

IX jornadas de Investigación  
de la Facultad de **Ciencias Sociales**

**Los Dilemas del Estado**

**Reformas | Largo plazo | Intervención**

**13 al 15 setiembre de 2010**

Composición del  
financiamiento de las  
fórmulas presidenciales  
para las elecciones  
nacionales de octubre  
de 2009

Fabiana Olivera  
Fabián Giaccossa



# **COMPOSICION DEL FINANCIAMIENTO DE LAS FORMULAS PRESIDENCIALES PARA LAS ELECCIONES NACIONALES DE OCTUBRE DE 2009\***

**Fabiana Olivera, Estudiante de la Licenciatura en Ciencia Política, FCS, UdelaR,**  
[fabianaolivera@gmail.com](mailto:fabianaolivera@gmail.com)

**Fabián Giaccossa, Estudiante de la Licenciatura en Ciencia Política, FCS, UdelaR,**  
[fgiaccossa@gmail.com](mailto:fgiaccossa@gmail.com)

## **RESUMEN**

El presente trabajo tiene por objetivo describir la composición del financiamiento que recibieron las formulas presidenciales para la campaña de cara a las elecciones nacionales de octubre de 2009. Para ello se realiza una breve descripción de las diferentes formas de financiamiento electoral, de las formas de financiamiento que se utilizaron en nuestro país hasta las elecciones de 2009 y de los cambios que introdujo la Ley 18.485 (norma que regula el financiamiento de los partidos políticos en nuestro país). A partir del análisis de las rendiciones de cuentas de los partidos se confirma la importancia del financiamiento público electoral en Uruguay y se perciben dificultades para el control asociadas a la estandarización de la información y su forma de divulgación.

## **PALABRAS CLAVE**

Financiamiento – Partidos – Elecciones

---

\* Trabajo presentado en las IX Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales, UdelaR, Montevideo, 13-15 de setiembre de 2010

## **Importancia del Financiamiento de los Partidos Políticos.**

El financiamiento de los partidos políticos es importante porque es lo que permite que estos funcionen. En la medida que esto ocurre, se ve beneficiado el sistema democrático representativo, haciendo que exista más transparencia, garantizando una competencia electoral equitativa y justa. La relación entre dinero y funcionamiento de los partidos políticos es directa debido a que los partidos tienen elevados costos operativos que son inevitables y deben ser solventados. *“La toma de decisiones colectivas insume costos de funcionamiento inevitables. El gasto derivado de las tareas de gobierno –tanto de los órganos ejecutivos como de los legislativos – y el de la organización de su propia elección, son claros ejemplos de ese tipo de costos. Aunque no tan reconocido o explícito como los anteriores, el costo de la comunicación política- aquella que permite a los ciudadanos elegir entre partidos y candidatos, y mantenerse al mismo tiempo informada- es también parte importante del costo de la democracia” (Chasquetti, Piñeiro 2004:153)*

Los sistemas políticos son mas transparentes en la medida en que la relación entre los partidos y sus fuentes de financiamiento se hace explícita. *“El financiamiento de la política es un tema donde no hay soluciones de validez universal. Por el contrario, las circunstancias políticas, sociales y culturales de cada país, encada momento histórico, determinan los caminos a seguir. Es previsible que... asistamos a una continua modificación y adaptación de las leyes que regulan la relación dinero/política. Los objetivos de esas regulaciones son compartidos en general y apuntan a favorecer la equidad en la competencia electoral, frenar la carrera de costos en las campañas, transparentar el origen y destino de los fondos que manejan los partidos los candidatos, y crear instancias eficientes de control y sanción.” (Ferreira Rubio 2004:287-288)*

## Instrumentos de regulación del financiamiento de los Partidos Políticos

Existen diversas formas de financiamiento de los partidos políticos y mecanismos para su control.

Por una parte existe el financiamiento público, que consiste en aportes del Estado para que los partidos puedan desarrollar sus funciones. Generalmente consisten en pagos en dinero por la cantidad de votos obtenidos, aunque también pueden ser pagos de otro tipo como espacios en los medios de comunicación, exoneraciones tributarias a los Partidos Políticos, subsidios específicos en épocas electorales o aportes permanentes para su funcionamiento.

Por otro lado encontramos el financiamiento privado, que puede consistir de donaciones en efectivo, cuotas de afiliados o donaciones en especies, tales como préstamo de locales, prestación de servicios gratuitos, donación de materiales, otorgamiento de publicidad gratuita, etc.

Las normas que regulan el financiamiento de los partidos políticos son relevantes porque estas van a influir directamente en la competencia electoral.

Kevin Casas realiza un importante trabajo sobre el financiamiento partidario clasificando los instrumentos de regulación según su función y objetivo, que se pueden ver resumidos en el siguiente cuadro:

Normas Regulatorias	Del ingreso	Público	Directo
			Indirecto
		Privado	Cuotas de afiliados
			Donaciones y contribuciones
	Del gasto	Límites a los montos	
		Límites a los rubros (orígenes de las donaciones, tiempo campañas)	
	De la Transparencia	Auditoría sobre el ingreso	
		Auditoría sobre el gasto	

Fuente: Chasquetti, Piñeiro, 2004

Aquellas normas que refieren al ingreso por financiamiento público regulan las competencias del Estado en cuanto que es éste quien brinda los aportes al partido político, ya sea dinero o especies. Este tipo de financiamiento tiene como principal objetivo el de favorecer la equidad en la competencia electoral y contribuir al sostenimiento de los partidos, considerados instituciones fundamentales de la democracia. Es una forma de evitar que sea sólo el poder económico de un candidato o grupo, el que determine las posibilidades de un partido o candidato particular, en la competencia electoral y en su resultado final.

Es importante observar la distribución de los fondos en el financiamiento público, porque pueden estar destinados al candidato o a las fracciones, y esto va a influir en la distribución de poder dentro del partido.

En cuanto a los aportes indirectos que puede otorgar el financiamiento público a los partidos políticos, hay uno fundamental que es la propaganda electoral gratuita en los medios de comunicación. La importancia de esta forma de aporte está dada por la posibilidad que genera el acceso a estos medios masivos de comunicación para difundir el mensaje político a la mayor parte de la población y, además, por el valor económico, ya que el costo de la publicidad, especialmente la televisiva, es uno de los más altos en una campaña.

El otro tipo de financiamiento que pueden recibir los partidos políticos es de origen privado, ya sea en la forma de cuotas de afiliados, donaciones o contribuciones de particulares o empresas. Es en estas últimas (donaciones y contribuciones) en donde se suelen generar los mayores problemas a la hora de la regulación, sobre todo para fijar los topes en los montos de las donaciones que los partidos pueden recibir y establecer su origen. Debe ser posible distinguir claramente cuales son los vínculos y hasta donde puede llegar la influencia de las personas, empresas o instituciones donantes sobre el partido. Así por ejemplo algunas legislaciones prohíben las donaciones de sindicatos y de empresas contratistas o concesionarios del Estado.

Existe otro tipo de normativa, que se centra en controlar los egresos. El objetivo de esta forma de regular es hacer menos dependientes a los partidos del dinero y para eso se fijan montos máximos totales de gasto. Este tipo de normativa es de difícil control porque los partidos pueden intentar buscar otras salidas para sus gastos, o no declararlos.

Otra forma del control de los egresos es limitar solamente ciertos rubros, como por ejemplo los gastos en publicidad de medios masivos. Se puede por ejemplo, limitar el gasto en dinero, los minutos en los medios masivos o la duración temporal de la campaña.

En la búsqueda de la transparencia en el financiamiento, algunos países fijan sanciones a quienes incumplen las normas de financiamiento, o se establecen instituciones de control tanto de los ingresos como de los gastos, públicos y privados. Apuntando a aumentar la información del elector, se generan mecanismos para que la misma sea accesible antes y después de la elección.

*“La transparencia sobre el financiamiento de la política es una cuestión clave para el mejoramiento de la calidad democrática y de la efectiva e informada participación de la ciudadanía. El objetivo de la regulación debería ser, en este campo, la ampliación de la información del elector y la facilitación de instrumentos para valorar la acción del gobierno”.*(Ferreira Rubio 2004:277 ).

*“El establecimiento de un sistema de control y auditoría eficiente es indispensable para que los límites y las restricciones sean realidad. Si la violación de las reglas sobre financiamiento no trae aparejada sanción alguna –bien porque no existen las sanciones, bien porque el organismo encargado de aplicarlas no lo hace- desaparece uno de los incentivos más importantes para el cumplimiento de las reglas”* (Ferreira Rubio 2004:278).

## **Regulación del financiamiento de los partidos políticos en el Uruguay**

El financiamiento público de los partidos políticos ha estado presente desde el inicio del siglo XX en el Uruguay, fortaleciendo desde el Estado el sistema democrático a través de los subsidios electorales.

