercado” do financiamento eleitoral. Configura-se, assim, como um sistema de caráter exclusivamente privado.

Quadro 11 – Síntese Venezuela (Único texto: 2010)

Doações empresariais	Proibidas empresas concessionárias de obras e serviços públicos. (Art. 9)
Financiamento púb. direto	–
Horário eleitoral gratuito	–
Compra de propaganda (rádio/TV)	–
Cláusula de barreira	–
Teto para doações	–
Teto para gastos/arrecadação	–
Doações anônimas	Proibidas. (ART 9).
Prestações de contas	60 dias após as eleições.

4. ANÁLISE CONJUNTA DAS LEGISLAÇÕES

Em seu livro “*Dinero y Política en América Latina*”, publicado em 2004, Daniel Zovatto, discorre sobre a forma como o financiamento eleitoral é regulamentado no continente, buscando levantar quais são os principais modelos normativos que operam sobre as variáveis que compõem os sistemas de financiamento eleitoral, assim como as dificuldades em fazê-los sair do âmbito do “formal” para “real”. O levantamento feito por Zovatto aponta, em relação às variáveis trabalhadas aqui, para o fato de que: a) a maioria dos países conta com um financiamento misto nas campanhas; b) na maioria dos países existe financiamento público tanto direto quanto indireto; c) a distribuição do financiamento público se dá majoritariamente de forma proporcional ao número de votos, seguida de um modelo híbrido entre este e uma distribuição equitativa de uma parcela do financiamento público, não existindo um padrão quanto ao momento do desembolso do financiamento pelo Estado (antes ou depois das campanhas); d) a maioria dos países conta com barreiras para o acesso ao financiamento público; e) a maioria dos países estabelece proibições a alguma fonte de doação privada; f) alguns países impõem limites ao tamanho das doações privadas; g) a maioria dos países tem um horário eleitoral gratuito; h) em quase todos os países existe algum órgão responsável pelo controle e fiscalização do financiamento dos partidos (e, portanto, da cobrança das prestações de contas). A

pergunta central aqui é: o quão atual é o diagnóstico feito por Zovatto em 2004? Essa pergunta se ampara no fato de que, desde 2004, todos os países (à exceção da Bolívia) alteraram os seus sistemas de financiamento de campanhas eleitorais. O quadro abaixo demonstra, visualmente, a existência ou não de regras sobre o cada uma das variáveis utilizadas para esta pesquisa:

Quadro 12 – Síntese das regras de cada país para cada variável analisada

Países	Variáveis							
	Financ. público direto	Horário Eleitoral Gratuito	Proibição à compra de tempo na TV	Proíbe doações de PJ.	Tetos para doações	Limites para gastos	Proíbe doações anônimas	Prestação de contas
Argentina	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓*
Bolívia	✓	✓	X	X	✓	X	✓*	✓
Brasil	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
Colômbia	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓
Chile	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓
Equador	✓	X	X	X	✓	✓	✓	✓
Paraguai	✓	✓	X	X	✓	✓	✓*	✓
Peru	✓	✓	X	X	✓	X	X	✓
Uruguai	✓	X	X	X	✓	X	✓	✓*
Venezuela	X	X	X	X	X	X	✓	✓

* Permitem a arrecadação de fundos de origem anônima quando feita na forma de coletas populares.

* Cobram prestações de contas antes e depois das campanhas eleitorais.

A forma como as eleições são financiadas é, de fato, majoritariamente mista, sendo permitida a doação de recursos privados às campanhas em nove dos dez países, com a Venezuela sendo o único caso desviante. Contudo, há uma ressalva que deve ser feita nesse ponto: Zovatto aponta também para o fato de levar-se em conta o peso de cada uma das partes – pública e privada – nas contas das campanhas (apesar de não fazê-lo). Nesse sentido, a unanimidade do sistema misto tem sido colocada em xeque com o advento das proibições de doações empresariais na Argentina, no Brasil e no Chile, onde, ao menos nos gastos declarados, a participação dos fundos públicos nas campanhas deverá ser massivamente maior do que a dos fundos privados. Soma-se a estes países o caso venezuelano, financiado exclusivamente pela iniciativa privada. Destacam-se também as proibições idealizadas por Colômbia, Equador e Venezuela de vetar doações de empresas que tenham estabelecido certos tipos de vínculo com o Estado, tais como contratos que representem grande parte de seus rendimentos anuais, a execução de obras, e a exploração de recursos naturais.

A existência de financiamentos públicos – diretos e indiretos – mantém-se como quase unanimidade, sendo a Venezuela, novamente, o único país que se abstém de concedê-los aos partidos. Dos nove países que o concedem, seis o dividem de forma estritamente proporcional aos votos recebidos, dois utilizam métodos mistos com critérios proporcionais e equitativos, e apenas o Equador o concede igualmente entre todos os partidos.

Já em relação ao momento em que esse repasse é feito, sobre o qual Zovatto afirma não haver nenhum tipo de padrão, a nova configuração das legislações sul-americanas aponta claramente para a efetivação dos repasses antes do início das campanhas. Justamente pelo fato de o financiamento público ter como critério de distribuição de renda o sucesso eleitoral dos partidos, geralmente nas eleições imediatamente anteriores, permite-se que o repasse seja feito ainda no início do processo eleitoral. Uruguai é o caso dissonante, concedendo recursos após as eleições, com base no desempenho eleitoral atual. Bolívia, por sua vez, concilia os dois métodos, repassando metade dos recursos antes das eleições, proporcional ao desempenho nas eleições anteriores, e a outra metade depois, de acordo com o desempenho atual.

A concessão pública de tempo gratuito de propaganda nas emissoras de televisão também está presente na maioria dos países sul-americanos – apenas não a fazem Equador, Uruguai, e Venezuela. Mas a divisão do tempo de propaganda entre os partidos não obedece a nenhum tipo de padrão. Dos sete países que contam com horários eleitorais gratuitos, três concedem a todos partidos o mesmo tempo de propaganda. Os outros quatro combinam o método de divisão equitativa com o de proporcionalidade. No caso, Argentina e Peru o fazem na medida 50% e 50%; Brasil, na medida 5% e 95%; e o Chile opta por conceder tempo igual às candidaturas à presidência, e proporcional à representação para as candidaturas legislativas. O Brasil destaca-se então como o único país dá que maior peso à divisão proporcional do tempo de propaganda do que à divisão equitativa. As cláusulas de barreira para o acesso a qualquer forma de financiamento público, como já dito anteriormente, estão presentes apenas na Bolívia e na Colômbia. No limite, nos termos utilizados por Zovatto, pode-se entender como uma “condição de acesso ao financiamento público” a necessidade de os partidos lançarem candidatos ao pleito, e de estarem em dia com suas obrigações – sobretudo no que toca à prestação, tanto das campanhas quanto relativas às suas atividades corriqueiras em anos não eleitorais. Este tipo de condição, sim, pode ser encontrado na maioria dos países, mas não se configura como uma barreira quantitativa, mas meramente procedimental.

Já a proibição de compra de propaganda eleitoral nas emissoras televisivas obedece a um padrão perfeito e bastante curioso na região: existe apenas e em todos os países que não permitem doações oriundas de pessoas jurídicas. Em outras palavras, a proibição à compra de tempo de propaganda se aplica somente nos países que proíbem, simultaneamente, doações empresariais: Argentina, Brasil e Chile. Todos demais países permitem esse tipo de gasto e também estão abertos às doações de pessoas jurídicas.

As doações privadas são – novamente excluída a Venezuela – submetidas a um teto em todos os países. As regras tendem a girar em torno de um valor previamente fixado, ou de porcentagens da arrecadação permitida aos partidos. O Brasil mais uma vez destoa dos demais países, impondo como limite para as doações não uma parte da arrecadação ou dos gastos do partido, mas uma fatia da arrecadação anual do próprio contribuinte, de forma que pessoas de posses distintas estão submetidas a tetos de doação igualmente distintos. No que tange aos limites de gastos, constata-se outro tipo de padrão: a sua existência coincide invariavelmente com a existência de tetos para doação. Os limites de gasto são definidos, em todos os cinco países que o impõem (Argentina, Chile, Colômbia, Equador e Paraguai), por um valor para cada eleitor habilitado a votar para o cargo em questão – sendo esse valor geralmente indexado como módulo eleitoral.

Os conjuntos de regras vigentes sobre a transparência parecem ser aqueles dotados de maior uniformidade na região. Dentre todos os dez países, apenas o Chile, Uruguai e Peru permitem a realização de doações anônimas, sendo o Uruguai o único que não estabelece um limite para o qual possam adquirir esse caráter. Cabe ressaltar ainda que Bolívia e Paraguai permitem a não identificação de recursos adquiridos via coletas populares. Contudo, a participação desse tipo de arrecadação na totalidade das campanhas é provavelmente irrisória.

Por fim, a necessidade de prestações de contas à justiça eleitoral é a única exigência consolidada em todos os países. Mesmo assim, três países são merecedores de destaque. Em primeiro lugar, destaque-se negativamente a Bolívia, que não cobra as prestações de contas das campanhas eleitorais separadas das demais, ficando os gastos eleitorais mesclados, na prestação anual, com as demais despesas dos partidos. Em segundo lugar, destacam-se positivamente Argentina e Uruguai, que cobram a apresentação das contas partidárias antes e depois das campanhas. A cobrança de uma prestação de contas prévia ou de uma estimativa de arrecadação antes do início – ou ainda durante – das campanhas é positiva no sentido de dar aos eleitores maiores elementos para deliberar sobre seu voto. Diante disso, fica evidente que a busca de informações sobre as prestações de contas não deve mais ater-se à sua existência ou não, podendo ser qualificada – “quantas prestações de contas são feitas” ou “quais são os mecanismos de transparência e acompanhamento de dados disponíveis”, uma vez que são essas informações que diferenciarão alguns países dos demais.

