Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

EL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS, PERCEPCIONES POLÍTICAS Y SUS IMPLICACIONES PARA LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES: UNA AGENDA DE REFORMAS PARA LA IGUALDAD EN AMÉRICA LATINA

Flavia FREIDENBERG
Betilde MUÑOZ-POGOSSIAN

SUMARIO: I. *Introducción.* II. *El problema: las mujeres no tienen dinero para sus campañas.* III. *Metodología.* IV. *Datos.* V. *Radiografía de los retos del financiamiento.* VI. *Conclusiones: una agenda de reformas para la igualdad.* VII. *Referencias bibliográficas.* VIII. *Anexo*

I. INTRODUCCIÓN[1]

Las mujeres enfrentan múltiples obstáculos cuando quieren hacer política. Uno de esos problemas tiene que ver con el acceso a los recursos económicos que les permitan alcanzar autonomía individual al momento de enfrentar la competencia política en igualdad de condiciones que los hombres (Freidenberg *et al.*, 2018; Došek *et al.* 2017; Ferreira Rubio, 2013; Ballington, 2008). A pesar de su relevancia, este problema ha sido casi ignorado por la academia, los legisladores, los *practioners* y la agenda de las reformas políticas. Aún cuando la regulación del financiamiento político ha sido uno de los temas

[1] Una versión anterior de este trabajo fue presentado y discutido en el Seminario Internacional "Reformas Políticas a la Representación de América Latina", organizado en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, en Ciudad de México, 27 y 28 de septiembre de 2018. Esta investigación ha sido realizada gracias al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) de la UNAM al Proyecto "Reformas Electorales y Democracia en América Latina", dirigido por Flavia Freidenberg y adscrito al Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (Clave del proyecto: IN301020). Este estudio forma parte de los productos de investigación del Observatorio de Reformas Políticas en América Latina, adscrito al Instituto de Investigaciones Jurídicas, de la Universidad Nacional Autónoma de México y la Organización de los Estados Americanos.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

más reformados en América Latina en el periodo 1978-2018 (Zovatto, 2018; Freidenberg y Uribe Mendoza, 2019; Freidenberg y Došek, 2016); en la práctica, el financiamiento político hacia las campañas de las mujeres y hacia la capacitación, así como al empoderamiento de los liderazgos femeninos, ha estado casi ausente de las reformas, la discusión pública y la investigación comparada y, cuando ha estado presente, ha sido fundamentalmente de manera formal (en la norma), pero con escasa efectividad práctica.

La política comparada ha evidenciado el modo en que las reglas en materia de financiamiento pueden ser "una herramienta de política pública para facilitar la equidad de género en la competencia electoral" (Ferreira, Rubio 2013: 79); un instrumento para monitorear y controlar cómo entran y salen los recursos de las campañas (Urizar *et al.*, 2012); una herramienta para romper los techos que desequilibran la competencia dentro de los partidos y una oportunidad para asegurar que sectores históricamente subrepresentados (como las mujeres, los afros, los pueblos originarios, entre otros) puedan conseguir recursos para que sus campañas electorales se realicen en igualdad de condiciones con otros grupos políticos.

A pesar de la existencia de la brecha de género en la recaudación de fondos y de la suficiente evidencia empírica que sostiene que los partidos son bastantes reacios a promocionar mujeres como candidatas (Došek *et al.*, 2017), aún hay pocos datos respecto a cómo las mujeres (y los hombres) perciben la cuestión del financiamiento de las campañas electorales. No hay suficientes investigaciones que permitan conocer las percepciones de los políticos y las políticas sobre quiénes recaudan, cómo se recauda el dinero, cómo se gasta, qué problemas tienen en el acceso al financiamiento y sobre cuáles son las reformas necesarias para generar los cambios que permitan igualar las condiciones de la competencia.[2] Es más; aún no se conoce de manera clara en qué medida las mujeres abandonan la idea de postularse a un cargo por carecer de suficiente apoyo financiero, frente al número de hombres que declinan por la misma razón a su potencial candidatura.

El objetivo principal de esta investigación es profundizar en la relación entre dinero y política desde una nueva estrategia analítica centrada en las percepciones de las mujeres y de los hombres respecto a cómo acceden a los recursos, buscando identificar las diferencias de sus percepciones respecto a las de los hombres candidatos. Los datos fueron recabados a través de una encuesta *on line* realizada para conocer las percepciones de candidatos y candidatas a cargos de elección popular de 19 países de América Latina y

[2] Una excepción en ese sentido es la encuesta realizada por Ballington (2008) sobre el Parlamento Europeo.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

el Caribe. La idea es contribuir al conocimiento del financiamiento político no sólo desde lo que marcan las reglas formales (leyes de financiamiento), sino desde las percepciones de los actores que participan en la política.