*“En Uruguay, uno de los sistemas normativos más liberales del mundo para la recaudación de fondos políticos ha coexistido con una activa participación estatal, de larga data, en la provisión de recursos para las actividades electorales de los partidos. Como en tantas otras reformas en el país, fue José Batlle y Ordóñez quien por primera vez propuso la adopción de subsidios electorales en 1924. ... En vez de establecer un subsidio partidario genérico, los legisladores uruguayos optaron por introducir un esquema*

*limitado de reembolso electoral, en el que la corte Electoral (CE) pagaría a los partidos los gastos de impresión de sus listas.”(Casas, Kevin 2003:118-119)*

*“Los partidos (lemas) y fracciones (sublemas) han sido objeto de regulación jurídica en Uruguay desde fines del primer cuarto del siglo XX. La ley N° 7812 de febrero de 1925 abre una larga lista de normas – aprobadas a lo largo del siglo – que regulan las elecciones y la actividad electoral de los partidos. Sin embargo, ninguna de ellas refiere a controles específicos sobre la financiación de partidos y fracciones. En consecuencia, los agentes electorales han gozado de la más amplia libertad en cuanto a la definición y resolución de su forma de financiación” (Chasqueti, Piñeiro 2004:164).*

*“Desde la elección de 1954, el Parlamento uruguayo ha votado, antes de cada acto electoral, leyes que subsidian los gastos de campaña de partidos y candidatos. Estas leyes han estado siempre referidas a una única elección contaron, en general con características similares: a) subsidios de tipo electoral; b) dirigidos a los partidos y candidatos; c) sin exigencias de un mínimo de votos (barrera electoral); d) el monto total a percibir se calcula con arreglo al número de votos obtenidos; y e) los criterios para el cálculo del monto son especificados detalladamente en cada ley.”(Chasqueti, Piñeiro 2004:165)*

*“Estas leyes no imponen porcentajes mínimos de votos, o cualquier otro tipo de barrera, para tener acceso a las compensaciones. Si bien esto coloca en pie de igualdad a todos los partidos y fracciones, sin importar su tamaño, no todos pueden acceder a los adelantos de estos subsidios. En la medida en que las compensaciones se entregan pasada la elección, las leyes prevén adelantos monetarios basados en la expectativa de votación de cada partido y fracción y en función de la votación pasada. De esta forma, los nuevos partidos o fracciones encuentran trabas para disponer de fondos efectivos, lo cual genera una desigualdad manifiesta.”(Chasqueti, Piñeiro 2004:166)*

Hasta el año 2009 el Uruguay presenta una escasa regulación de las formas de financiamiento de los partidos políticos.

Partiendo de la clasificación que hace Kevin Casas en su estudio, Chasqueti y Piñeiro elaboraron el siguiente cuadro que refleja el sistema de financiamiento partidario en Uruguay, antes de la entrada en vigencia de la ley N° 18.485 de mayo de 2009.

<b>Regulación del Ingreso</b>	Público	Directo	Subsidio post electorales. Receptores: Candidatos presidenciales (20%), Listas diputados(40%), Senadores(40%).
		Indirecto	Apoyo institucional a bancadas parlamentarias Espacios publicitarios en TV Oficial
	Privado	Cuotas afiliados	No hay control
		Donaciones	No hay control
<b>Regulación del Gasto</b>	Límites a los montos de gasto		No hay control
	Límites a los rubros de gasto		Límite a la duración de las campañas (40,50 y 20 días)
<b>Regulación de la Transparencia</b>	Fiscalización del ingreso		No existe
	Fiscalización del gasto		No existe

En este cuadro se puede apreciar que el control se ha realizado especialmente en lo que tiene que ver con los ingresos, y dentro de los mismos, específicamente en lo público, porque tradicionalmente lo privado no se ha regulado. En cuanto al gasto no ha existido control en relación a los montos y el destino de los mismos. Sí se han fijado límites a la duración de las campañas en las últimas elecciones como una forma de limitar el gasto.

No hay garantías en cuanto a la transparencia pues no se realizan auditorias de ingreso y egreso de los fondos en los partidos políticos. Esta información tampoco es de dominio público, por lo que es imposible su fiscalización por fuera del partido. No se solicitan declaraciones de los partidos políticos o de los candidatos que sean públicas, como sucede en otros países de América Latina, donde incluso están previstas sanciones en caso de incumplimiento.

Las modificaciones del ciclo electoral introducidos por la reforma constitucional de 1996 implican un costo de campaña mucho más alto para los partidos políticos. El balotaje y las elecciones departamentales separadas de las nacionales demandan inversiones mucho mayores en publicidad y acciones de campaña.

El estudio realizado por Kevin Casas ha concluido al respecto que no ha aumentado el gasto, sino que el mismo se racionaliza redistribuyéndolo en los diferentes momentos del ciclo electoral.

En Uruguay se da un primer paso en la regulación del financiamiento de los partidos políticos a partir de la aprobación de la ley nº 17.045 de diciembre de 1998 que dicta



normas en relación a la publicidad electoral. Se regula el período en que puede mostrarse publicidad previa a cada elección y los minutos gratis en medios masivos que se otorgarán a los partidos políticos.

En el artículo 1° plantea que podrá emitirse propaganda política durante 40 días para las elecciones internas, 50 días para las elecciones nacionales, 20 días en caso de realizarse una segunda vuelta y 40 días para las elecciones municipales.

Esta Ley influye en el monto del gasto de los partidos políticos, regulando uno de los rubros más caros en el período electoral.

Queda definido que la Corte Electoral actuará como organismo encargado del control de la aplicación de esta Ley, pero no se plantean sanciones al incumplimiento.

Esta Ley ha sido respetada por los partidos políticos a pesar de la ausencia de sanciones legales, debido a que existe una cierta forma de sanción social al incumplimiento.

El artículo 3° plantea *“El canal 5 y el Sistema Nacional de Televisión (SODRE), los canales que retransmiten su señal y las radioemisoras pertenecientes al Sistema Oficial de Difusión, Radiotelevisión y Espectáculos (SODRE) otorgarán, en forma gratuita a cada candidato presidencial de los partidos políticos con representación parlamentaria, un espacio en horario central de cinco minutos al inicio de la campaña electoral de la elección nacional y quince minutos al final de la misma, para hacer llegar su mensaje a la población.*

*El mensaje será emitido, para todos los candidatos, a la misma hora, en días hábiles, utilizando para el mensaje inicial los primeros días hábiles habilitados para la publicidad electoral y para el mensaje final, los días permitidos para la actividad política más cercanos a la elección.*

*En ambos casos los espacios se asignarán por sorteo entre los candidatos.”* (ley n° 17.045)

En el artículo 4° se plantea que *“Todos los candidatos presidenciales de los partidos políticos con representación parlamentaria, así como aquellos partidos que en las elecciones internas hayan alcanzado un porcentaje igual a 3% (tres por ciento) de los habilitados para votar, dispondrán para la elección nacional de octubre de dos minutos diarios de publicidad en horario central, en los medios indicados en el artículo anterior, durante el tiempo habilitado para la publicidad política establecido en el artículo 1° de la presente ley.*

*Artículo 5° En caso de producirse una segunda vuelta electoral los medios indicados en al presente ley deberán otorgar un espacio de quince minutos a cada una de las candidaturas que participen en ella, con iguales condiciones a las establecidas para las elecciones nacionales del mes de octubre, a fin de brindar a la población su mensaje.*

*Este espacio también podrá ser utilizado por el candidato presidencial para que otros lemas, partidos o sectores expresen sus apoyos en la segunda vuelta electoral.”. (Ley n° 17.045)*

Se aprecia que con esta ley se busca generar un acceso a los medios de comunicación para los partidos políticos, y con esto dar la posibilidad de una mayor información para la ciudadanía. Pero no debemos perder de vista que no se llega a un acceso totalmente igualitario porque el resto de la publicidad es privada y lograr una mayor permanencia en el aire depende del dinero o los contactos que se tengan con los medios de información. Dada la falta de regulación, estos pueden fijar diferentes precios para la publicidad según el partido político, como señala la investigación de Casas en relación a Uruguay.

### **Nueva Ley de Funcionamiento de los Partidos Políticos**

Si bien la ley n° 18.485 sobre los partidos políticos regula su funcionamiento en aspectos como su constitución, nombre, etc., su aprobación en 2009, marca un avance significativo con relación a la Ley aprobada en 1998 en lo que refiere al financiamiento de los partidos políticos.

En el artículo 2 de dicha ley se plantea que “...*el Estado contribuirá a solventar los gastos de los partidos políticos en su funcionamiento; los que pudieren demandarles la participación en elecciones nacionales y departamentales (numeral 9° del artículo 77 de la Constitución de la República); en las elecciones internas (numeral 12 del artículo 77 de la Constitución de la República); y, cuando correspondiere, también contribuirá a cubrir los gastos en que pudieren incurrir los candidatos participantes en una segunda elección (inciso primero del artículo 151 de la Constitución de la República).*”

La ley define a los partidos políticos como “...asociaciones de personas sin fines de lucro, que se organizan a los efectos del ejercicio colectivo de la actividad política en todas sus manifestaciones (artículo 39 de la Constitución de la República)”.