Desta forma, das oito categorias de análises tratadas por esse artigo, apenas o “teto de gasto” ficou dividido (com cinco países adotando-o e cinco não). As duas categorias sobre a propaganda televisada são legisladas de forma semelhante em seis países. As demais cinco variáveis de análise obtiveram similaridade em, pelo menos, cinco países.

Haveria também um enorme ganho analítico na elaboração de uma análise temporal dessas reformas. Essa empreitada permitira compreender não apenas a direção para a qual os países caminham, como também as propostas de aprofundamento democrático via legislação eleitoral contidas nessas reformas. Em outras palavras, pode-se perceber não apenas o que muda, mas também quais são as principais preocupações de cada país: controlar o capital privado, fortalecer os partidos, aumentar a transparência, etc. Essa tarefa já foi realizada por Borel (2015) para as legislações de Chile e Argentina, onde o autor analisa todas as leis de financiamento eleitoral desses dois países desde a sua redemocratização, buscando compreender exatamente qual o caminho traçado por essas leis no sentido de democratizar a legislação acerca do financiamento eleitoral à luz de quatro valores: transparência de dados, equidade entre os eleitores, independência dos partidos, e competição entre os candidatos. Todavia, realizar essa análise histórica demanda um aprofundamento e uma extensão textual que um artigo como este não comporta. A compreensão histórica a respeito de qual caminho cada país segue em suas reformas deve ser feita caso a caso, servindo com exemplo a análise do modelo argentino feita também por Borel (2017).

É claro que a observação de características que possibilitam falar em um “modelo de financiamento de campanhas eleitorais tipicamente sul-americano” incorre em uma série de arbitrariedades – especialmente no critério inevitavelmente discricionário a respeito de qual é a ocorrência necessária para que se qualifique certa legislação como “um padrão”. Aqui, optou-se por fazê-lo nas categorias comuns a sete ou mais países. A dificuldade em observar padrões na região é dificultada principalmente pelos casos Uruguai e Venezuela, que são omissos em suas leis nas iniciativas de contenção da influência do capital privado sobre o processo eleitoral. Contudo, a comparação entre as legislações dos dez países, notoriamente, como mostra o quadro 12, aponta para a existência de semelhanças maiores que as dessemelhanças nos sistemas de financiamento eleitoral da região. A única variável analisada que não encontrou o grau mínimo de congruência de 70% estabelecido foi a existência ou não de um teto de gastos para as campanhas. É possível observar que há relativa tendência em países que não adotam o teto de gastos, de serem proibitivos também às doações empresariais (o contrário, contudo, não é verdadeiro). A exceção a essa regra seria justamente o Brasil, onde o veto às doações empresariais deu-se não via legislação comum, mas pelo julgamento de uma ação de inconstitucionalidade pelo Supremo Tribunal Federal.

Mas afinal, existe um modelo de financiamento de campanhas eleitorais tipicamente sul-americano? O levantamento das legislações pertinentes, seguido de uma análise agregativa de seus conteúdos aponta para a conclusão de que sim, é possível observar um padrão mínimo na configuração dos textos normativos dos dez países sul-americanos. Essa conclusão se fortalece caso se opte por considerar a Venezuela como um caso *outliner* e excluí-la da comparação – apesar de não ser necessário e nem recomendado fazê-lo, dado o baixo número de casos que fazem parte pesquisa. Este seria um sistema que contaria como recursos públicos e privados, sendo autorizada a participação de pessoas jurídicas no financiamento. O Estado participaria do fomento às campanhas concedendo aos partidos, antes da campanha, um financiamento direto proporcional ao desempenho eleitoral nas últimas eleições, e disponibilizando o mesmo tempo de propaganda na televisão para todos os partidos. O financiamento privado estaria submetido a um teto – o que não necessariamente ocorreria para os gastos de campanhas²⁰ –, e dinheiro arrecado poderia ser utilizado para a compra de tempo de propaganda nas emissoras de televisão. Por fim, os partidos e seriam obrigados a prestar contas de todas as entradas e saídas de recursos nas campanhas, tendo todas as suas fontes devidamente identificadas e sendo, portanto, proibidas doações anônimas às campanhas.

20 A única categoria que ficou dividida foi o teto de gasto para as campanhas, com cinco países adotando-o e cinco não.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO**, Sergei Medeiros (2012). O financiamento público nas eleições brasileiras. In: RAMOS, André de Carvalho (Coord.). Temas de Direito Eleitoral no século XXI. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2012. p. 315-354.
- ARGENTINA**. Ley de Financiamiento de Partidos Políticos, nº 26.215. Buenos Aires, 20 de Dezembro de 2006.
- ARGENTINA**. Ley de democratización de la representación política, la transparencia, y la equidade electoral, nº 26.571. Buenos Aires, 02 de Dezembro de 2009.
- AYRES**, Ian. “Should Campaign Donors Be Identified?”, Yale Law School John M. Olin Center for Studies in Law, Economics, and Public Policy Working Paper Series, 2001.
- BOLÍVIA**, Ley nº 1983 Ley de Partidos Políticos, de 25 de Junho de 1999.
- BOLÍVIA**, Ley nº 1984 Código Electoral, de 04 de Dezembro de 2001.
- BOREL**, Marcelo. Reforma política e financiamento de campanhas eleitorais: os casos de Argentina e Chile. Campinas, SP: [s.n.], 2015. Dissertação de mestrado – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas
- BOREL**, Marcelo. Reformas no financiamento de campanhas eleitorais na Argentina, e aprofundamento democrático. PostData, Vol. 22, n. 1. Abril de 2017. Disponível online em:
- <http://www.revistapostdata.com.ar/2017/05/reformas-no-financiamiento-de-campanhas-eleitorais-na-argentina-e-aprofundamento-democratico-reforms-in-electoral-campaign-financing-in-argentina-and-deepening-democracy-marcelo-borel/>
- BRASIL**, Lei dos Partidos Políticos – Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995.
- BRASIL**, Lei das Eleições – Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.
- CHILE**, Lei nº 18.700 – Aprova a Lei Orgânica Constitucional sobre Votações Populares e Escrutínios. Santiago, 19 de Abril de 1988.
- CHILE**, Lei número 19.963 – Modifica a Lei número 18.884, Sobre Transparência, Limite e Controle do Gasto Eleitoral, estabelecendo sanções e os procedimentos para suas aplicações. Promulgada em 18/08/2004 e publicada no Diário Oficial em 26/08/2004.
- CHILE**, Lei número 20.053 – Modifica a Lei número 18.884, Sobre Transparência, Limite e Controle do Gasto Eleitoral. Promulgada em 05/07/2005 e publicada no Diário Oficial em 06/07/2005.
- BOURDOUKAN**, Adla Y., *O Bolso e a Urna: Financiamento Político em Perspectiva Comparada*. Tese de doutorado, USP, 2009.

- CALLE**, Humberto de la (2008). “Reforma electoral en Colombia”. In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada*. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008
- CASAS**, Kevin; **ZOVATTO**, Daniel (2011). Para llegar a tiempo: apuntes sobre la regulación del financiamiento político en América Latina. *Revista Derecho Electoral*. San Jose, Costa Rica.
- EQUADOR**, Ley orgánica electoral, código de la democracia. Publicada en Registro Oficial Suplemento 578 de 27 de Abril de 2009.
- EQUADOR**, Resolução nº PLE – CNE – 1-13-8-2012. Suplemento RO. 801 de 02 de Outubro de 2012.
- FERREIRA**, Délia Rubio. “Financiamiento de los partidos políticos en Argentina: Modelo 2012”, In: *Revista ELECCIONES*, Vol. 11, nº 12, Jan./Dez. 2012.
- FERREIRA**, Lara M., “Cifras e votos: uma relação democrática?: Análise das propostas de reforma do sistema de financiamento de campanhas eleitorais no Brasil à luz da teoria da democracia deliberativa-participativa”. Dissertação de mestrado, UFMG, 2012.
- FUENTES**, Claudio (2011). “Financiación de partidos políticos en Chile”. In: **GUTIERREZ**, Pablo y **ZOVATTO**, Daniel (org.) “Financiamiento de los partidos políticos en América Latina”. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral, Organización de Estados Americanos, Universidad Nacional Autónoma de México. México, 2011.
- GRINER**, Steven; **ZOVATTO**, Daniel (2004). De Las Normas A Las Buenas Prácticas - El desafío del financiamiento político en América Latina. San José de Costa Rica: Organización de Estados Americanos.
- GUTIÉRREZ**, Pablo; **ZOVATTO**, Daniel (org). Financiamiento de los partidos políticos en América Latina. Universidad Nacional Autónoma de México, 2011.
- PACHANO**, Simón (2008). “Reforma electoral en Ecuador”. In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada*. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008
- PARAGUAY**, Ley Nº 834/96. Código Electoral Paraguayo. Asunción, 17 de Abril de 1996.
- PARAGUAY**, Ley Nº 4.743/2012. Que regula el financiamiento político. Asunción, 22 de Octubre de 2012.
- PERU**, Ley Nº 30326: Ley que modifica el artículo 23º de la Ley Nº 28094, Ley de Partidos Políticos, estableciendo requisitos adicionales en la declaración de hoja de vida de candidatos a cargo de elección popular. Publicada en diario Oficial El Peruano em 29 de Maio de 2015.
- REIS**, Bruno P. W.; **FERREIRA**, Lara M.; **FIALHO**, Fabrício M.; **BOREL**, Marcelo B. M.; **FREITAS**, Fernando V.; **MORAVIA**, Matheus S. (2011). Reforma Política e Financiamento de Campanhas: anotações para uma taxonomia do financiamento eleitoral. In: XXXV Encontro Anual da Anpocs, 2011, Caxambu, MG. Anais do 35º Encontro Anual da Anpocs, de 24 a 28 de outubro de 2011, em Caxambu/MG.