Los primeros hallazgos preliminares de este estudio dan cuenta de que el principal obstáculo que enfrentan las mujeres candidatas para desarrollar una carrera política es la falta de dinero; que existe favoritismo de los dirigentes hacia los hombres y prácticas de acoso, así como discriminación hacia las mujeres dentro de los partidos y que persiste una brecha de género en la distribución de fondos de los partidos a favor de las candidaturas de los hombres. También se encontró que los hombres gastan más que las mujeres en las campañas y que, a pesar de existir financiamiento público estatal, la mayoría de las personas financian su campaña electoral con recursos propios y muy pocos solicitan un crédito bancario para hacer frente a ese gasto.

La estructura del texto tiene cuatro partes. La primera parte problematiza sobre el financiamiento a partir de la literatura comparada. La segunda presenta la metodología usada para la encuesta diseñada con el objetivo de conocer las percepciones de candidatos y candidatas de América Latina respecto a los sistemas de financiamiento y los problemas de acceso y uso vinculados con ellos. La tercera parte analiza los datos de la encuesta, poniendo particular atención en la brecha de género existente en las respuestas de hombres y mujeres, para dar cuenta de las diferencias en el acceso al financiamiento de las mujeres. Finalmente, a partir de la identificación de las áreas de oportunidad, se ofrecen algunas propuestas de reformas que pueden contribuir al acceso a recursos económicos por parte de las mujeres candidatas.

II. El problema: las mujeres no tienen dinero para sus campañas

La mayor parte de los análisis del financiamiento electoral en los partidos de América Latina se han centrado en la descripción de los diferentes tipos de financiamiento (público/privado) (Zovatto y Casas Zamora, 2016; Gutiérrez y Zovatto, 2011; Zovatto, 2003); las regulaciones relacionadas con los medios de comunicación de masas; la transparencia en el financiamiento y los mecanismos de fiscalización (Lujambio, 2007; Carrillo, Lujambio, Navarro y Zovatto, 2003), el control del ingreso, del gasto en las campañas y de los escándalos en el financiamiento electoral (Córdova y Murayama, 2006).

Aun cuando la agenda de investigación sobre partidos y financiamiento ha sido muy activa en las últimas dos décadas, de manera reciente ha

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

surgido una literatura específica dedicada al análisis de los obstáculos que enfrentan las mujeres (Freidenberg, 2018) y, en particular, respecto al modo en que el acceso a los recursos financieros y las condiciones de inequidad en la contienda afectan la manera en que las mujeres hacen política (Estrada Ruiz, 2018; Casas Zamora y Falguera, 2016; Pomares, 2014; Ferreira Rubio, 2013, 2009; PNUD, 2007). Una posible explicación de este interés reciente está en que, cada vez más, los países de la región han incluido dentro de sus modelos de financiamiento de campañas, fundamentalmente en los sistemas públicos o mixtos, partidas que están etiquetadas para actividades relacionadas con el género,[3] bajo el supuesto de que el financiamiento público favorece una mayor equidad para las mujeres cuando compiten por un cargo de representación popular.[4]

El financiamiento público con enfoque de género puede ser definido como el "sistema donde la elegibilidad de un partido político para recibir parte o la totalidad de su financiamiento público, o la cantidad (asignación) de fondos públicos que recibe un partido político elegible, está vinculada a disposiciones relacionadas con el género, o cuando parte de la financiación pública está destinada a fines relacionados con el género" (Ohman, 2018: 8). La regulación pública con enfoque de género hacia los partidos en América Latina puede sistematizarse en cuatro grupos : *a)* financiamiento para capacitación y fortalecimiento de liderazgo de las mujeres (México, Honduras, Costa Rica, Panamá, Brasil, Colombia);[5] *b)* financiamiento para promoción de liderazgos en medios de comunicación de masas (Brasil); *c)* financiamiento "plus" a los partidos por tener candidatas electoralmente exitosas, otorgándole un porcentaje mayor de financiamiento a los partidos que consiguen que sus mujeres candidatas ganen elecciones (Colombia; Chile) y, finalmente, *d)* financiamiento destinado a actividades concretas para el diseño de políticas públicas de igualdad e inclusión de los grupos desfavorecidos (Costa Rica, Honduras) (anexo 1).