De esta reforma se retoma la idea del Estado como responsable último del sostenimiento del sistema democrático y por lo tanto la validez del financiamiento público y especialmente de los subsidios para las elecciones. En tal sentido, los partidos políticos también reciben financiamiento indirecto a través de exoneraciones tributarias tal como plantea el Art. 3° “*Los bienes adquiridos con fondos partidarios, del sector interno o a título gratuito, (...) estarán exonerados de todo tributo nacional siempre que se encontraren afectados, en forma exclusiva, a las actividades específicas del partido político o del sector interno. La adquisición, gravamen, enajenación o ejercicio del derecho de propiedad de todo inmueble de los partidos políticos o sus sectores internos, estarán exentos de todo tributo nacional.*”

Artículo 6°.- *Los sectores internos, agrupaciones políticas o listas de carácter nacional o departamental podrán abrir cuentas bancarias en cualquier institución del sistema financiero nacional, para el cumplimiento de sus fines, estando exonerados de todo tributo a esos efectos”.*

Esta ley presenta una novedad con la incorporación de responsables de la campaña de cada partido. Entre las obligaciones que van a tener el artículo 17 dice: “***El comité de campaña deberá llevar registros contables específicos de la campaña electoral, en los que se registren todas las contribuciones recibidas -cualquiera sea su origen o naturaleza, pública o privada- y los gastos efectuados, con la documentación respectiva que respalde la información registrada.***”

***Toda cesión de derechos sobre las contribuciones del Estado deberá quedar registrada en la contabilidad de la campaña.***

***El comité de campaña estará obligado a informar sobre todas las donaciones y contribuciones que se perciban, con indicación de su origen, que remitirá a la Corte Electoral 30 (treinta) días antes de cada elección”.***

Al establecer un responsable de campaña la Ley da una cara visible y un responsable legal del manejo del financiamiento. A su vez el registro de contribuciones y donaciones generan elementos para el control y la transparencia de ese financiamiento. Especialmente tomando

en cuenta que de esta forma se fiscaliza tanto el ingreso como el egreso de los partidos políticos.

En el artículo 20 y siguientes se re plantea la forma de financiamiento público, que si bien en el Uruguay ya estaba presente, este se regulaba elaborando leyes específicas para cada elección. Ahora se regula un único sistema de financiamiento público que se aplicará para todas las elecciones a partir de la entrada en vigencia de la Ley. La contribución pública directa será a través del pago por voto obtenido y se fija el valor de cada voto según la etapa del ciclo electoral. Esa contribución pública se dará en los diferentes momentos del ciclo (internas, primera y segunda vuelta y departamentales), a diferencia de lo que sucedía hasta el proceso electoral 2004/2005 donde los partidos políticos veían la forma de administrar el dinero de los subsidios del Estado, cuidando de redistribuirlo en los diferentes etapas del ciclo electoral.

**Artículo 20: Valor de cada voto válido obtenido por candidatura**

<b>Etapa del ciclo electoral</b>	<b>Cargo</b>	<b>Valor del voto en U.I.</b>
Elección Nacional Octubre	Presidente de la República	87
Balotaje	Presidente de la República	10
Departamentales	Candidato a Intendente	13
Internas	Precandidato	13

**Fuente: Elaboración Propia**

Los artículos siguientes regulan la forma y los porcentajes en la que serán distribuidos los fondos para los diferentes actos electorales, así como también los plazos para la entrega de ese dinero. Esto es importante porque se logra un balance financiero tanto entre los partidos como a la interna de cada partido. En el caso del Uruguay hay una entrega de dinero al candidato y otra a las listas al senado y diputados, lo que genera un equilibrio de poder financiero entre el candidato y las fracciones dentro del partido.

## Distribución de los fondos de financiamiento público

Art.	Etapa del ciclo electoral	Distribución del financiamiento público
21°	Elecciones nacionales Octubre	20% al candidato a presidente de la República  40% entre todas las listas de candidatos a Senadores del Lema, entregándose al primer titular de cada lista proporcionalmente a los votos obtenidos por cada lista al senado  40% entre todas las listas de candidatos a Representantes del Lema, entregándose al primer titular de cada lista proporcionalmente a los votos obtenidos por cada lista a la cámara de Representantes
22°	Balotaje	100% al candidato.
23°	Elección Departamental	60% a los candidatos a Intendente Municipal del lema en proporción a los votos recibidos.  40% distribuido entre todas las listas de candidatos a las juntas departamentales del lema, entregándose al primer titular de cada lista proporcionalmente a los votos obtenidos por cada lista.
24°	Elección Interna	40% al postulante a candidato a presidente en la lista  40% distribuido entre todas las listas de candidatos al Organo Nacional que apoyaron esa pre candidatura entregándose al primer titular de cada lista proporcionalmente a los votos obtenidos por cada lista.  20% distribuido entre todas las listas de candidatos al Organo Departamental que apoyaron esa pre candidatura entregándose al primer titular de cada lista proporcionalmente a los votos obtenidos por cada lista.

**Fuente: Elaboración Propia**

El artículo 26 establece los tiempos de entrega del dinero en el siguiente cronograma: el 80 % dentro de los 15 días siguientes a la realización de la elección. El 20 % restante dentro de los 30 días siguientes a la proclamación de la Corte electoral de los resultados del acto eleccionario.

La ley establece la posibilidad para los partidos de solicitar adelantos de dinero. En base a los estudios que se han hecho en nuestro país estos subsidios son claves pues representarían más del 50 % de lo que los partidos gastan en las elecciones. Todos los partidos hacen uso de estos adelantos en relación al caudal electoral supuesto, lo que lleva a apoyarse mucho en las encuestas para dichos cálculos. Algunos partidos políticos que no cuentan con un financiamiento privado importante, se ven especialmente beneficiados por esta posibilidad de solicitar adelantos. La forma como se otorgan estos adelantos está regulada por el artículo 28.

Uno de los aspectos más importantes de esta Ley es que también establece la regulación del ingreso privado con relación a las donaciones (tanto en efectivo como en especie). De esta última forma se controla el posible encubrimiento de ingresos importantes para el partido. Esta regulación del ingreso privado no se encontraba presente en la legislación anterior y es muy importante para la transparencia del sistema. Se regulan los montos máximos de las donaciones y se hace explícita la identificación del donante. También se hacen públicos los montos de las donaciones que realice un candidato. El Artículo 31 establece el monto máximo de las donaciones nominativas en 300.000 UI por donante por partido. En las donaciones en especies deberán asentarse además de la identificación del donante un valor estimado de la donación. Cuando la donación la realice el candidato el monto podrá triplicar el monto máximo establecido para las donaciones nominativas. En ningún caso las donaciones podrán deducir impuestos. De esta forma los ciudadanos cuentan con una mayor y más completa información al momento de tomar una decisión política.

El artículo 44 en tanto, limita las donaciones de las empresas que mantengan relaciones contractuales con el Estado a un máximo de 10.000 UI anuales, quedando exceptuadas de la limitación las donaciones realizadas en especie.

En la sección 4º de la presente ley se plantean los controles en la campaña electoral. El Artículo 33 establece que el comité de campaña de cada partido presentará un presupuesto inicial de campaña ante la Corte Electoral. El Artículo 34 establece que luego de realizado el acto eleccionario el comité de campaña deberá presentar a la Corte Electoral una rendición de cuentas definitiva detallando ingresos y egresos. En caso de Balotaje, los partidos que participen del mismo deberán presentar un complemento de la rendición de cuentas. El Artículo 35 establece que *“las mismas obligaciones deberán ser cumplidas por los responsables de campaña de las listas al Senado, a la Cámara de Representantes y a las Juntas Departamentales.”*

La Corte Electoral juega un papel importante como contralor de esas declaraciones, y a su vez le compete su publicación. Asimismo también le corresponde aplicar las sanciones que la propia Ley plantea en caso de incumplimiento.

Sólo se autoriza el pago de los saldos de las contribuciones del Estado a aquellos partidos que hayan presentado su rendición de cuentas. A su vez si no se envía a tiempo la rendición de cuentas corresponde a los partidos una multa de 5.000 UI (Art. 37 y 38).

La Ley es innovadora para nuestro sistema político, porque establece un financiamiento público permanente para los partidos como forma de asegurar su funcionamiento más allá de los períodos electorales, fortaleciendo el sistema democrático.

*Artículo 39.- El Estado aportará a los partidos políticos con representación parlamentaria una partida anual equivalente al valor de 4 UI (cuatro unidades indexadas) por cada voto obtenido en la última elección nacional. La misma se hará efectiva a través del Poder Legislativo en doce cuotas mensuales, iguales y consecutivas, estimadas en unidades indexadas.*

### **Financiamiento de partidos políticos a partir de la Ley N°18.485**

<b>Regulación del Ingreso</b>	Público	Directo	Subsidio post electorales. Adelantos hasta el 50% Financiamiento permanente
		Indirecto	Apoyo institucional a bancadas parlamentarias Espacios publicitarios en TV Oficial (SODRE)
	Privado	Cuotas afiliados	No hay control
		Donaciones	Se limitan los topes máximos de las donaciones y se establecen prohibiciones
<b>Regulación del Gasto</b>	Límites a los montos de gasto		No hay control
	Límites a los rubros de gasto		Límite a la duración de las campañas (40,50 y 20 días)
<b>Regulación de la Transparencia</b>	Fiscalización del ingreso		Presentación de registros contables Rendición de cuentas Sanciones por incumplimiento
	Fiscalización del gasto		Presentación de registros contables Rendición de cuentas Sanciones por incumplimiento

Fuente: Elaboración propia

### **Análisis de la composición del financiamiento de las fórmulas presidenciales para las elecciones de octubre de 2009**

En relación a los datos debemos aclarar que para el análisis se relevaron las Rendiciones de Cuentas presentadas ante la Corte Electoral y publicadas en su sitio web, correspondientes a las formulas presidenciales para la elección de octubre 2009.