SILVERO SALGUEIRO, Jorge (2008). "Reforma electoral en Paraguay". In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México*, 2008.

SOLDEVILLA, Fernando Tuesta (2011). "El financiamiento de los partidos políticos en Perú", In: **GUTIÉRREZ, Pablo; ZOVATTO, Daniel (org).** *Financiamiento de los partidos políticos en América Latina. Universidad Nacional Autónoma de México*. pp. 445-482.

SPECK, Bruno Wilhelm. A integridade do financiamento de partidos e campanhas eleitorais. Levantamento sobre problemas enfrentados e sistemas regulatórios. Relatório TILAC, Transparency International, Berlin, 2003

_____. Sobre a oportunidade, a modalidade e a viabilidade da reforma política in: Revista Justilex, Instituto Internacional de Altos Estudos Jurídicos, Brasília, Ano 3, no. 29, maio 2004, p. 32-34

_____. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil, In: Cadernos Adenauer, Ano 6, no. 2, 2005, p. 123-159

_____. Financiamento de Campanhas Eleitorais. In: **Reforma Política no Brasil**. Leonardo Avritzer, Fátima Anastásia (org.). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p. 153-158.

_____. Três ideias para oxigenar o debate sobre dinheiro e política no Brasil. Em Debate (Belo Horizonte), v. 2, p. 6-13, 2010.

SPECK, B. W.; **MANCUSO**, W. P.. O financiamento político nas eleições brasileiras: Um panorama geral. Texto apresentado no GT "Financiamento político no Brasil: o impacto do dinheiro sobre partidos, eleições, candidatos e representantes" do 35º Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, Outubro de 2011.

TRANSPARENCY INTERNATIONAL. "Control Ciudadano del Financiamiento Político. Una guía práctica sobre experiencias y desafíos.", Berlín, 2007.

TUESTA SOLDEVILLA, Fernando (2008). "Reforma electoral en Perú". In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México*, 2008

URUGUAY, Ley N° 18.485. Partidos políticos. Se dictan normas que regulan su funcionamiento. Montevideo, 11 de mayo de 2009.

VENEZUELA, Resolución n° 100304-0043 Caracas, 04 de marzo de 2010 199° y 151°, del Consejo Nacional Electoral.

ZOVATTO, Daniel. *Dinero y política en América Latina*. San Jose, Costa Rica: FLASCO, 2004.

ZOVATTO, Daniel. Financiamento de partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada *in* Opinião Pública, N° 2 Vol. XI. Campinas: CESOP, 2005, p. 287-336.

ZOVATTO, Daniel; **OROZCO HENRÍQUEZ**, Jesús (2008). *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada. Ciudad Universitaria, D.F. México*: Universidad Nacional Autónoma de México.

Resumo

O texto faz uma análise comparativa das novas regulamentações sobre o financiamento de campanhas eleitorais que passaram a vigorar, no período recente, nos países sul-americanos. O propósito é buscar, em primeira instância, por eventuais padrões *normativos* que possam ser observados. Almeja-se aqui responder à pergunta: *Há uma tendência sul-americana de se resolver problemas similares acerca do financiamento eleitoral, através de mecanismos similares? Ou as respostas normativas para diagnósticos semelhantes são dissonantes?* Para isso, são analisadas as legislações atualmente em vigor nos doze países da América do sul, levando em conta variáveis analíticas capazes de cobrir a entrada de recursos públicos e privados nas campanhas eleitorais, a saída de recursos, e transparência dos dados sobre arrecadação e gastos com as campanhas. Os dados demonstram que, apesar de certa heterogeneidade nos textos legais, há fortes pontos em comum compartilhados por esses países em suas regulamentações.

Palavras chave: Reforma Política; Financiamento de campanhas eleitorais; América do Sul.

Abstract

The text makes a comparative analysis of new regulations on the financing of electoral campaigns that took effect in the recent period in the South American countries. The purpose is to seek, at first for any normative standards that could be observed. The aim here is to answer the question: *Is there a South American tendency to solve similar problems about electoral financing through similar mechanisms? Or normative responses to similar diagnoses are dissonant?* For this, current legislation in force in the twelve countries of South America are analyzed, taking into account analytical variables able to cover the entry of private and public resources in the campaigns, the outflow of resources, and transparency of data on revenues and expenditures with the elections campaigns. The data show that, despite some heterogeneity in the legal texts, there are strong commonalities shared by these countries in their regulations.

Keywords: Political reform; Electoral campaign finance; South America.

Recent reforms on electoral campaign financing in South America – regional phenomena or singular events?

Marcelo Borel

Instituto de Estudos Sociais e Políticos - UERJ

Introduction

The 2000s were of great significance for south-American countries in terms of reforms to their electoral systems – be it in how their candidates were elected or in how they were financed. Since the turn of the century, 9 Latin-American countries promulgated at least one law that changes the way their electoral financing system works, with Bolivia as the only exception. However, this information is not enough to reach any conclusions that go beyond the obvious: that the rules for financing electoral campaigns in these countries have changed. Generally developed with a local focus, studies about electoral campaign financing in Latin America lack projects that try to understand this wave of reforms as a Latin-American phenomenon that seeks to deepen and perfect the democratic process in this region. Even classic studies such as Daniel Zovatto's, in partnership with the *International Institute for Democracy and Electoral Assistance* – (IDEA), covers each country separately from all the other countries in the continent.

Because of this, the current paper seeks to study the current reforms in electoral financing that have been happening over Latin America, in order to understand them as a collective process of Latin-American democracies.

The main idea of the paper is to produce a comparative analysis of the new regulations that have begun to show their effects recently. The aim is to, firstly, look for normative patterns that might be found. Here, the intention is to answer the following question: *Is there a Latin-American tendency to solve similar electoral financing issues through the use of similar mechanisms? Or are the normative answers to similar diagnosis different?* These questions rest on the knowledge that all these countries, which are all presidential – and most have bicameral legislatures – are very heterogeneous in terms of electoral systems: distribution methods, type of party-list used, district magnitude and the presence – or lack thereof – of barrier clauses, all of which are factors that must exert a strong influence in how the systems of electoral financing are regulated.

The paper brings the discussion about the regulation of electoral finance systems to the regional level, seeking to fill a void of continental analysis of the problem. Even the most important studies that cover the whole of Latin America, such as Zovatto and Gutiérrez (2011), Griner and Zovatto (2007), and Zovatto (2007), treat each country in an isolated and independent manner, instead of looking at it as a whole.¹

1 The only exceptions are chapters 1, 2 and 3 of the second part of the book by Griner and Zovatto (2007), which deals with sub-regional analysis with one chapter for central America, another one for the Andean States and one for the Southern cone.

1 METHODOLOGY

In order to achieve what this paper proposes to do, the electoral financing systems of ten different south-American countries will be analysed: Argentina, Bolivia, Brazil, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Peru, Uruguay and Venezuela.² This task will have the book organized by Zovatto and Orozco in 2008, which talks about political and electoral reforms in Latin America, as well as the books organized by Gutiérrez and Zovatto in 2011, which analyses the financing of political parties in the continent, as its starting point.

The difference between what this paper will try to achieve and that which has already been done by Gutiérrez and Zovatto in 2011 is clear: while the authors develop an analyses of the electoral financing systems currently operating in each country of the Latin American continent, they do so by treating each country separately, while this paper aims to, through the use of the individual data of each country, identify collective trends. That said, the main objective here is not to understand what the law in each country determines and how that affects their internal dynamics, but rather identify whether the reforms put forth by these 9 countries somehow point to a common way of dealing with the same issues. In other words, are the answers provided by these reforms to the electoral financing issues have something in common?

To answer these questions, each legislation will be analysed according to the following variables that make up the electoral financing system. They are: a) can legal entities make donations?; b) Is there a limit for private donations?; c) Is there indirect public financing? How?; d) is there direct public financing? How is it divided?; e) What are the conditions to access this kind of public financing?; f) Does the State provide subsidies for media publicity (such as TV and radio)?; g) is there a limit to campaign spending?; h) What are the limitations on how these resources are used (e.g purchasing time on the radio and on TV); I) Are anonymous donations allowed?; j) how and when is the accountability done?

The use of each of these categories is based on the wide bibliography by the International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) and on the research of Reis *et al* (2011). We decided not to use the question “is the financing public, private or mixed?”, based on the understanding that most systems will be categorized as mixed – the only exception to that rule are Uzbekistan (with an exclusively public system) and Venezuela (which had an exclusively private system up until 2010).

We have also made the decision not to use the questions “Can candidates be financed directly or only the parties?”, which Rei *et al* (2011) brought up. The answer to that is on Rei’s paper itself, where he points out that the possibility of financing both – candidate and party – is a peculiarity that exists only in Brazil and in the United States (Reis *et al*, 2011, page 8-9).