[3] Actualmente, este tipo de regulaciones existen en alrededor de 30 países en todo el mundo, tanto en democracias consolidadas como emergentes (Ohman, 2018: 7).

[4] Aún quedan preguntas por estudiar sobre la efectividad de este tipo de financiamiento dados los límites en el control de la corrupción, las dificultades de fiscalizarse y de establecer el papel del financiamiento ilegal de las campañas con relación al dinero total que reciben las candidaturas, los trabajos dan cuenta de que los subsidios públicos son más eficientes que el mero acceso a fondos privados para garantizar la equidad.

[5] El Instituto Nacional Electoral de México incluso realizó un Protocolo de Buenas Prácticas para el uso del porcentaje etiquetado con perspectiva de género con la intención de contribuir en la orientación del destino del recurso.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

A pesar del consenso respecto a la importancia del financiamiento público como beneficioso a las candidaturas de mujeres, la literatura comparada y la práctica política han identificado una serie de factores que evidencian que la competencia está desnivelada para ellas. Estos elementos se convierten en "techos de billetes" (Pomares, 2014) que frenan su incursión en la política y que suelen ser experimentados siempre en menor medida por los hombres. Entre los factores identificados se encuentran *a)* la desigualdad de ingresos de las mujeres respecto a los hombres, lo que hace que las mujeres tengan mayores dificultades de contar con un monto inicial de fondos para financiar sus candidaturas e incluso cubrir los costos de registro;[6] *b)* la desigual distribución del tiempo dedicado al cuidado doméstico y, en particular, el cuidado de menores, adultos mayores y personas con discapacidad, que hacen que las mujeres tengan menos tiempo que los hombres para hacer política; *c)* el dilema de inversión en costos del mantenimiento del hogar *versus* costos de las campañas y, finalmente, *d)* el desigual acceso a las redes de financiamiento y a los donantes.[7]

Si bien se han dado avances en el conocimiento sobre la relación del financiamiento y el acceso de las mujeres a los recursos, existe un importante vacío en la literatura comparada sobre cómo perciben las candidatas (y candidatos) la recaudación de los fondos para sus campañas; sobre dónde se consiguen los recursos; cómo se decide la distribución de los fondos; cuál es el criterio que usan los partidos para dicha distribución de los fondos y, finalmente, en qué medida las mujeres candidatas emplean redes informales de apoyo para suplir la ausencia de dinero partidista. Conocer las opiniones de los candidatos y, en particular, de las candidatas puede contribuir a determinar en qué medida existe o no una brecha de género en la asignación de los fondos para las campañas.

III. Metodología

Esta investigación tiene como objetivo conocer las percepciones de candidatas y candidatos a cargos de representación popular sobre los obstáculos y las barreras que enfrentan las mujeres latinoamericanas cuando hacen política. Se trata de identificar si los candidatos y las candidatas perciben si los parti-

[6] Según investigaciones recientes, las mujeres ganan en promedio 71 % del ingreso masculino (PNUD, 2015).

[7] Las mujeres tienden a pertenecer menos que los hombres a las redes corporativas y de acceso a fondos (Ferreira Rubio, 2009); tienen más dificultades identificando a los donantes y menos tiempo para asistir a eventos, mítines y otras actividades políticas para conectar con ellos.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

dos emplean criterios diferenciados en función del género de quién detenta la candidatura y si existen patrones informales de financiación de la política que suplan el financiamiento público formal que los partidos deberían entregar a quienes son candidatos.

Con la intención de conocer las percepciones de los candidatos y candidatas políticos se elaboró un cuestionario de preguntas organizadas en cuatro secciones dedicadas a diferentes temas vinculados entre sí, como el proceso de selección de candidaturas, las campañas electorales, el financiamiento político y la violencia política en razón de género, además de un apartado sociodemográfico. El cuestionario podía ser respondido por personas que hubieran participado como candidatos o candidatas (mujeres y hombres) a cualquier tipo de cargo de elección popular (ejecutivo y/o legislativo), en cualquier nivel institucional (nacional, estatal o local) de los países de América Latina. De este modo, la primera pregunta del cuestionario señalaba que era necesario haber sido candidato o candidata para responder la encuesta y de no serlo se solicitaba que no se llenara. El 98.7 % de quienes respondieron indicaron haber participado como candidata o candidato a un cargo de elección popular en su país.