No se ha tomado en cuenta para este análisis la rendición de cuentas de Asamblea Popular porque solo indica ingresos y no egresos, y al estar incompleta se dificulta su comparación. A su vez, nos interesa señalar desde un principio que si bien la Corte Electoral dio un formulario tipo para que los partidos presenten su rendición de cuentas, el mismo no fue respetado y todos los partidos presentaron las rendiciones de cuentas con formatos distintos, lo cual implicó dificultades en el análisis de los datos.

Cabe aclarar que se presenta otra dificultad para el análisis en el hecho de que no todas las Rendiciones de cuentas cierran a la misma fecha por lo que, en algunos casos quedan egresos pendientes que no se reflejan en los resultados finales.

La rendición de cuentas del Partido Colorado presentó una dificultad particular para el análisis ya que, además de no respetar el formato de la Corte Electoral y presentar diferencias en el balance entre ingresos y egresos que no son reflejados en los resultados, menciona una serie de aportes de los cuales no se declaran los montos y que luego no se suman tampoco para el resultado final. A su vez presenta pagos pendientes que no fueron incluidos en el balance como si lo hicieron los otros partidos políticos.

Teniendo en cuenta las limitaciones antes mencionadas elaboramos los siguientes cuadros y gráficos que permiten tener una primera aproximación a la composición del financiamiento de las formulas presidenciales de cara a la elección de octubre de 2009.


Dadas las dificultades se buscó obtener grandes grupos de componentes del financiamiento tomados a efectos comparativos. Para la composición del financiamiento privado se agruparon los aportes por concepto de donaciones nominativas, donaciones anónimas, donaciones de los candidatos y por último toda otra contribución privada que hubiere recibido el partido como por ejemplo donaciones en especie, cuotas de afiliados, etc.

Para los egresos se discriminaron los gastos por publicidad del resto de los otros gastos, bajo la hipótesis de que la inversión en publicidad implicaría los mayores egresos. A su vez se dividieron los gastos de publicidad entre televisiva y otra publicidad ya que este es el gasto más significativo de los partidos durante la campaña.



## INGRESOS Y EGRESOS POR PARTIDO POLÍTICO

A- INGRESOS				B- EGRESOS			
<b>PARTIDO NACIONAL</b>							
SALDO INICIAL <span style="float: right; background-color: yellow; padding: 2px;">0,00</span>							
	PRIVADO	PUBLICO			PUBLICIDAD	OTROS GASTOS	
DON. NOM.	12632700,00	23295330,00		TELEVISIVA	13242913,12	6475795,60	
DON. ANOM.	123120,00			OTRA	11155829,92		<b>TOTAL \$</b>
DON. CAND.	0,00			TOTAL	24398743,05	6475795,60	30874538,65
OTROS	0,00		<b>TOTAL \$</b>	<b>RESULTADO</b> <span style="float: right; background-color: yellow; padding: 2px;">5176611,35</span>			
TOTAL	12755820,00	23295330,00	36051150,00				
<b>PARTIDO INDEPENDIENTE</b>							
SALDO INICIAL <span style="float: right; background-color: yellow; padding: 2px;">161239,00</span>							
	PRIVADO	PUBLICO			PUBLICIDAD	OTROS GASTOS	
DON. NOM.	907765,00	6443292,00		TELEVISIVA	4697816,00	1918952,00	
DON. ANOM.	0,00			OTRA	1499378,00		<b>TOTAL \$</b>
DON. CAND.	433010,00			TOTAL	6197194,00	1918952,00	8116146,00
OTROS	407617,00		<b>TOTAL \$</b>	<b>RESULTADO</b> <span style="float: right; background-color: yellow; padding: 2px;">236777,00</span>			
TOTAL	1748392,00	6443292,00	8191684,00				
<b>PARTIDO FRENTE AMPLIO</b>							
SALDO INICIAL <span style="float: right; background-color: yellow; padding: 2px;">0,00</span>							
	PRIVADO	PUBLICO			PUBLICIDAD	OTROS GASTOS	
DON. NOM.	4065048,74	86213059,53		TELEVISIVA	13260762,76	18337922,01	
DON. ANOM.	0,00			OTRA	23125882,66		<b>TOTAL \$</b>
DON. CAND.	0,00			TOTAL	36386645,42	18337922,01	54724567,43
OTROS	2843838,02		<b>TOTAL \$</b>	<b>RESULTADO</b> <span style="float: right; background-color: yellow; padding: 2px;">38397378,86</span>			
TOTAL	6908886,76	86213059,53	93121946,29				

A- INGRESOS				B- EGRESOS			
PARTIDO COLORADO 							
SALDO INICIAL		0,00					
	PRIVADO	PUBLICO			PUBLICIDAD	OTROS GASTOS	
DON. NOM.		25144499,00		TELEVISIVA	7657001,00	7136552,00	
DON. ANOM.	3856853,00			OTRA			TOTAL \$
DON. CAND.	102450,00			TOTAL	7657001,00	7136552,00	14793553,00
OTROS	1945059,00		TOTAL \$				
TOTAL	5904362,00	2514499,00	31048861,00	RESULTADO	16255308,00		

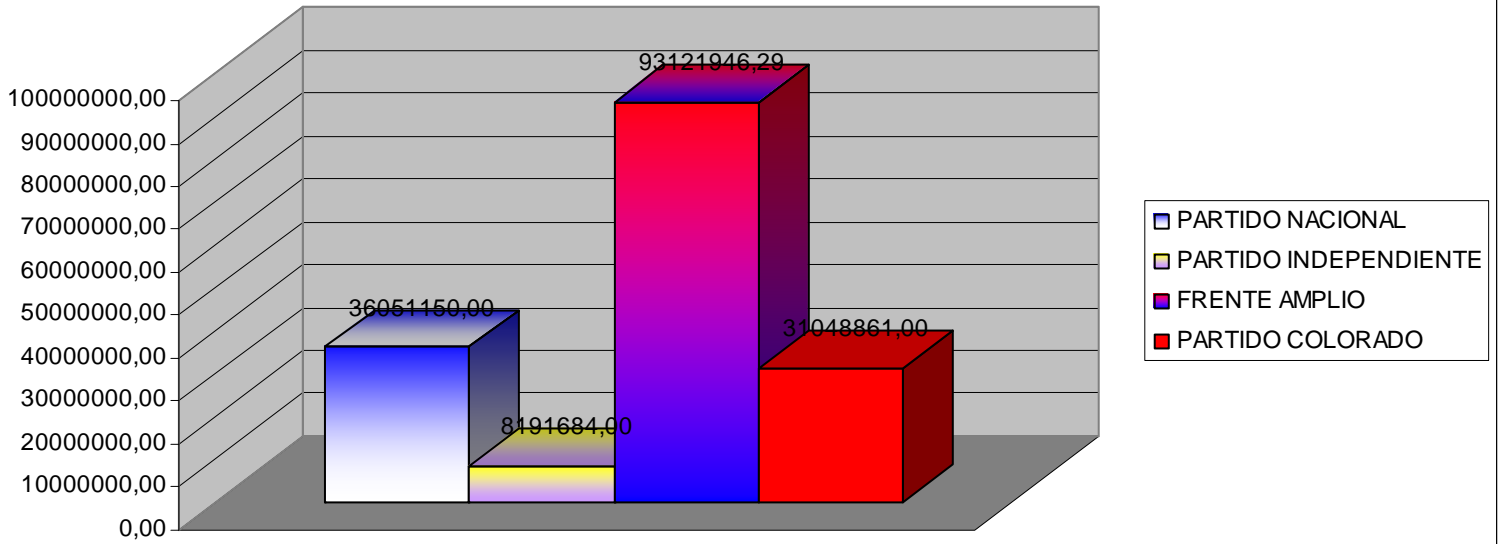
Fuente: Elaboración propia con datos de la Corte Electoral