These analytical categories are enough to cover the four main elements that make up the electoral finance systems: public financing, private financing, resource output (campaign spending) and the transparency with which the financial operations are done by candidates and parties. Furthermore, beyond being based on the references already mentioned, these categories have proven themselves efficient in their purpose on the recent research done by Borel (2015), which analyses the historical development of electoral financing systems in Chile and Argentina, starting from the 80s up until the system currently being used.

2 Bolivia was removed from this list as they have not changed their electoral financing system since 2001, meaning that it would not make sense to include it in an analysis about recent changes to such systems.

2 THEORETICAL FRAMEWORK – JUSTIFYING THE VARIABLES

The proposals for reforms in electoral financing had a focus on, broadly speaking, changing the financing system specially in 4 specific fields: the income of public resources, the income of private resources, campaign spending and the accountability of the three previous fields. Each of these fields has its own singularities and subdivisions and it is those specificities that we must study in order to understand the different ways to regulate electoral financing. If Zovatto chooses to distinguish between the *real elements* and the *formal elements* of the financing systems – meaning, the difference between how it is regulated and how it actually works -, this paper focuses on analysing only the formal characteristics of each country.

2.1 Public financing

The first step towards analysing the public financing of electoral campaigns is to define whether it was done directly (through cash, directly transferred into campaign/party accounts) or if it was done indirectly, by donations or concessions which can be monetarily estimated but are not done through cash, such as free TV time.

Indirect public financing is defined by Araújo (2012)

as positive action of the State, geared towards granting parties and candidates with some sort of advantage, as a way to reduce costs and favor the development of electoral campaigns. It is called indirect financing because it doesn't imply a direct transfer of public resources but rather as a provision that doesn't need to be processed. (ARAÚJO, 2012, page 322)

Pushing it to the limit, any action authorized by the State that results in a loss of tax collection and benefits electoral campaigns can be considered as indirect public financing. However, as we analyse legislations it can be perceived that the two biggest species of indirect public financing is through not taxing real estate and movable assets that belong to the parties as well as through granting parties with free public airtime on TV and radio. That said, the current paper will use the granting of free public airtime as the variable to analyse indirect public financing.³

On the other hand, direct public financing happens when the federal government transfers resources directly into the accounts of parties or electoral campaign committees. These resources can be spent in any way, as long as it is according to the legislation, which means that there are no attachments on how these resources should be spent⁴. Generally, direct public financing presents itself to parties in the form of a monetary fund to be shared amongst them or through the expression of preferences of the electorate – mainly the vote.

The monetary party fund is kept, usually, by making use of specific revenues which are dedicated to it by the federal government as well as other minor sources such as voluntary donations, revenues from electoral fines, etc. According to Bourdoukan (2009), the way the monetary party fund is split between parties should follow 4 criteria, which are: whether the money will be given to the parties or the candidates; whether the division will be done equally amongst parties or if it will be proportionate to some pre determined criterion; if it will be proportionate, then which criterion will be followed – according to the number of votes a party has had or according to the number of legislative seats; whether this criterion will be based on the results of past elections or current elections.

3 This choice was made after the analysis of the south-American legislations, which showed that all countries apart from Venezuela, provide tax exemption to parties. Apart from that, no other form of indirect public financing was found expressed directly in legislation.

4 This attachment might come into existence. In Chile, part of the direct public financing must be used in political education courses aimed at young people.

When the division of the monetary fund depends on the preferences of the electorate, it is usually connected to the electoral performance of the parties. In this case, the State will give each party a specific amount of money for each valid vote received. This system may also use the results of past or current elections. It might also be transferred to the parties before or after the elections take place.

Other alternatives include a voucher system or a matching funds system. In the voucher system, each citizen picks which party they would like to receive their share of the party fund.⁵

In the matching fund system, which is the one used by the United States, public financing is proportional to the private financing parties have already acquired. It's as if the State gave an specific sum to each dollar the parties manage to gain by way of private financing.

Finally, the last thing we should question in terms of public financing is if there are any conditions put in place, limiting who actually access the fund. These are known as barrier clauses and they're usually based either on electoral quotas or on election thresholds. Without meeting these quotas (or requirements) the party will not be allowed to access the public party fund. This kind of mechanism only exists in Bolivia and Colombia and therefore will not be included in the current analysis, on account of it being too specific.

Therefore, the main criteria used to analyse the way public financing happens are: the way it is divided/shared; at what point in time the transfer of resources happens (before or after the elections) and the eligibility criteria parties are submitted to in order to access said fund, such as barrier clauses.

2.2 Private financing

When it comes to private financing, it's important to look into who can make donations, if there are any limitations imposed to where the resources donated should come from and if there are any limits on how much each candidate and party can receive.

Those allowed to make donations can be divided into the following categories: a) native individuals; b) national profit legal entities; c) non profit national legal entities⁶; d) employer's unions; e) legal entities that are subsidiaries of the State; f) foreign individuals; g) foreign legal entities; h) religious entities and finally, one last category that doesn't correspond to private financing but that faces all the prohibitions, I) State owned enterprises.

Any of these entities can be forbidden from making private donations to parties, however, according to Zovatto (2005), the only ones that enjoy a consensus on their permission to make donations are native individuals and national profit entities.⁷ That said, the search to find which categories can and cannot make donations will be a search to find which types of legal entities can and cannot donate.

The second point to look into is whether or not there are limitations on the amount that can be donated. The limitation might fall upon the donor themselves, by establishing an amount that cannot be surpassed when making the

5 This works as a way to divide the resources before the campaign, based on the performance parties have had in current election, because – in theory – no one would choose to finance a party they don't want to vote for.

6 The difference between profit and non profit organizations isn't merely illustrative. There are legal distinctions between them in the legislation that regulates private financing, even if it's not that clear.

7 Zovatto's paper creates a sub category called "political and social organizations". The author isn't precise when determining what organizations fit into that category, but we can imagine them as being less integrated than unions, employer's unions and non profit legal entities. This sub category has permission to make donations in 12 of the 18 countries.

donation, or upon the candidates, imposing a limit to how much each candidate can receive. These limitations differ in form and in purpose. On the one hand, putting a limit on how much can be donated seeks to restrict the influence that these donors might have over the elected officials in the future. On the other hand, putting a limit on how much candidates and parties can receive seeks to stop parties and candidatures from becoming far more competitive than the rest due to their economic support. In this case, private funding is used as a proxy for electoral success. The table below is a synthesis of the most common ways to limit donations:

Table 1 – Mechanisms to limit donations to donors and candidates

Limit on donations (on donors)	Proportional to income (annual individual income)
	As a percentage of the total collection
	Conditioned to the amount of public funding received
	Nominal in absolute values
Limit on how much can be received (on candidates)	Absolute value is previously established
	Conditioned to public funding received
	According to the district magnitude

Source: Borel (2015), page 25.

2.3 resource output

Here, what needs to be discussed is whether or not there is a limit put on how much can be spent by each candidate and/or party, as well as whether any specific regulations about this limit exist. There are quantitative and formal conditions put on resource output which deal with the sheer amount of resources that can be spent and how these resources can be spent (which activities can be part of campaign spending), respectively.

The quantitative limitations tend to follow the same pattern as the above mentioned limits on how much can be received by candidates, which means that they are determined either by the public financing or by the size of the electorate. Similarly, it tends to have the same intentions as the limitations on how much each candidate can receive⁸, meaning that it seeks to prevent spending from determining the winners⁹. Zovatto (2004), says that:

Con base en estas consideraciones una primera observación radica en el hecho de que la falta de límites a los gastos electorales aunada a la circunstancia de que generalmente son pocos los políticos que tienen acceso a grandes cantidades de dinero, conllevaría el peligro de que las personas o grupos con abundantes recursos económicos serían los que en principio – si bien no necesariamente – estarían en condiciones de ganar siempre o casi siempre las elecciones o, en todo caso, de obtener un grado desproporcionado de influencia debido precisamente al poder del dinero. (Zovatto, 2004, pp. 15-16)

8 Although very similar, the limitations on how much each candidate can receive and on how much they can spend are different simply because, without a threshold put on how much each campaign can receive, campaigns can receive much more than they are allowed to spend, transferring the “excess” over to other, less popular campaigns. Putting a limit on how much each campaign can receive avoids that.

9 Electoral spending seems to better explain the relation between money and electoral success than how much parties receive as financing.

The limitations on how the resources should be spent, however, refer to what is or isn't considered as electoral spending. The objective behind such mechanisms is avoiding practices such as vote buying and to balance the output of resources, something which isn't done when donations are received. In order to avoid vote buying, practices such as gift distribution, putting up gigs, giving away basic need items, etc, are forbidden.

2.4 Transparency and accountability

Finally, the search for transparency follows the principle that informations about campaign spending is a efficient way of guaranteeing that citizens have control over candidates and their mandates. As Speck Says:

The principle of transparency, based on the accountability of campaign spending and in the public access to data, is a "third way" for countries that haven't managed to solve their problems through the use of vetoes and limits or by complementary public financing. They gamble on a simple principle: sunlight is the best disinfectant. (SPECK, 2004, p. 3)

The access to this kinda of data, when qualified, can allow citizens to exercise public control over his candidate in two ways: firstly, if this information is available before the electoral race, citizens will be able to practice the "informed vote". By informed vote we mean the possibility of individuals deciding their vote based on broad access to information about each candidate. Accountability plays an important role on the political platform of candidates during elections, considering that it is possible to link each candidate's donation source to their behavior e to interest groups – which makes it possible to check if there is coherence between their speeches and the interests that hide behind their electoral financing.