El presente capítulo utiliza como base las preguntas relativas al componente del financiamiento político. La sección sobre financiamiento político contó con 24 preguntas, algunas semiestructuradas y otras abiertas, donde se consultaba sobre los métodos de financiamiento, el acceso a los recursos, el gasto electoral, el modo en que los partidos deciden los recursos, la gestión formal de ingresos y egresos de las campañas, las estrategias informales de financiamiento, entre otras. Se empleó el método de "bola de nieve" a través de las redes sociales (fundamentalmente a través de Twitter y Facebook) para identificar a la población que era objetivo de la investigación.[8] Dada la necesidad de la investigación de que estas personas candidatas fueran de diferentes países y niveles de competencia, para poder analizar si los obstáculos son similares o diferentes por género, por país y por cargo de re-

[8] El muestreo de "bola de nieve" es una técnica de muestreo no probabilístico utilizada por los investigadores para identificar a los sujetos potenciales en estudios en donde son difíciles de encontrar. Funciona como un método en cadena. Luego de observar al primer sujeto, se le solicita ayuda para identificar a otras personas que tengan un rasgo de interés similar al grupo objeto de estudio. La ventaja de este sistema es poder llegar a personas que no se conocen previamente y que sería muy difícil encontrar de otra manera; es una estrategia sencilla y que no supone altos costos, a pesar de que no necesariamente da cuenta de una muestra representativa (algo que esta investigación no consigue alcanzar) y de que la misma puede tener sesgos debido al bajo número de respuestas conseguidas y de los nexos entre los sujetos observados.

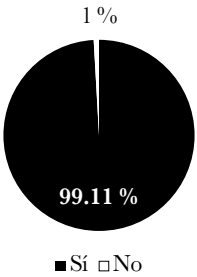
DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

presentación, resultaba muy difícil y costoso plantear una investigación con entrevistas de carácter personal en América Latina. Esto limita el universo de respuestas a personas con acceso a tecnologías de información, en general, y a redes sociales, en particular.

El cuestionario se elaboró en una plantilla de Google Forms y se aplicó a través de redes sociales entre el 5 y el 31 de agosto de 2018.[9] El mismo fue respondido por 225 candidatos y candidatas de 19 países de América Latina y el Caribe, de los cuales México aparece como sobrerrepresentado respecto al resto de los países, lo cual aparece como una limitación para la comparación entre países debido a la diferencia significativa en la procedencia de las encuestas.[10] Asimismo, del total de cuestionarios respondidos, 85.3 % (193) eran mujeres y 14.5 % (33) hombres. A pesar de la insistencia para que más candidatos hombres contestaran el cuestionario y de las diversas solicitudes vía email, Twitter y Facebook que se hicieron para conseguir un mayor número de respuestas de hombres; el porcentaje fue bajo, lo que limita el alcance de la comparación entre géneros de las respuestas.

GRÁFICA 1: ¿Usted ha sido candidata/o a un cargo de elección popular en las últimas elecciones que se celebraron en su país?



FUENTE: Elaboración propia.

[9] La dirección *on line* del cuestionario empleado para esta investigación fue la siguiente: <https://docs.google.com/forms/d/11_ZhnyIihslw1ZQFGQDj1HSapLpYZhUfO2ZzFbS9oFs/>.

[10] Los países fueron los siguientes (por distribución de respuestas): México (49.8 %, 112 cuestionarios), Argentina (11.1 %, 25); Costa Rica (8.4 %, 19), Ecuador (5.3 %, 12), El Salvador (4,4 %4 %, 10), Chile (4.4 %, 10), Paraguay (4.4 %, 10), Venezuela (3.6 %, 8), Perú (2.6 %,7), Honduras (2.2 %, 5), Guatemala (1.3 %, 3), República Dominicana (0.9 %, 2) y del resto de países sólo hubo un cuestionario respondido (Panamá, Belice, Bolivia, Colombia, Uruguay y Nicaragua).

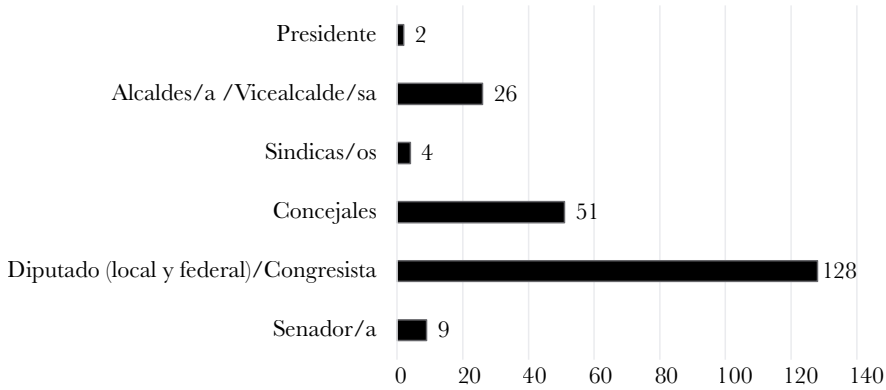
DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