### Composición del Ingreso:

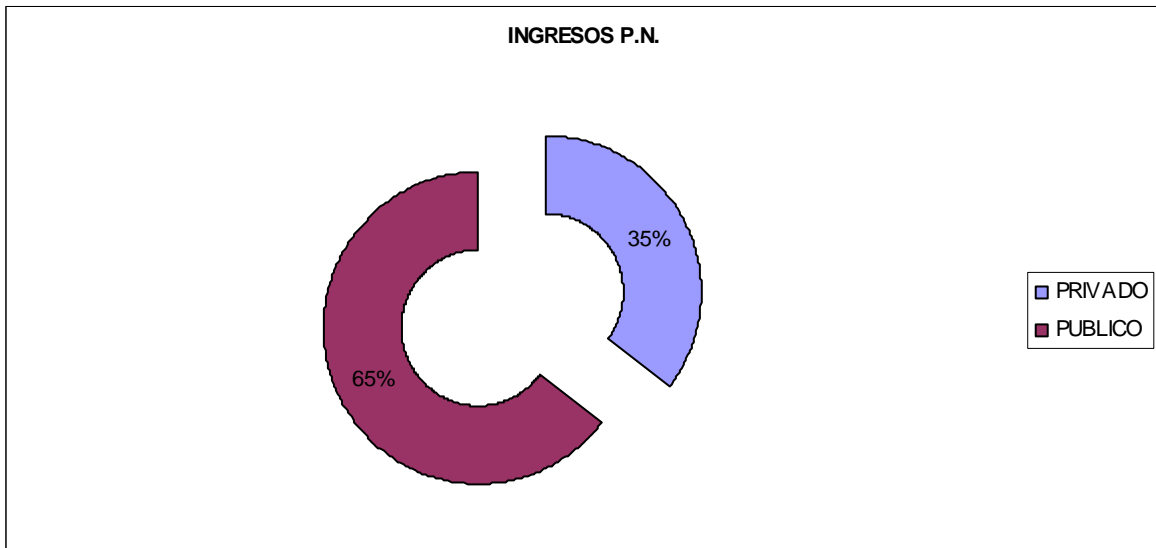
Lo primero que nos pareció interesante analizar de los datos publicados, es el peso del ingreso público y privado en el financiamiento de los partidos políticos. Como mencionamos antes, Uruguay desde muy temprano en el siglo XX ha tenido subsidios públicos y adelantos de fondos como forma de contribuir al funcionamiento de los partidos. Las Rendiciones de Cuenta nos dan la posibilidad de ver que influencia tienen los mismos en el financiamiento total de los partidos.

Lo primero que se puede ver es el peso diferente que tiene el financiamiento público en los diferentes partidos. Los datos reafirman la tesis de Casas de que el Frente Amplio es el partido donde dicha forma de financiamiento es más importante (93%), aunque es de destacar que en general en todos los partidos el financiamiento público supero el 60%, tal como se aprecia en los siguientes gráficos:

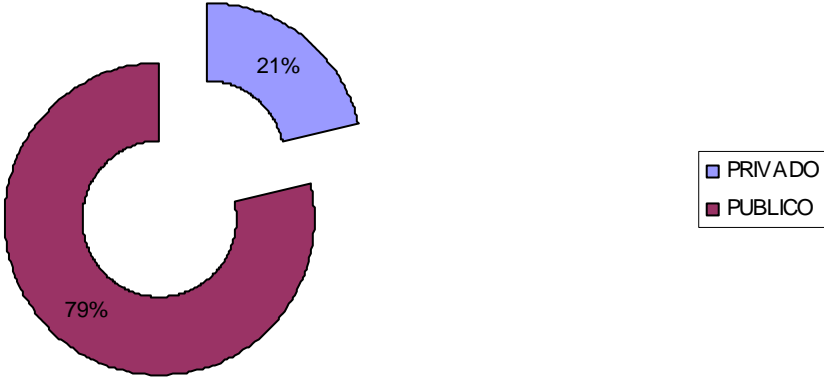
### INGRESOS POR PARTIDO



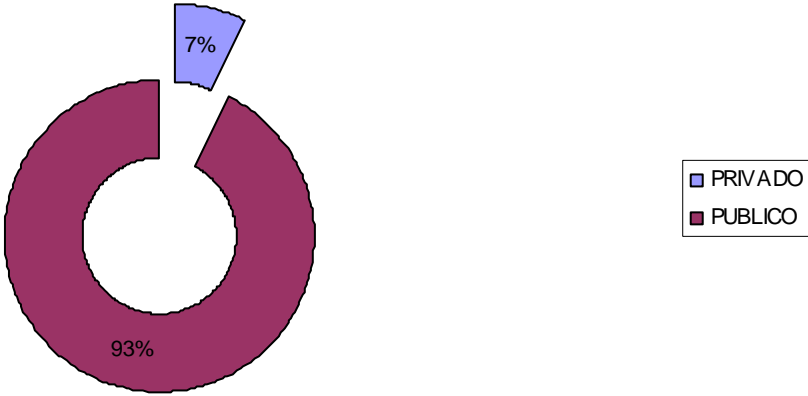
### INGRESOS P.N.

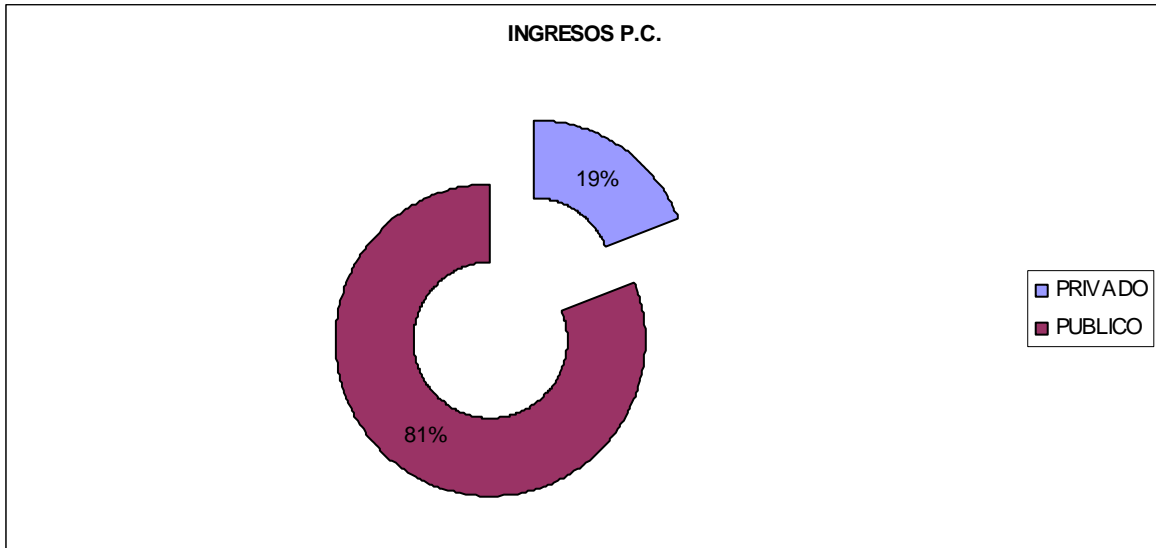


INGRESOS P.I.



INGRESOS F.A.





En algunos casos las rendiciones de cuentas declaran el peso económico que tienen los adelantos para el financiamiento público de los partidos, pero desafortunadamente no se da en todos los casos. Lo mismo sucede con la aclaración sobre la parte de los subsidios que desde las diferentes fracciones se vuelcan a la formula presidencial. En el único caso donde este dato se puede observar claramente es en el Frente Amplio.

En relación al Ingreso Privado vimos diferencias importantes en las declaraciones.

En el caso de Partido Colorado la mayor parte de dicho ingreso está basado en donaciones anónimas (3.856.853\$), en el caso del Partido Nacional es mínimo (132.000\$ aproximadamente), mientras que en el Frente Amplio y el Partido Nacional dicho tipo de donaciones no existen, o no son declaradas.

En todos los partidos podemos observar ingresos por ventas de rifas, eventos, ventas de materiales, etc., pero con un peso mínimo en el financiamiento total

Se observan diferencias muy importantes en la forma de presentar estos ingresos en las distintas rendiciones de cuenta, que van desde las muy detalladas, como es el caso de Frente Amplio, apenas mencionadas en el Partido Nacional, mencionadas pero no contabilizadas para el resultado final en el Partido Colorado, a no declaradas en el Partido Nacional.

En relación a las donaciones de candidatos a cargos electivos, fueron claramente declaradas como exige la Corte Electoral en el caso del Partido Independiente (Gatto, Sauval, Posada, Mieres con 433.010\$). También en el caso del Partido Colorado con una declaración de

Pedro Bordaberry de 102.450\$. Dentro del Partido Nacional en cambio fue declarado dentro de las donaciones nominativas como es el caso de Luis Alberto Lacalle (228.000\$). Los candidatos a cargos del Frente Amplio no realizaron contribuciones o las mismas no fueron declaradas. De todas formas, como se puede ver en los números, no representan un peso importante en el ingreso total de los partidos políticos.

En relación al Ingreso, otro de los elementos que nos interesaba observar y que Casas plantea en su trabajo, tenía que ver con la repetición de ciertas empresas y empresarios en las donaciones a los diferentes partidos políticos.