The way we see it, public disclosure about the origins and uses of electoral funding is more important than setting limits and restrictions, which are harder to apply and control: informing the citizens about who is behind each candidate. This disclosure, if done at the right moment and completely, creates the possibility of the "informed vote" and creates incentives for the parties to control each other as well as to adjust their behavior to the legal parameters and the demands of public opinion. Furthermore, the information about who funds a candidate allows citizens to check their speech and the real intention behind their decision making process, if they are elected. (RUBIO, 2005, pg. 7)

As for the second form of control, it involves following and scrutinizing legislative behavior of elected candidates, checking to see if their support for certain public policies matches up with the interests of those who contributed to their campaigns.

Transparency is, therefore, a way to empower citizens.

The discussion so far presented the analytical variables, which were determined by analysing legal texts and looking to see which ones were already backed up by the literature in the area, justifying them theoretically, describing how they tend to be ruled as well as their relevance for democracy and for understanding how different electoral financing systems work. Thus, the next step will be to read up on the political reforms led by south-American countries in their electoral financing systems, checking to see how the rules have changed in the past few years.

3 CURRENT LEGISLATIONS IN SOUTH AMERICA

3.1 Argentina

The current legislation in Argentina is based on the law 25.600/2002. This law laid the foundation to the current electoral financing system in the country. However, two different laws have been passed, changing the system slightly. They are: The law of political parties finances (number 26.215/2007) and the law for the democratization of political representation, transparency and electoral equity (number 26.571/09).

Argentinian public financing of parties is now done through a party fund. Its division is done differently, according to the office each candidate aims to win. Nonetheless, for all offices, 50% of the fund is divided equally amongst the candidates and the other 50% is either divided proportionally to the number of votes in the last election or the number of voters each district has (law 26.571/09, article 54). Parties also receive a sum that is enough to print one and a half electoral ballot for each candidate that is able to vote (law 26.571/09, article 53). The Free Media Time (FMT), granted by the State should take up 10% of TV stations daily schedule during the electoral race. This time is divided as follows: 50% of it is divided equally amongst all the parties that have candidates running and the other 50% is proportional to the number of votes each party received in the last legislative elections. If there is need for a second round, the parties will receive 50% of the time the party with the biggest amount of time during the first round. Purchasing extra media time is strictly forbidden (law 26.571/09, article 56), and there are no barrier clauses to access this type of public financing.

Regarding private financing the most important rule is that legal entities cannot make donations. Individual donations are still allowed, as long as they correspond to at most 2% of the allowed total spending for each campaign (law 26.215/07, article 35). The most recent rule also created something known as “electoral modules”¹⁰, which is used to estimate the maximum spending. Each module is equivalent to one citizen that is allowed to vote¹¹ (law 26.571/09, article 60).

As for transparency, anonymous donations are prohibited and parties are accountable at two points: first when they should make an estimate of how much they received and spent, at least 10 days before the electoral race starts and a more definitive version of that estimate, with details as to input and output of resources, at least 90 days after the race is over.

Table 2 – Argentina (most recent law: 2009)

Donations by legal entities	Legal entities are not allowed to donate.
Direct public financing	50% of the party fund is divided equally while the other 50% is proportional to the number of votes for the lower house plus resources for printing ballots.
Free media time	50% of it is divided equally while the other 50% is proportional to the number of votes for the lower house.
Purchase of free media time	Prohibited
Barrier clauses	–
Maximum donation	2% of the total allowed spending
Maximum spending/income	One electoral module for each citizen allowed to vote.
Anonymous donations	Prohibited.
Accountability	10 days before the race starts and 90 days after it ends.

¹⁰ During the 2015 elections, an electoral module was about \$ 5,40. Approximately US\$ 0,35.

¹¹ For determining the maximum spending, no district should be considered to have less than five hundred thousand voters.

3.2 Bolivia

The Bolivian legislation about electoral campaign financing is ruled by the Electoral Code, law number 1984/01 and by the Political Parties Law (law number 1983/99). Direct public financing is done through a party fund, which is divided between parties in two different points in time: firstly, 50% is transferred to the parties in proportion to the votes each gained in the last general elections. Then the other 50% is transferred after the elections, in proportion to the votes gained in the current elections (Political Parties Law, article 53). In order to access these resources, parties need to have had at least 3% of the valid votes in the last election. The State also grants parties with free media time on TV, with all the parties having the same amount of time (Electoral code, article 115). Purchasing more TV time is allowed, but limited to 10 minutes a day (Electoral Code, articles 117 and 119).

There are no limits to how much can be spent nor to how much parties can receive, however, no private donation can add up to more than 10% of what a party collects in a year. All donations must also be identified, although anonymous donations are allowed if received through popular collections (Political Parties law, article 51). All the parties that received public financing should be held accountable up until 120 days after the electoral race is finished (Political Party law, article 61).

Table 3 – Bolivia (most recent law: 2001)

Donations by legal entities	Allowed
Direct public financing	50% is divided in proportion to each parties performance on the last elections while the other 50% is based on the performance in the current elections
Free media time	Divided equally
Purchase of free media time	Allowed, but limited to 10 minutes per day
Barrier clause	3% of the total of valid votes
Maximum donations	10% of what a party receives in a year
Maximum spending/income	–
Anonymous donations	Allowed only if received through public collections
Accountability	120 days after the electoral race is done, only for parties that received public funding.

3.3 Brazil

In Brazil, the electoral financing system is organized according to the Organic Party Law (number 9.096/95) and by the Election Law (number 9504/97).

The current financing system in Brazil is made up of, in regards to public financing, a party fund that is divided 5% equally and 95% in proportion to the votes each party received in the last election for the lower house. Indirectly, public financing is done through free media time, which is divided as follows: a third of it is divided equally amongst all parties and the rest is proportional to the number of representatives in the lower house. Purchasing media time is prohibited.

As for private financing, legal entities have been forbidden from donation since 2015, according to a decision of the Electoral Supreme Court. Therefore, private donations are allowed only to individuals and can be limited to only 10% to the donor's annual income in the year before the elections. There is no maximum spending for either parties or candidates.¹²

¹² According to the legal text, the law of each electoral year should determine the maximum spending. If that limit isn't determined – which it never has – it's

Finally, parties and candidates must present to the Electoral Justice, before the elections (once in august and once in September), two reports detailing the resources received for the campaign and the way they were spent. 30 days after the election, parties should be held accountable one more time and detail the total they received and the total they spent. Anonymous donations are not allowed, meaning that everything received and spent must have a clear resource.

Table 4 – Brazil (most recent law: 2015)

Donations by legal entities	Prohibited
Direct public financing	5% of the party fund is divided equally while the other 95% is divided according to the number of representatives each party has in the lower house.
Free media time	Divided using the same rules as direct public financing.
Purchase of free media time	Prohibited.
Barrier clause	–
Maximum donations	10% of the donors yearly income.
Maximum spending/income	–
Anonymous donations	Prohibited.
Accountability	30 days after the elections.

3.4 Chile

The last change in Chile's electoral financing system came in 2005, when the law number 20.053 was passed, changing law 19.884 in terms of transparency, limits and electoral spending control. Historically speaking, that laws that bring change to the Chilean system are specific, slowly building up to form a whole system. That means that, even with the changes passed in 2005, some parts of the system are still ruled by law 19.884/03 and law 18.700/88.

In terms of who can contribute to campaigns, the 2003 law forbids donations by legal entities that a) receive grants or contributions from the State that make up more than 15% of their yearly income for the past three years; b) that have a contract with the State, if that contract is 40% or more of their yearly income for the past three years; c) are taking part in a public bid during the time of the election (article 25). Private donations, whether they come from individuals or from legal entities, have the same limits – a thousand “development unities” (DU) for each candidate or ten thousand DU for parties (article 9). Anonymous donations are allowed, as long as they remain below the limit of twenty DU and even so, no candidate can have more than 20% of what they receive be anonymous ¹³ (law 19.884/03, articles 17, 18 and 19). Donations between 20 and 600 DU for mayors and city councilors, 800 for representatives or senators and 1500 for presidents will have a “reserved” character.¹⁴ Maximum spending is different according to the position the candidate is running for and will be calculated according to a fixed sum, multiplied by the fractions of DU by the number of citizens allowed to vote (law 19884/03, article 4).¹⁵

up to the party and/or candidate to decide their maximum spending.

13 Donations that are more than 20 DU and less than 100 will have a “reserved” character. These kinds of donations will be put into an account maintained by the electoral service and will then be transferred to the candidates and parties. This way, it will be known whose donation it was, but that information won't reach the party/candidate.

14 Reserved donations are made directly into an account kept by the electoral service and are then transferred to the candidates/parties. There is no identification on to who the donor was passed onto the candidates/parties.

15 E.g: for the lower house, the formula would be: fixed sum of DU + (number of citizens allowed to vote x hundredths of DU). OR 1.500 DU + (200.000 x 0.03 DU).

Direct public financing is done before the elections and its criterion is based on the number of votes received in the last elections, multiplied by the value of one DU (article 14). Public financing for those running for president has been altered by the 2005 law. It is done in a retroactive way and cannot go beyond three hundredths of DU for each vote gained by the candidate in the first round. If there is a second round, this value goes up to one hundredth of a DU. (law 20053/05, article 13).