Este sesgo de la investigación también da cuenta de la necesidad de las mujeres (más que de los hombres) de exponer sus experiencias políticas (en particular, con relación al tema de la violencia política de género) así como también del modo en que la red social sesga las respuestas dado que da cuenta de que la Encuesta circuló más entre mujeres que entre hombres candidatos. Asimismo, el hecho de que la convocatoria se hiciera bajo la idea del #LaboratorioMujeresPolíticas probablemente desalentó a muchos hombres candidatos a responder la encuesta realizada, lo que ha limitado la capacidad analítica de la investigación en cuanto a la comparación entre ambos géneros.

El mayor número de respuestas fue de candidatos o candidatas a cargos legislativos federales y/o nacionales (el 32.4 %, 73), diputaciones locales (el 25.8 %, 58), concejalías y/o regidurías (22.2 %, 50), presidencias municipales (intendencias y/o alcaldes) (el 9.8 %, 22), senadurías federales y/o nacionales (4 %, 9), seguidos con una participación mínima por candidaturas a la presidencia de la república, vicepresidencia y/o sindicaturas. La mayoría de los encuestados y encuestadas tenía militancia en un partido político (75.6 %, 170), su candidatura había sido registrada por un partido (94.2 %), para el cargo que esperaba ser registrado/a (80 %) y contaba con al menos diez años de experiencia de participación en política (el 47.6 % del total, 107). Del total de encuestados, la mayoría perdió la candidatura en la que compitió por un cargo de elección popular (57.8 %).

GRÁFICA 2: ¿Cuál es el cargo por el que compitió en las últimas elecciones realizadas en su país?

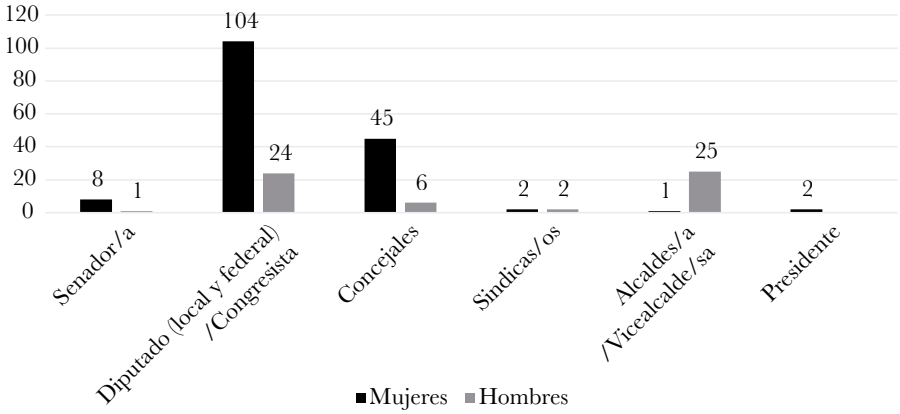


FUENTE: Elaboración propia.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

GRÁFICA 3: ¿Cuál es el cargo por el que compitió en las últimas elecciones en su país por género?



IV. DATOS

La falta de dinero es la barrera más importante para el desarrollo de una carrera política según las personas candidatas encuestadas de América Latina y el Caribe frente a otros factores personales como la poca experiencia en el ejercicio del poder, la falta de habilidades de liderazgo o la escasa autoconfianza en sus oportunidades de éxito electoral. 115 de las 225 encuestadas de los 19 países de América Latina y el Caribe señalaron que ésa era la principal limitante de sus oportunidades de carrera política.[11] En el caso específico de las mujeres, las candidatas encuestadas sostuvieron que eran "el favoritismo de los dirigentes hacia los hombres" (124/225) y el "acoso y la discriminación hacia las mujeres" (112/225) los factores que relegan a las mujeres en la política.[12]

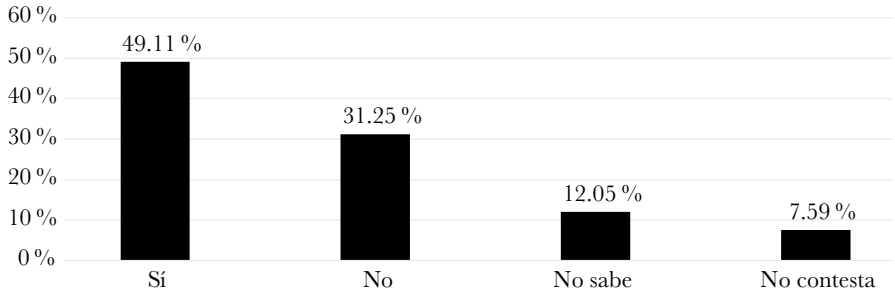
[11] Pregunta realizada: "Finalmente, ¿cuáles son los factores personales que limitan su carrera política? Asígnele un valor, siendo: 1. Nada importante; 2. Medianamente importante; 3. La más importante."