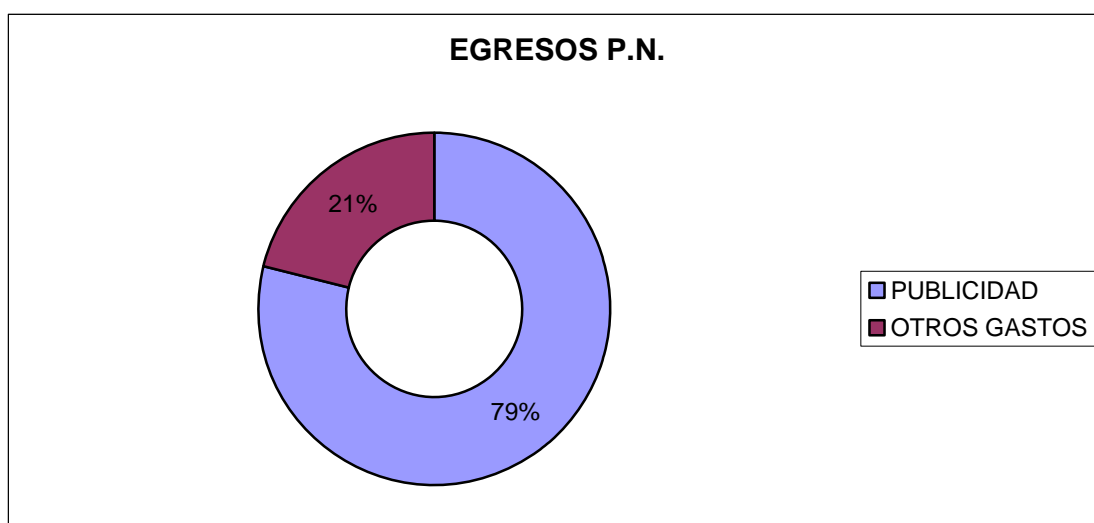
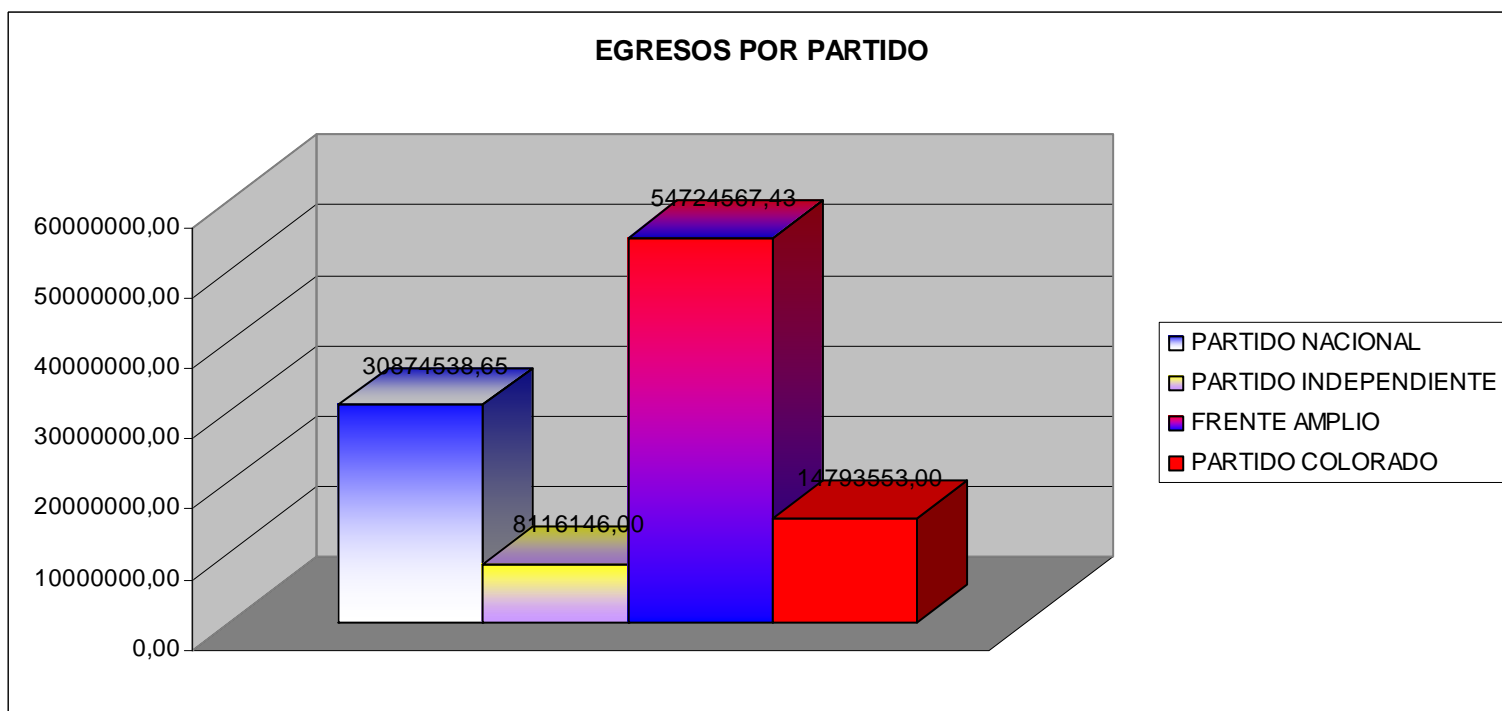
Como mencionamos, en el caso del Partido Colorado todas las donaciones son anónimas, por lo que no fue posible extraer datos para la comparación.

Pero si encontramos algunas coincidencias, aunque no muchas, en los otros partidos políticos. Martin Eurnekian realiza donaciones a los tres partidos que presentan las declaraciones correspondientes: 53.770\$ al Partido Nacional, 416.000\$ al Partido Nacional y 560.000\$ al Frente Amplio. Eduardo Eurnekian entre tanto aporta al Frente Amplio otros 560.000\$. Es el caso también de Eduardo Mezzera que realiza aportes al Partido Nacional y Jaime Mezzera lo hace al Partido Nacional.

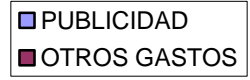
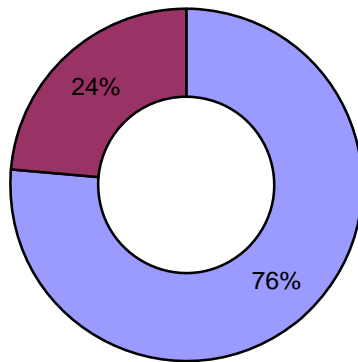
Otras coincidencias que encontramos fueron con el Frigorífico Las Piedras que realizó aportes al Partido Nacional y al Frente Amplio por 570.000\$ y 224.000\$ respectivamente. Akodike 224.000\$ para el Frente Amplio y 228.000\$ para el Partido Nacional. También lo vimos con Riogas con 166.400\$ para el Partido Nacional y 112.000\$ para el Frente Amplio. No se encontraba dentro de los límites de este trabajo, pero sería interesante observar, con relación a las rendiciones de cuenta de las listas dentro de los diferentes partidos, si hay nombres de empresas y empresarios que se repiten. Sobre todo teniendo en cuenta el trabajo de Casas donde planteaba que los diferentes empresarios repartían sus recursos entre las diferentes fracciones a raíz de la forma que tiene nuestro sistema político electoral. En relación a las contribuciones de adherentes del exterior, no hay declaraciones explícitas más que en el Frente Amplio. En el caso de este partido se refieren especialmente a Comités de Base de lugares como Madrid, Paris, Toronto, México, Nueva York, Venezuela, Australia que son de poco peso (1.061.252,67\$ en un ingreso de más de 90 millones).

En relación al egreso nos volvimos a encontrar con la misma dificultad que mencionamos antes, que tiene que ver con las diferentes formas de rendición de cuentas en relación al formato que exige la Corte Electoral, lo que lleva a que el análisis se vea limitado.

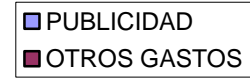
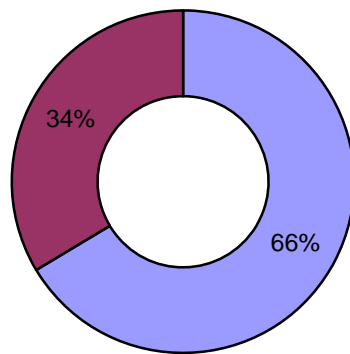
Lo primero interesante de observar en relación al Egreso tiene que ver con el peso de la publicidad en todos los partidos políticos, pues en todos representa la mayor parte de sus egresos aunque con diferencias como vemos en los siguientes gráficos:



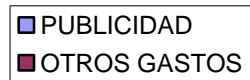
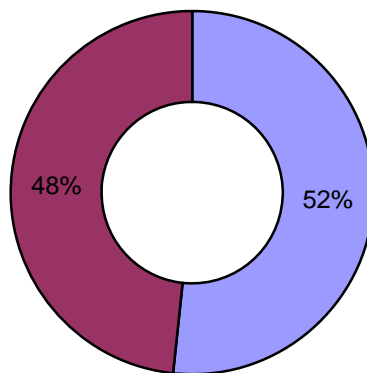
### EGRESOS P.I.