State grants for media time and the purchase of extra media time are still regulated by the 18700/88 law. Free media time lasts 30 minutes during single elections and 45 minutes when presidential and legislative elections coincide. That time will be divided equally between those running for president and, amongst those running for legislative seats, it will be divided in proportion to the votes each party had in past elections. Additional media time may not be purchased. (law 19884/03, article 31).

Finally, parties are held accountable 30 days after the elections are over and they must present all their income as well as their spending. This information should be made available on the Internet by the Electoral Service.

Table 5 – Chile (most recent law: 2005)

Donations by legal entities	Legal entities with certain types of contracts with the State and those applying for public bids cannot donate.
Direct public financing	Defined according to the office, based on fractions of the DU.
Free media time	Divided equally for those running for president and proportionally to the votes received in lower house elections, for legislative elections
Purchasing of extra media time	Prohibited
Barrier clause	–
Maximum donations	A thousand DU for one candidate, up to 10 thousand DU for parties/group of candidates.
Maximum income/spending	Different for each office, but exists for all of them.
Anonymous donations	Allowed, if lower than 20 DU.
Accountability	30 days after elections are over.

3.5 Colombia.

The 1994 law was altered by two other ones: the 996/05 law, that only changes the rules for presidential elections¹⁶ and law 1475/2012, that brought new rules for the organization and operation of the parties, as well as to the electoral process.

In regards to sources and private financing, the most recent law forbids donations from individuals or legal entities with more than half of their yearly income coming from contracts or grants with the State (law 1475/12, article 27). The maximum donations is 10% of the total amount of allowed spending. The maximum spending will be defined by the National Electoral Council, and they must define it every electoral year. No campaign is allowed to receive more than the maximum spending (law 1475, articles 23 and 24).

As for direct public financing, the National Electoral council is now responsible for defining the amount of the restitution for each valid vote received by candidates and they must define that every election year. In order to access these resources, parties must have over 4% of valid votes (which is a barrier clause) as defined by article 21 of law 1475 and

¹⁶ The presidential elections differ from other for two reasons. Firstly, the limit on private donations for these campaigns is 2% of the total spending, instead of 10% like it is for others. Secondly, public financing might happen before and after the campaigns, with a barrier clause for both cases: 4% of representation on the lower house to access it before the campaign and 4% of votes in the current election to access it afterwards.

article 10 of law 966/05. Free media time is also overlooked by the National Electoral council, and its division is done equally to all parties (article 36). Purchasing extra media time is allowed (law 1475/12, article 54).

Finally, parties will be held accountable at least two months after the elections (law 1475/2012, article 25) and anonymous donations are not allowed (law 1475/12, article 27).

Table 6 – Colombia (most recent law: 2012)

Donations by legal entities	Legal entities with large contracts with the State are not allowed to donate
Direct public financing	Restitution for each valid vote received. The value will be decided by the NEC.
Free media time	Equal for all parties
Media time purchasing	Allowed
Barrier clause	4% of valid votes
Maximum donations	2% of maximum spending for presidential campaigns, 10% of maximum spending for all others.
Maximum income/spending	Must be defined by the NEC every electoral year.
Anonymous donations	Prohibited
Accountability	2 months after the elections

3.6 Ecuador

Recent electoral reforms in Ecuador changed the rules of the Party Law and of the Organic Law of Control of Spending and Electoral Propaganda. The current set of rules comes from two new laws, the first one being 2009's "organic and electoral law, democracy code" and 2012's National Electoral Council resolution.

Firstly, this law forbade any individual or legal entity that had a contract with the State from donating. It also forbade anonymous donations, making them illegal (organic law, articles 217 and 219). It established maximum spending for campaigns as US\$ 0,15 for citizen allowed to vote, with 40% of that being the maximum spending in case of a second round. No private donation can amount to more than 5% of this maximum spending.

The law doesn't mention how direct public financing will happen, establishing only that it will be the National Electoral Council responsibility to "execute, monitor and control public financing of electoral campaigns". Because of that, public financing only started being regulated in 2012, when the NEC published a guideline.

It defined that each candidate would receive 40% of the allowed spending established in 2009. The guideline also allows for hiring publicity on TV stations.

Accountability will be held within 90 days after elections are held. (organic law, article 230).

Table 7 – Ecuador (most recent law: 2012)

Donations by legal entities	Not allowed for legal entities that provide services, do construction work for the State or explore its natural resources.
Direct public financing	40% of the allowed maximum spending
Free media time.	–

Purchasing media time	Not allowed.
Barrier clause	–
Maximum donations	5% of the allowed maximum spending
Maximum income/spending	US\$ 0,15 for each citizen allowed to vote (40% of that total for second rounds)
Anonymous donations	Not allowed
Accountability	90 days after the elections.

3.7 Paraguay

The last reform to Paraguay's electoral financing system dates back to 2012, when law 4743/2012 was passed. Some rules from former law, 834/96, were kept.

With the newest law, public financing was established as 15% of the value of a minimum jornales¹⁷ for each vote received in the last elections. The State established that mass communication stations must have at least 3% of its schedule for free media time, which will be divided equally amongst all parties. There are no impediments to purchasing more of that time (article 302).

As for private financing, both individuals and legal entities are only allowed to donate the equivalent to seven thousand minimum jornales, which would be about 490 million guaranis or 87.500,00 US dollars. Anonymous donations are not allowed, but an exception is made to the donations made through public collections.

Maximum campaign spending was established to 10% of a minimum jornales for each citizen allowed to vote in the district in which the candidate aims to run. All of the spending as well as the income of campaigns must be held accountable at least 40 days after the elections are over.

Table 8– Paraguay (most recent law: 2012)

Donations by legal entities	Allowed
Direct public spending	15% of a minimum jornale for each vote received.
Free media time	Divided equally.
Purchasing of media time	Allowed
Barrier clause	–
Maximum donation	Seven thousand minimum jornales
Maximum income/spending	10% of a minimum jornale for each citizen allowed to vote
Anonymous donations	Not allowed, unless made through public collection
Accountability	40 after the elections

3.8 Peru

The Peruvian system is ruled by the law of Political Parties, number 28094/2003. However, the original text was altered in 2005, 2006, 2007, 2009 and 2015. The current system dedicates a Tax Unit¹⁸ to each vote received by con-

¹⁷ A minimum jornales is about ₡70.200 or US\$ 12,5. conversion was made using the website of the brazilian central bank on the 31st of March, when US\$ 1 was around ₡5.617.

¹⁸ According to Decretos Supremos, a Tax Unit, in 2016, was worth S/. 3.950,00, which amounts to around US\$ 1.200,00.

gress representatives. 40% of this sum is divided equally amongst all the parties with representation in congress, while the other 60% is proportional to the amount of votes each party received during legislative elections (article 29). The State also grants campaigns with free media time. 50% of this time will be divided equally amongst all the parties and the other 50% will be divided according to representation in congress (article 38). Purchasing more media time is allowed (article 39). There are no barrier clauses for accessing public financing.

Private donations from both individuals and legal entities cannot go beyond 60 Tax Units a year, which amounts to about S/. 237.000,00 or US\$ 72.000,00. Parties may receive up to 30 TU anonymously each year and other donations must be identified (article 30). Candidates and parties will be held accountable yearly, 6 month after the end of the year.

Table 9 – Peru (current law: 2003, altered in 2015)

Donations by legal entities	Allowed
Direct public financing	40% of the party fund is divided equally while the other 60% are proportionally divided, according legislative elections.
Free media time	50% will be divided equally, the other 50% according to representation in congress
Purchasing media time	Allowed
Barrier clause	–
Maximum donations	60 tax units a year
Maximum spending/income	–
Anonymous donations	Up to 30 tax units a year
Accountability	Yearly, six months after the end of the fiscal year.

3.9 Uruguay

According to Zovatto and Orozco (2008) up until 2007, Uruguay had no legislation that dealt specifically with electoral financing, and the public financing of parties was determined every electoral year by ad-hoc arrangements. Therefore, law 18485 can be understood as the first step towards developing a legal system that directly controls electoral financing.

Law 18485/09 defines the total amount of public financing as 87 Tax Units¹⁹ (approximately \$ 313) by valid vote for presidential candidatures on the first round and 10 Tax Units (approximately \$36) by valid vote during the second round. For the departmental elections, the same criterion is used, with 13 tax units (approximately \$47) for each valid vote (article 20).

Therefore, public financing is done once the elections are over. 20% of the public financing received by each party should be put towards presidential campaigns, 40% for senate campaigns and the other 40% for campaigns for the lower house (article 22, 23 and 28).

Parties will be held accountable 30 days before the campaigns start, when they'll have to show how much they think they'll receive and how they plan to spend it. They will also be held accountable 90 days after elections, and will have

¹⁹ This value is updated periodically by the National Statistics institute of Uruguay. The values for March and April of 2016 are available in <http://www.inecub.uy/documents/10181/30921/UI+Marzo+-+Abril+2016/5f34315c-af24-454e-bee1-d92efe1ab462>

to provide a report on resources input and output during the campaign, as well as where they were spent (article 33 and 34). Anonymous donations below the 4 thousand tax units are allowed. However, no party shall receive more than 15% of their total income anonymously.

Table 10 – Uruguay (Only law: 2008)

Donations by legal entities	–
Direct public financing	Predetermined number of tax units to each valid vote
Free media time	–
Purchasing media time	Not forbidden
Barrier clauses	–
Maximum donations	300 thousand tax units.
Maximum spending/income	–
Anonymous donations	Allowed
Accountability	30 days before the campaign starts and 90 days after elections.