[12] Pregunta realizada: "¿Cuáles son los principales factores que relegan la participación política de las mujeres en su país? Asígnele un valor, siendo: 1. Nada importante; 2. Medianamente importante; 3. La más importante."

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

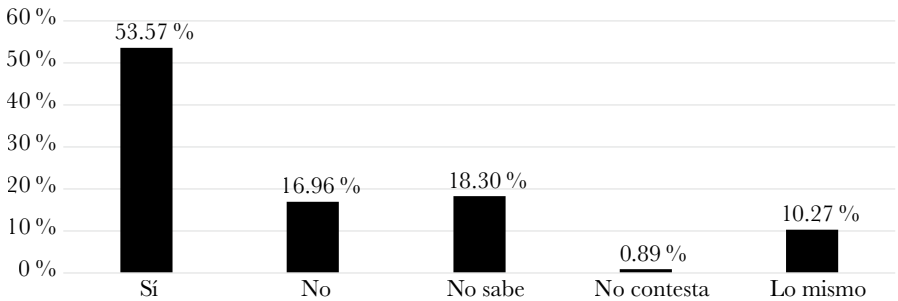
Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

GRÁFICA 4: ¿Considera que existe brecha de género en la asignación de fondos por parte de su partido para las campañas de los hombres *versus* las campañas de las mujeres?



FUENTE: Elaboración propia.

GRÁFICA 5: ¿Considera que los hombres candidatos gastaron más que las mujeres candidatas en sus campañas?



FUENTE: Elaboración propia.

La mayoría de las personas encuestadas afirma que existen brechas de género en la asignación de fondos económicos por parte de los partidos en las campañas electorales (49.3 %) (gráfica 4),[13] que los hombres gastan más dinero que las mujeres en sus campañas (53.8 %) (gráfica 5)[14] y reconocieron

[13] Pregunta realizada: "¿Considera que existe brecha de género en la asignación de fondos por parte de su partido para las campañas de los hombres versus las campañas de las mujeres? (Marque una única opción): "sí", "no", "no sabe", "no contesta".

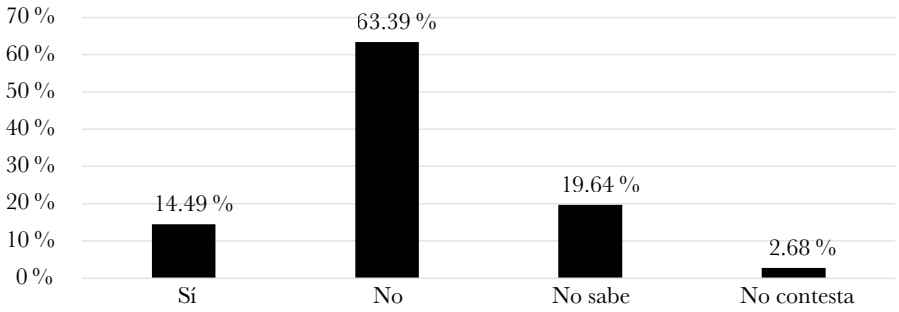
[14] Pregunta realizada: "Considera que los hombres candidatos gastaron más que las mujeres candidatas en sus campañas? (Marque una única opción): "sí", "no", "lo mismo", "no sabe", "no contesta".

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

tener responsabilidades de cuidado en su casa, de niños o de adultos mayores en su familia (54.7 %).[15] Si bien la mayoría señaló que pudo conciliar su vida personal con la política (46.7 %),[16] la vida doméstica y los cuidados los ha tenido que financiar con recursos personales (56 %) o de su familia (25.8 %), dado que nadie reconoció recibir recursos públicos directos para cubrir ese rubro,[17] y además señalaron que en su país el Estado no da dinero directo a las mujeres candidatas (62.7 %).[18] Esto evidencia la ausencia de conocimiento sobre los mecanismos estatales para apoyar de manera directa con recursos a quienes quieren hacer política (gráfica 6) y también el desconocimiento sobre las normativas existentes en algunos países de la región (anexo 1).