### EGRESOS F.A.

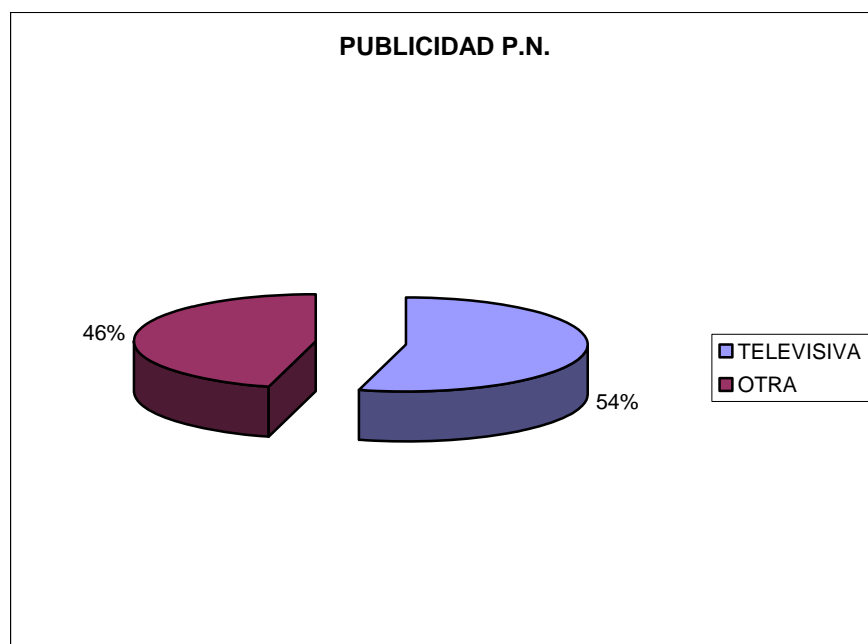


### EGRESOS P.C.

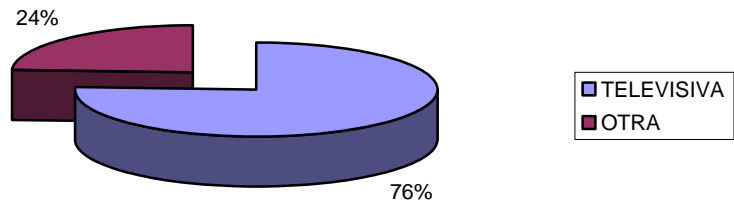




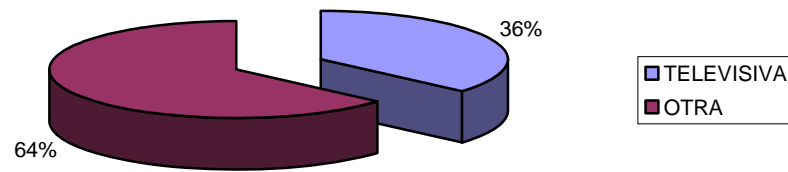
A su vez, se confirma la afirmación que se reitera en varios estudios sobre el tema, acerca del peso del gasto en publicidad televisiva, dentro de lo que son los gastos de publicidad en general, que tal como se aprecia en los gráficos ocupa la mayoría de este rubro. Cabe destacar que el Partido Colorado no declara egresos por otro tipo de publicidad, a pesar de que se pudo observar en la campaña publicidad gráfica, estática y electrónica de la fórmula presidencial.

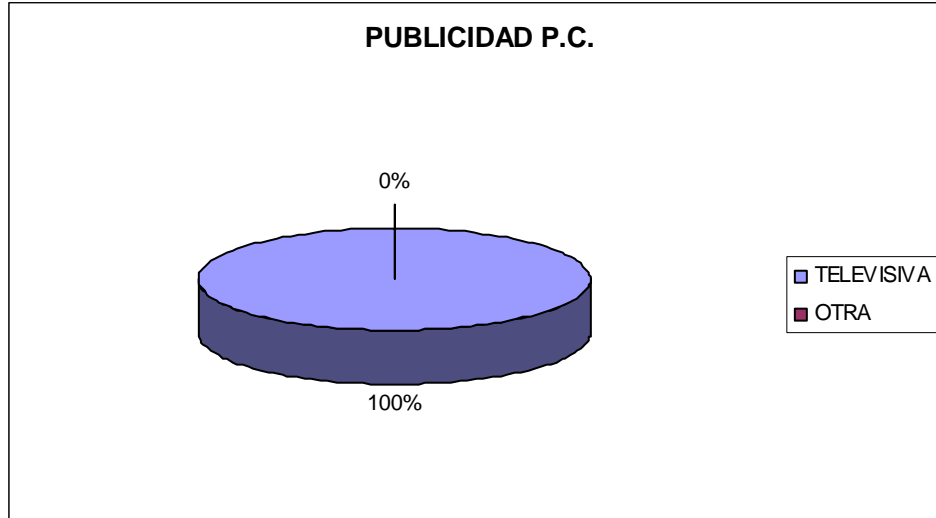


### PUBLICIDAD P.I.

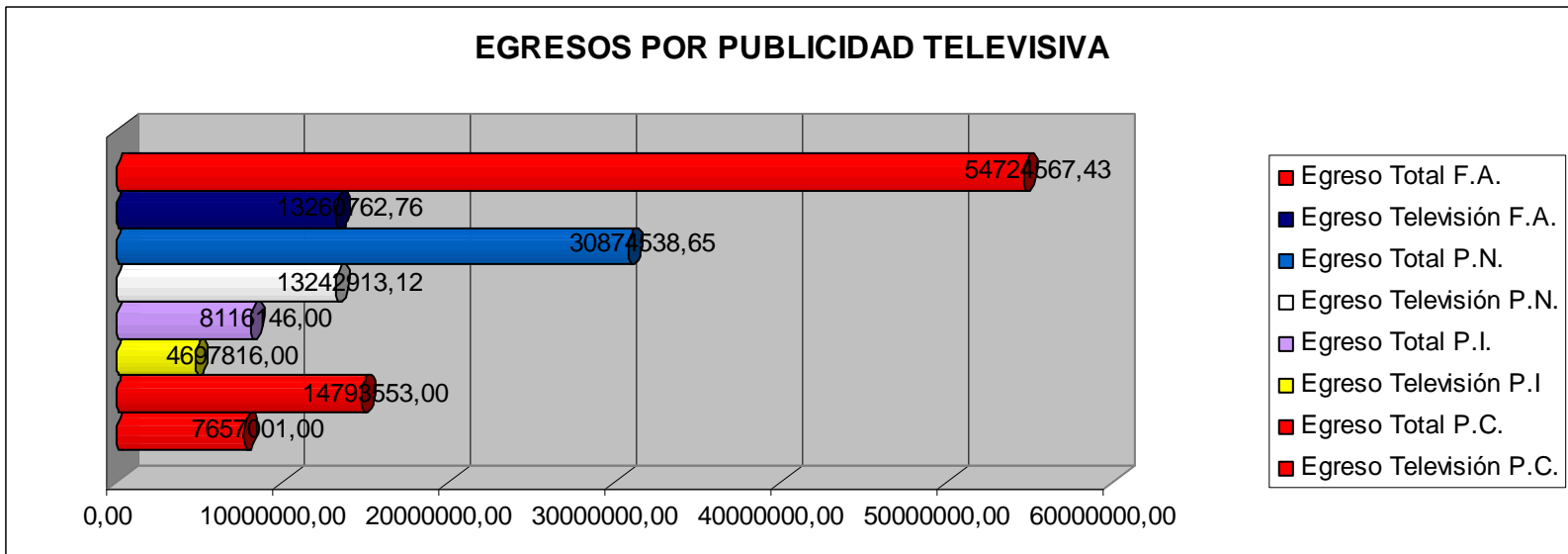


### PUBLICIDAD F.A.





Si se compara el egreso total de los partidos con el gasto en publicidad televisiva se vuelve a confirmar el importantísimo peso de la televisión en el egreso de los partidos tal como lo demuestra el siguiente gráfico:



Desafortunadamente nos encontramos nuevamente con la dificultad de que los datos son presentados de diferente manera según el partido y sin respetar el formato exigido por la Corte Electoral. No está aclarado de la misma forma en las rendiciones de cuenta, cuanto de

esta publicidad televisiva va para cada canal (sí está claro en la declaración del Frente Amplio y el Partido Colorado) y en ninguna se declaran los minutos contratados por canal. Viéndose en los casos que sí declara, se observa que son muy similares los gastos entre los diferentes canales privados. Aunque en el caso de la declaración del Frente Amplio también aparecen los gastos publicitarios en otros canales como canales de cable y la RED, aunque por un valor menor.

Como mencionamos, en todas las Rendiciones de Cuenta se omitió, aunque la Corte Electoral lo pedía y estaba explícito en el formulario que dio como modelo, el precio del minuto televisivo discriminado por el horario. Hubiera sido muy interesante disponer de este dato ya que de esta forma se hubiera podido ver el peso comparativo del mismo entre los diferentes partidos. Casas planteaba que los contactos personales podían hacer pesar en forma muy diferente el precio del minuto en televisión y por lo tanto influir en el presupuesto de un partido político. De sus investigaciones observó que eran especialmente los partidos tradicionales los favorecidos con esta práctica. Al no quedar aclarado estos datos no se pueden sacar conclusiones al respecto. De todas formas se puede ver que el ingreso del Frente Amplio es muy importante, por lo que el peso del gasto de televisión en su presupuesto no incide de la misma forma que para los demás partidos políticos. Por el contrario si se observan los números de un partido pequeño como es el Partido Independiente se aprecia que la incidencia es mucho mayor.

Finalmente, en relación a los Egresos nos pareció interesante observar que en todos los casos los números finales entre ingresos y egresos, en todos los partidos políticos analizado en relación a las fórmulas presidenciales, dieron positivos en mayor o menor medida. Nadie parece gastar más allá de las posibilidades de financiamiento que el partido y sus miembros tienen.