3.10 Venezuela

Venezuela is, by far, the country with most gaps in the regulation of electoral financing. There are no specific laws about electoral financing and the only text that resembles that is a resolution, published by the National Electoral Council in 2010. The only existing regulations are the prohibition of donations by legal entities which provide public services (article 9) and the prohibition of anonymous donations. It also establishes that parties will be held accountable at least 60 days after the elections.

Apart from that, there are no limitations on private donations or on how parties/candidates spend their resources. There is no public financing either, not even indirectly. It can be said, therefore, that this legislation is empty in terms of granting public financing and also on regulating private donations. Because of that, it can be said that this is a system with exclusively private characteristics.

Table 11 – Venezuela (only resolution: 2010)

Donations by legal entities	Not allowed for entities that provide public services. (Art. 9)
Direct public financing	–
Free media time	–
Purchasing media time	–
Barrier clause	–
Maximum donations	–
Maximum income/spending	–
Anonymous donations	Not allowed (article 9).
Accountability	60 days after elections

4. JOINT LEGISLATION ANALYSIS

In his book *“dinero y política en América Latina”*, published in 2004, Daniel Zovatto discusses about how electoral financing is regulated in the continent, in an attempt to define the main normative models used to deal with the variables that rule the electoral financing systems as well as the difficulties countries face when trying to take those normative models into reality. Zovatto’s study points to the fact that, in regards to the variables discussed here: a) most countries has a mix of public and private electoral financing; b) most countries have direct and indirect public financing mechanisms; c) public financing distribution mostly follows a model where it is done in proportion to the number of votes of each party, followed by a model where part is divided proportionally and the other is divided equally and there is no pattern as to when the State transfers those resources to the parties (it can happen before or after elections); d) most countries have a barrier clause that limits access to public resources; e) most countries have prohibitions to some form of private donation; f) some countries limit how much can be donated privately; g) most countries have free media time; h) most countries have an institution responsible for controlling and holding parties accountable.

The main question here is: how current is the Zovatto’s 2004 diagnostic? This question is relevant because, since 2004, all countries (with the exception of Bolivia) have altered their electoral financing systems somehow. The table below illustrates the existence, or lack thereof, of rules about for each of the variables used in this research:

Table 12 – Rules of each country for each of the variables analysed

Countries	Variables							
	Direct public financing	Free media time	Prohibition on media time purchasing	Prohibits donations by legal entities	Has a limit on donations	Has a limit on spending	Prohibits anonymous donations	Accountability
Argentina	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓*
Bolivia	✓	✓	X	X	✓	X	✓*	✓
Brazil	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
Colombia	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓
Chile	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓
Ecuador	✓	X	X	X	✓	✓	✓	✓
Paraguay	✓	✓	X	X	✓	✓	✓*	✓
Peru	✓	✓	X	X	✓	X	X	✓
Uruguay	✓	X	X	X	✓	X	✓	✓*
Venezuela	X	X	X	X	X	X	✓	✓

* Allow anonymous donations when made through public collections.

* Demand accountability before and after the elections.

The way electoral financing is regulated is, in fact, mostly mixed, with 9 out of 10 countries allowing private donations, with Venezuela as the only out-lier. However, there’s a caveat to be made about this: Zovatto points that it should be taken into consideration how much weight each side – public and private – has in the campaigns (even though he doesn’t do it). In regards to this, the unanimity of the mixed system has been put into questions, seeing as some countries – Argentina, Brazil and Chile – not longer allow legal entities to make donations, meaning that the participation of public funding will be disproportionally larger than its private counterpart. On top of that, we have Venezuela, which allows only private electoral financing. It is also important to point to Colombia’s, Ecuador’s and Venezuela’s decision to ban donations from entities that have some sort of connection to the State, such as contracts, exploration of natural resources, etc.

The existence of public financing – direct and indirect – remains unanimous, with the exception of Venezuela, the only country that refuses to allow public financing to parties. Out of the 9 countries that allow public financing, six do so strictly proportionally to received votes, two use a mix of proportional and equal methods and only Ecuador grants it completely equally to all parties.

As for when the transfer of public resources is done, although Zovatto says that there is no pattern to it, the new changes in south-american regulations seems to point in the direction of that transfer being made before the campaigns start. This happens because most countries have some sort of proportional mechanism of party fund division, meaning that the results of the election that happened immediately before can be used to guide said division. Uruguay is an out-lier, with the moment of transfer happening after the elections. Bolivia, on the other hand, transfers half the resources before elections, according to the result of past elections, and half of it after the current elections, according to current performance.

Public grant of free media time is also allowed in most south-american countries, with the only exceptions being Ecuador, Uruguay and Venezuela. As for how that free time is shared, however, there is no pattern. Amongst the 7 countries that grant free media time, three divide it equally to all parties. The other four use a mix between the equal and the proportional method – Argentina does it 50% equally, 50% proportionally; Brazil does it 5% equally, 95% proportionally; Chile offer equal times for presidential candidatures and a proportional division for legislative candidatures. Brazil sticks out as the only country that grants more importance to the proportional division of free media time than to the equal division of it. Barrier clauses to access any form of public financing are only available in Bolivia and Colombia. As Zovatto says, pushing it to the limit, the need for parties to launch candidatures and to be accountable for their actions can be understood as barrier clauses – specially when it comes to the accountability of their campaigns and day to day spendings. This type of “barrier” can indeed be found in most countries but it is not a quantitative barrier, but rather a procedural one.

As for the purchasing of media time on TV stations, it follows a interesting and perfect pattern in the region: it is prohibited only in all the countries that don’t allow donations from legal entities – meaning: Argentina, Brazil and Chile. All the other countries allow donations from legal entities as well as purchasing of media time.

Private donations are – with the exception of Venezuela – subjected to a limit in all countries. The rules tend to sway between a previously decided amount or on percentages based on the income limit for parties. Brazil, once again, stands out imposing as a limit to the donations not a percentage of the maximum spending or income limits of the parties, but rather a percentage of the donor’s annual income, which means that people of different economic strata have different limits on how much they can donate.

In terms of the limits on spending, another pattern emerges: it coincides with the existence of limits on donations. Maximum spending is defined, in all 5 countries that do it (Argentina, Chile, Colombia, Ecuador and Paraguay), by a predetermined value assigned to each citizen allowed to vote for the office in question – this value is usually assigned as an electoral module.

The regulations on transparency seem to be the set of rules that present the most uniformity in the region. Amongst the 10 countries, only Chile, Uruguay and Peru allow anonymous donations, with Uruguay being the only one that doesn’t impose a limit on how these donations can be made. It is important to point out that Bolivia and Paraguay allow anonymous donations but only through public collection. However, the impact these donations have in the campaigns is probably irrelevant.

Finally, the need for accountability before the electoral justice is the only criterion common to all countries. Even then, three countries deserve a mention. Firstly, Bolivia stands out negatively for not demanding an specific accountability process for electoral campaigns, which means that all electoral accounts are delivered mixed in with the usual, yearly accounts of parties. Secondly and positively, we have Argentina and Uruguay, that demand an accountability process before and after the elections. Demanding accountability measures before elections is positive because it allows citizens one more piece of information to take into consideration when deciding on who to vote. Because of that, it is clear that we should no longer ask whether or not accountability is demanded but rather “how many times do parties need to be held accountable during the electoral race?” or “which mechanisms of data transparency and accountability are being used?”, seeing as these are the informations that will make countries stand apart from each other.

Therefore, out of the eight categories analysed in this paper, the “limit on spending” was divided (with 5 countries using it, and 5 not using). The two categories on media time are regulated in similar ways in all six countries that adopt them. The last five categories presented similarities between at least five countries.

Doing a historical analysis of how these policies changed over time would provide an enormous analytical gain. It would allow us to understand not only the direction in which countries are going with their regulations, but also the deepening of democratic institutions happening through these reforms. In other words, we can see not only what has been changing but what each country considers important: limiting the influence of private capital, strengthening parties, deepening transparency measures, etc. This task has already been undertaken by Borel (2015) for the Chilean and Argentinean legislations, where the author analyses how the electoral financing laws have changed in these two countries since their re-democratization, seeking to find the path traced by these legislations in terms of democratization of electoral legislation based on four core values: data transparency, equality amongst voters, party independence and competition amongst candidates. However, historical analyses demand more time and pages than a paper such as this allows for. This historical analysis should be done in a case by case manner, with Borel’s (2017) Argentinian case study as an guiding light.

It is obvious that observing a series of characteristics that allow us to talk about a “electoral financing model traditionally south-American” incurs in a series of arbitrary decisions – specially because of the arbitrary terms used to define a certain type of legislation as a “pattern”. Here, we opted to do it by dividing each legislation in different categories which were common to six or seven countries. It is even more difficult to identify a clear pattern in the region because of the cases of Venezuela and Uruguay, that have huge gaps in their legislations, specially in regards to controlling the influence of private capital in their electoral processes.

However, the comparison between the legislations of 10 countries, as seen on table 12, shows that there are more similarities than dissimilarities on the electoral financing systems of the region. The only analysed variable that didn’t reach a level of 70% congruency between countries was the existence (or lack thereof) of a limit to campaign spending. It is possible to identify a slight tendency in countries that don’t establish a limit to the spending of being against donations by legal entities (the opposite isn’t true, however). The only exception to that rule is, once again, Brazil, where the veto to legal entities donations came not through “ordinary” legislation but rather because of a Supreme Court ruling.