GRÁFICA 6: ¿La legislación de su país contempla dinero directo para las candidaturas de mujeres?



FUENTE: Elaboración propia.

[15] Pregunta realizada: "¿Tiene responsabilidades de cuidado en su casa, de niños o de adultos mayores en su familia? (Marque una única opción): "sí", "no", "no contesta".

[16] Pregunta realizada: "En caso de que tenga responsabilidades de cuidado, ¿de qué manera podía conciliar su tiempo privado con la campaña, recaudar fondos, u otras actividades políticas? (Marque una única opción): Pude conciliar la vida personal y la política sin problemas, Fue muy difícil conciliar el cuidado con las actividades políticas, Me fue imposible conciliar ambas, No contesta.

[17] Pregunta realizada: "Si tiene responsabilidades domésticas, ¿cómo financió los gastos asociados al cuidado de la casa mientras hacía campaña electoral? (Marque una única opción): Fondos personales, Fondos públicos (del Estado), Apoyo de amigos, Apoyo de familiares, Apoyo del líder del partido, Otros, No contesta".

[18] Pregunta realizada: "¿La legislación de su país contempla dinero directo para las candidaturas de mujeres? (Marque una única opción): "sí", "no", "no sabe", "no contesta".

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

La mayoría de las respuestas indican que los candidatos y las candidatas financiaron su campaña electoral con recursos propios (34.2 %), con dinero que les dio su partido (24.2 %), con donaciones (12.4 %), con dinero de su familia (7.1 %) y, los menos, solicitando un crédito bancario (4.9 %).[19] Asimismo, la mayoría de los encuestados señaló que los recursos que recibieron de sus partidos fueron en especie (o de manera indirecta) (40.9 %) y sólo un pequeño grupo respondió haber recibido dinero de manera directa del partido (10.7 %) (gráfica 7). Las decisiones respecto a la distribución de los recursos se tomaron "dentro del partido" según indicó la mayoría de los encuestados/as (51.1 %),[20] ya sea por el "Comité Directivo" (38.2 %) o por la "Asamblea Nacional" (8 %).

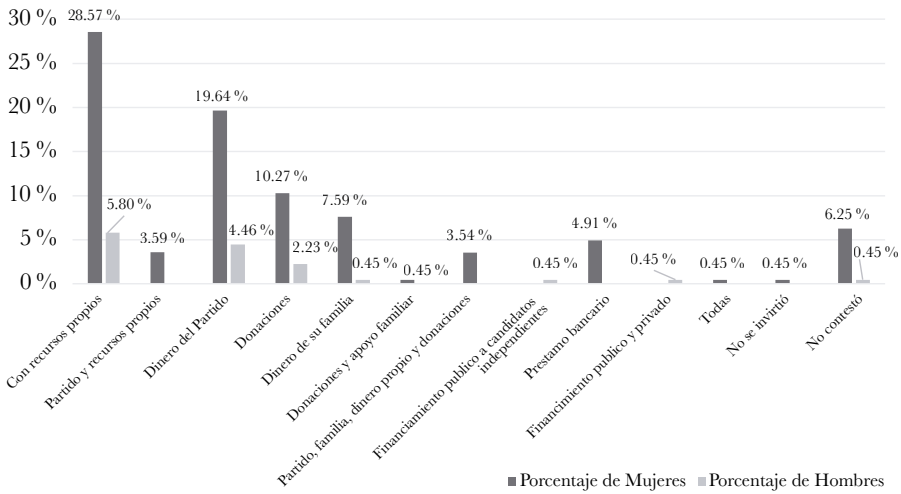
[19] Pregunta realizada: "¿De dónde consiguió los recursos para financiar su campaña electoral? (Marque una única opción, aunque había posibilidad de poner otras opciones): Con dinero que le dio su partido, Con dinero de su familia, Con un préstamo bancario, Con recursos propios; Con donaciones, Parte recurso del partido y parte mi recurso propio, Donaciones y apoyo de un familiar, El único que utilizó recursos fue el candidato a presidente municipal, los regidores no utilizamos recursos para las campañas, Financiamiento público a candidatos independientes, Fondo público asignado a todos los candidatos y recursos propios, Con mi pensión por viudez, Una mezcla de recursos propios y familiar, muy poca donación y ayuda nula del partido, Financiamiento público y privado, Mixto partido, donaciones y recurso, No sé invirtió, No contesta".