## **Conclusiones**

Una de las cosas más relevantes que nos parece clave resaltar es la importancia del financiamiento de los partidos políticos. Pero especialmente la importancia de la transparencia que el financiamiento debe tener para fortalecer la democracia.

Respecto a esto, la aprobación de la ley n° 18.485 ha sido un avance positivo para nuestro país. La ley le da un valor fijo en UI a cada voto y un planteo claro de cómo se distribuirá el subsidio público entre los diferentes partidos y a la interna de los mismos para cada elección. Se establece el financiamiento público permanente como forma de garantizar su funcionamiento. De los datos obtenidos a partir de las rendiciones de cuentas presentadas por los partidos a la Corte Electoral, se puede tener una idea cabal de la importancia de este tipo de financiamiento para los ingresos de todos los partidos, pero especialmente del Frente Amplio, cuyos ingresos se componen en un 93% de fondos públicos.

Por primera vez en nuestro país se imponen a los partidos, controles sobre las donaciones privadas imponiendo límites a los montos máximos, se ponen a conocimiento público los ingresos y egresos totales de cada partido y se prevén sanciones al incumplimiento. Todas estas medidas significan una mejora cualitativa en la transparencia del sistema político.

Lamentablemente, a pesar de existir un formato tipo establecido por la Corte Electoral para la presentación de las rendiciones de cuenta, el formato sugerido no ha sido respetado y cada partido ha presentado las declaraciones de forma diferente. Además de esto, no todos los partidos cierran sus balances en el mismo momento, por lo que pueden quedar sin declarar algunos pagos o ingresos posteriores al cierre del balance. Esto hace muy difícil la comparación de los datos entre partidos y conspira contra el intento de lograr la transparencia del sistema. Exigir que se respete el formato de la rendición de cuenta y establecer un período fiscal idéntico para todos los partidos sería una forma de garantizar la transparencia, facilitar la investigación sobre el financiamiento de los partidos políticos y garantizar un mejor control ciudadano.

Al observar la Ley 18.485 se puede concluir que el legislador ha hecho algunas elecciones acerca de los controles. Se puso especial énfasis en el control del ingreso, en tanto los egresos no se fiscalizan. Más allá de la limitación del tiempo de las campañas que impone la Ley N° 17.045 no hay otras restricciones como se observa en otros países y que tienen

que ver con los gastos publicitarios, especialmente los de TV, que como vimos, componen gran parte del egreso para los partidos políticos.

En cuanto a la composición del financiamiento de los partidos políticos, pudimos observar que todos se financian principalmente del aporte público, especialmente el Frente Amplio donde el 93% de sus ingresos lo constituye la contribución del Estado.

El egreso en tanto está principalmente compuesto por los gastos de publicidad y particularmente, la publicidad televisiva que se lleva \$4:697.816,00 del Partido Independiente, \$7:657.001,00 del Partido Colorado, \$13:242.913,12 del Partido Nacional y \$13:260.762,76 del Frente Amplio. En octubre los partidos políticos invirtieron \$38:840.643,24 de un ingreso total de \$168:413.641,29, un 23,06% del presupuesto total de los partidos se destinó a publicidad televisiva.

A pesar de lo significativo de estos números, si lo observamos detalladamente veremos que la incidencia de este gasto en los egresos totales de cada partido varían mucho en función del presupuesto de cada uno. Si observamos el caso del Frente Amplio y el Partido Nacional, los dos partidos que mas dinero invirtieron en publicidad televisiva (totalizando \$26:503.675,88 entre ambos), veremos que en el Frente Amplio la incidencia fue del 24,23% de sus egresos totales y un 14,24% de su presupuesto total, mientras que en el Partido Nacional fue un 42,89% de sus egresos totales y un 36,73% de su presupuesto total, mas del doble que la incidencia que tiene este rubro en el presupuesto del Frente Amplio.

Este es el primer año que se pone en práctica lo exigido por la nueva Ley, por lo que no se disponen aún de series de datos que permitan realizar comparaciones históricas.

Quedan muchos datos aún para analizar, de los reportados hasta el momento, pero consideramos que este es un primer paso para darle al financiamiento partidario la relevancia que el tema merece y comenzar a disponer de los datos permitirá en el futuro que la Ciencia Política indague en un terreno aún inexplorado del sistema político de nuestro país.

## BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

### BIBLIOGRAFÍA

Botinelli, Oscar. (1993). “Estructura y funcionamiento de los partidos políticos en Uruguay. Hacia una ley de partidos políticos.” En Klaus Bodemer y Ma. Elena Lournaga (editores) *Estructura y funcionamiento de los partidos políticos: una reforma posible*. Páginas 105-146. Montevideo: Fesur – Trilce.

Caetano, Gerardo, Daniel Chasqueti y Rafael Piñeiro. (2002). “La relación entre dinero y política en Uruguay. Apuntes sobre la regulación de los partidos uruguayos”. En Gerardo Caetano y otros *Dinero y política. El financiamiento de los partidos en la democracia*. Páginas 91 a 117. Montevideo: EBO-UPD/OEA-ICP

Casas, Kevin. (2003). “Subsidios electorales y financiamiento de campañas en Uruguay” en *Cuadernos del Claeh* 86 – 87. Páginas 117 a 154.

Casas, Kevin y Daniel Zovatto. (2010). “Para llegar a tiempo: apuntes sobre la regulación del financiamiento político en América Latina”. *Nueva Sociedad* 225. Páginas 48 a 67.

Chasqueti, Daniel y Rafael Piñeiro. (2003). “El financiamiento de los partidos políticos en Uruguay. Un problema de calidad de la democracia”. En *Los partidos políticos frente a los retos del siglo XXI*. Montevideo: Pág. 151-175. EBO-Centro de Estudios Estratégicos.

Ferrerira Rubio, Delia. (2004). “Financiamiento político en el Cono Sur: Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay”. En Steven Griner y Daniel Zovatto (editores) *De las normas a las buenas prácticas. El desafío del financiamiento político en América Latina*. Capítulo 3. Pág. 271-294. San José Costa Rica: IDEA-OEA

Ley N° 18.845 Partidos políticos – Se dictan normas que regulan su funcionamiento 20 mayo 2009

Rial, Juan. (2004). “Análisis comparativo sobre financiamiento de campañas y partidos políticos. Uruguay” En Steven Griner y Daniel Zovatto (editores) *De las normas a las buenas prácticas. El desafío del financiamiento político en América Latina*. San José Costa Rica: IDEA-OEA

#### **ENLACES DE INTERNET**

- 20.04.04 Entrevista de Emiliano Cotelo al diputado Felipe Michelini “Intentan regular el financiamiento de los partidos políticos.” En:  
<http://www.espectador.com.uy/perspectiva/per2004-04-20-1.htm>, Accedida el 19/05/2010.
- 28.09.09 Informe radio El Espectador, “La corte electoral recibió los primeros datos referidos a la financiación de los partidos”, en:  
[http://www.espectador.com/1v4\\_contenido.php?id=163003&sts=1](http://www.espectador.com/1v4_contenido.php?id=163003&sts=1), accedida el 20/05/2010.
- Análisis político de Oscar Bottinelli con Emiliano Cotelo “el financiamiento de los partidos políticos.” para radio El Espectador, el 07.05.1996 en:  
<http://www.factum.edu.uy/estpol/anapol/1996/anp96002.html>, Accedida el 19/04/2010.



- Análisis político de Oscar Bottinelli con Emiliano Cotelo “Los distintos objetivos mezclados en el financiamiento de los partidos políticos”, para radio El Espectador el 23.11.2007 en:  
[http://www.espectador.com/1v4\\_contenido.php?id=109747&sts=1](http://www.espectador.com/1v4_contenido.php?id=109747&sts=1), Accedida el 20/04/2010.
- BOTINELLI, Oscar. Ponencia “El financiamiento de los partidos políticos a nivel global y el acceso equitativo a los medios electrónicos de comunicación.”, para: “Proyecto de Promoción de la Ciudadanía Responsable”, 8 de noviembre 2007, en: <http://www.claeh.edu.uy/html/images/documentos/bottinelli%20-seminario.pdf> (Accedida el 24/05/2010)
- Ley N° 17.045 Partidos políticos - Díctense normas referidas a publicidad electoral 21 diciembre 1998 en:  
<http://www.parlamento.gub.uy/leyes/ley17045.htm>, accedida el 29/03/2010.
- Ley N° 18.845 Partidos políticos – Se dictan normas que regulan su funcionamiento 20 mayo 2009 en:  
<http://www.parlamento.gub.uy/leyes/ley18485.htm>, accedida el 17/04/2010.
- Rendiciones de Cuenta de los Partidos Políticos en:  
<http://www.corteelectoral.gub.uy/gxpsites/hgxpp001.aspx?1,26,339,O,S,0>, accedida el 20/03/2010.
- Zovatto, Daniel. (2003). *Dinero y política en América Latina: una visión comparada*. Lima: IDEA. En:[http://lasa.international.pitt.edu/members/congress-papers/lasa2004/files/ZovattoDaniel\\_xCD.pdf](http://lasa.international.pitt.edu/members/congress-papers/lasa2004/files/ZovattoDaniel_xCD.pdf), Accedida el 20/04/2010