Afterall, is there a model of electoral campaign financing that can be described as being typically south-American? The study of several legislations, followed by an aggregative analysis of their contents points to the conclusion that yes, it is possible to notice at least a pattern in the way legislations are written and how mechanisms are used across the ten south-American countries. This conclusion is made even stronger if one decides to consider Venezuela’s case as

an out-lier and exclude it from this comparison – even if it’s not needed nor recommended to do so, considering how this analysis has a low number of cases. The “south-american model” could be described as a system that accepts both public and private resources as part of its electoral financing, as well as allowing legal entities to donate. The State takes part in the direct financing of campaigns, usually before elections, basing the way it distributed its resources on the result of past elections, at the same time that it grants media time to all parties. Private financing would be submitted to a limit – which doesn’t mean the same would happen for campaign spending²⁰ - and the money parties received could be used to buy more media time on TV.

Finally, parties would have to be held accountable about all income and outcome of resources during the campaign, clearly identifying its sources and, thus, making it forbidden for anonymous donations to be made.

20 The only category analysed that had a clear divide was the limit on campaign spending, which was used by 5 countries and not used by the other 5.

BIBLIOGRAPHY

- ARAÚJO**, Sergei Medeiros (2012). O financiamento público nas eleições brasileiras. In: RAMOS, André de Carvalho (Coord.). Temas de Direito Eleitoral no século XXI. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2012. p. 315-354.
- ARGENTINA**. Ley de Financiamiento de Partidos Políticos, nº 26.215. Buenos Aires, 20 de Dezembro de 2006.
- ARGENTINA**. Ley de democratización de la representación política, la transparencia, y la equidade electoral, nº 26.571. Buenos Aires, 02 de Dezembro de 2009.
- AYRES**, Ian. “Should Campaign Donors Be Identified?,” Yale Law School John M. Olin Center for Studies in Law, Economics, and Public Policy Working Paper Series, 2001.
- BOLÍVIA**, Ley nº 1983 Ley de Partidos Políticos, de 25 de Junho de 1999.
- BOLÍVIA**, Ley nº 1984 Código Electoral, de 04 de Dezembro de 2001.
- BOREL**, Marcelo. Reforma política e financiamento de campanhas eleitorais: os casos de Argentina e Chile. Campinas, SP: [s.n.], 2015. Dissertação de mestrado – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas
- BOREL**, Marcelo. Reformas no financiamento de campanhas eleitorais na Argentina, e aprofundamento democrático. PostData, Vol. 22, n. 1. Abril de 2017. Disponível online em:
- <http://www.revistapostdata.com.ar/2017/05/reformas-no-financiamiento-de-campanhas-eleitorais-na-argentina-e-aprofundamento-democratico-reforms-in-electoral-campaign-financing-in-argentina-and-deepening-democracy-marcelo-borel/>
- BRASIL**, Lei dos Partidos Políticos – Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995.
- BRASIL**, Lei das Eleições – Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.
- CHILE**, Lei nº 18.700 – Aprova a Lei Orgânica Constitucional sobre Votações Populares e Escrutínios. Santiago, 19 de Abril de 1988.
- CHILE**, Lei número 19.963 – Modifica a Lei número 18.884, Sobre Transparência, Limite e Controle do Gasto Eleitoral, estabelecendo sanções e os procedimentos para suas aplicações. Promulgada em 18/08/2004 e publicada no Diário Oficial em 26/08/2004.
- CHILE**, Lei número 20.053 – Modifica a Lei número 18.884, Sobre Transparência, Limite e Controle do Gasto Eleitoral. Promulgada em 05/07/2005 e publicada no Diário Oficial em 06/07/2005.
- BOURDOUKAN**, Adla Y., *O Bolso e a Urna: Financiamento Político em Perspectiva Comparada*. Tese de doutorado, USP, 2009.

- CALLE**, Humberto de la (2008). “Reforma electoral en Colombia”. In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada*. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008
- CASAS**, Kevin; **ZOVATTO**, Daniel (2011). Para llegar a tiempo: apuntes sobre la regulación del financiamiento político en América Latina. *Revista Derecho Electoral*. San Jose, Costa Rica.
- EQUADOR**, Ley orgánica electoral, código de la democracia. Publicada en Registro Oficial Suplemento 578 de 27 de Abril de 2009.
- EQUADOR**, Resolução nº PLE – CNE – 1-13-8-2012. Suplemento RO. 801 de 02 de Outubro de 2012.
- FERREIRA**, Délia Rubio. “Financiamiento de los partidos políticos en Argentina: Modelo 2012”, In: *Revista ELECCIONES*, Vol. 11, nº 12, Jan./Dez. 2012.
- FERREIRA**, Lara M., “Cifras e votos: uma relação democrática?: Análise das propostas de reforma do sistema de financiamento de campanhas eleitorais no Brasil à luz da teoria da democracia deliberativa-participativa”. Dissertação de mestrado, UFMG, 2012.
- FUENTES**, Claudio (2011). “Financiación de partidos políticos en Chile”. In: **GUTIERREZ**, Pablo y **ZOVATTO**, Daniel (org.) “Financiamiento de los partidos políticos en América Latina”. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral, Organización de Estados Americanos, Universidad Nacional Autónoma de México. México, 2011.
- GRINER**, Steven; **ZOVATTO**, Daniel (2004). De Las Normas A Las Buenas Prácticas - El desafío del financiamiento político en América Latina. San José de Costa Rica: Organización de Estados Americanos.
- GUTIÉRREZ**, Pablo; **ZOVATTO**, Daniel (org). Financiamiento de los partidos políticos en América Latina. Universidad Nacional Autónoma de México, 2011.
- PACHANO**, Simón (2008). “Reforma electoral en Ecuador”. In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada*. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008
- PARAGUAY**, Ley Nº 834/96. Código Electoral Paraguayo. Asunción, 17 de Abril de 1996.
- PARAGUAY**, Ley Nº 4.743/2012. Que regula el financiamiento político. Asunción, 22 de Octubre de 2012.
- PERU**, Ley Nº 30326: Ley que modifica el artículo 23º de la Ley Nº 28094, Ley de Partidos Políticos, estableciendo requisitos adicionales en la declaración de hoja de vida de candidatos a cargo de elección popular. Publicada en diario Oficial El Peruano em 29 de Maio de 2015.
- REIS**, Bruno P. W.; **FERREIRA**, Lara M.; **FIALHO**, Fabrício M.; **BOREL**, Marcelo B. M.; **FREITAS**, Fernando V.; **MORAVIA**, Matheus S. (2011). Reforma Política e Financiamento de Campanhas: anotações para uma taxonomia do financiamento eleitoral. In: XXXV Encontro Anual da Anpocs, 2011, Caxambu, MG. Anais do 35º Encontro Anual da Anpocs, de 24 a 28 de outubro de 2011, em Caxambu/MG.

SILVERO SALGUEIRO, Jorge (2008). "Reforma electoral en Paraguay". In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada*. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008.

SOLDEVILLA, Fernando Tuesta (2011). "El financiamiento de los partidos políticos en Perú", In: **GUTIÉRREZ, Pablo; ZOVATTO, Daniel (org.)**. *Financiamiento de los partidos políticos en América Latina*. Universidad Nacional Autónoma de México. pp. 445-482.

SPECK, Bruno Wilhelm. A integridade do financiamento de partidos e campanhas eleitorais. Levantamento sobre problemas enfrentados e sistemas regulatórios. Relatório TILAC, Transparency International, Berlin, 2003

_____. Sobre a oportunidade, a modalidade e a viabilidade da reforma política in: Revista Justilex, Instituto Internacional de Altos Estudos Jurídicos, Brasília, Ano 3, no. 29, maio 2004, p. 32-34

_____. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil, In: Cadernos Adenauer, Ano 6, no. 2, 2005, p. 123-159

_____. Financiamento de Campanhas Eleitorais. In: **Reforma Política no Brasil**. Leonardo Avritzer, Fátima Anastásia (org.). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p. 153-158.

_____. Três ideias para oxigenar o debate sobre dinheiro e política no

Brasil. Em Debate (Belo Horizonte), v. 2, p. 6-13, 2010.

SPECK, B. W.; **MANCUSO**, W. P.. O financiamento político nas eleições brasileiras: Um panorama geral. Texto apresentado no GT "Financiamento político no Brasil: o impacto do dinheiro sobre partidos, eleições, candidatos e representantes" do 35º Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu, Outubro de 2011.

TRANSPARENCY INTERNATIONAL. "Control Ciudadano del Financiamiento Político. Una guía práctica sobre experiencias y desafíos.", Berlín, 2007.

TUESTA SOLDEVILLA, Fernando (2008). "Reforma electoral en Perú". In: *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada*. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008

URUGUAY, Ley N° 18.485. Partidos políticos. Se dictan normas que regulan su funcionamiento. Montevideo, 11 de mayo de 2009.

VENEZUELA, Resolución n° 100304-0043 Caracas, 04 de marzo de 2010 199° y 151°, del Consejo Nacional Electoral.

ZOVATTO, Daniel. *Dinero y política en América Latina*. San Jose, Costa Rica: FLASCO, 2004.

ZOVATTO, Daniel. Financiamento de partidos e campanhas eleitorais na América Latina: uma análise comparada in Opinião Pública, N° 2 Vol. XI. Campinas: CESOP, 2005, p. 287-336.

ZOVATTO, Daniel; OROZCO HENRÍQUEZ, Jesús (2008). *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007: Lectura regional comparada*. Ciudad Universitaria, D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México.