[20] Pregunta realizada: "¿Cómo se tomó la decisión sobre la distribución en la asignación de recursos durante la campaña? (Marque una única opción): Dentro del partido, Fuera del partido, No sabe, No contesta, Como lo marca el INE, Dentro de mi red de candidaturas independientes, Está preestablecido en el Código de la Democracia (Ecuador), Yo tomé sola la decisión de cómo y cuándo administrar recursos en mi campaña porque no recibí apoyo de nadie, Lineamientos IEE, La culta mínima de ayuda me dieron, Se conforma un comando electoral, integrado por todos los movimientos independientes que participaron en las elecciones internas, y se ve la organización de las elecciones internas, Fue un tema personal, Dentro del equipo de campaña, Cada quien buscó su financiamiento"

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

GRÁFICA 7: ¿De dónde consiguió recursos para financiar su campaña electoral?



FUENTE: Elaboración propia.

Aun así un grupo significativo de personas encuestadas alertó sobre el hecho de que "no se discutió, no se supo cómo se distribuyeron los recursos" (21.8 %) e incluso de que en la coordinación de la campaña "no hubo distribución de fondos" (17.3 %).[21] En este sentido, un importante grupo de personas encuestadas sostuvo que no conoce el método a partir del cual se asignan los recursos económicos en los partidos (40.4 %) (gráfica 8),[22] aun-

[21] Pregunta realizada: "Si fue dentro del partido, ¿cómo se organizó éste para distribuir fondos entre los diferentes candidatos y candidatas? (Marque una única opción): "Fue por decisión del Comité Directivo; Fue decisión del partido en el Congreso Nacional o Asamblea, No se discutió, nunca se supo cómo se distribuyeron, No hubo distribución de fondos del partido, El Comité Estatal del PAN simula asignar lo correspondiente a un candidato, en especial a mí, y de mis fondos le financiaban al candidato a gobernador, y a mí me autorizaba a gastar menos, el PAN contrata a los proveedores, no te permite contratar a los proveedores porque los dirigentes del PAN inflan los precios, Como correspondía el financiamiento. Fue el órgano directivo de mi red de candidaturas independientes, No sé, Asesoramiento publicitario y el CNE cancela directamente, Yo no recibí nada de mi partido, El IEE designa montos iguales, El Comando Electoral define cuales son las prioridades electorales, Independiente".

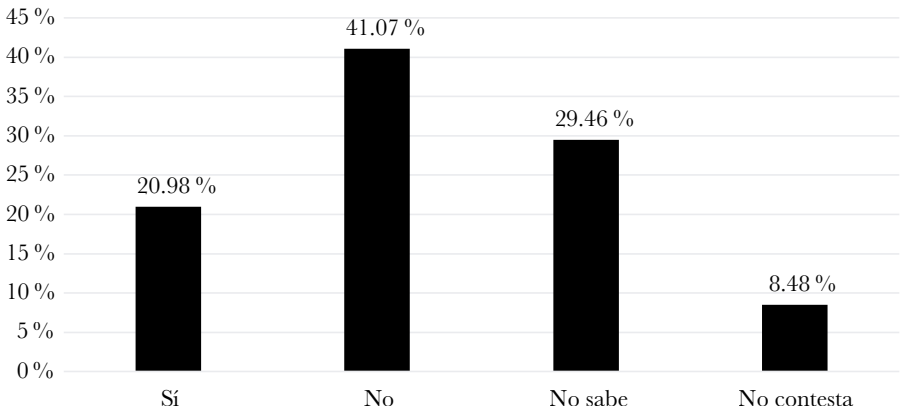
[22] Pregunta realizada: "¿Existe un método claro de cálculo y criterios conocidos por todos para distribuir los fondos entre las candidaturas de su partido? (Marque una única opción): "sí", "no", "no sabe", "no contesta".

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

que sí señaló haber recibido capacitación sobre la entrega, distribución y comprobación de los recursos económicos (46.7 %).[23]

GRÁFICA 8. ¿Existe un método claro de cálculo y criterios conocidos por todos para distribuir los fondos entre las candidaturas de su partido?



FUENTE: Elaboración propia.

La mayoría de las personas encuestadas señaló que las mujeres de su partido recibieron capacitación directa para ser candidatas (49.8 %)[24] pero también que los hombres tuvieron al menos una capacitación en liderazgo realizada por el partido.[25] Si bien los entrevistados conocen que existe

[23] Pregunta realizada: "En cuanto a la financiación, ¿su partido le dio capacitación e información para la entrega, distribución y comprobación de los recursos económicos? (Marque una única opción): "sí", "no", "no contesta".

[24] Pregunta realizada: "¿Las mujeres de su partido recibieron capacitación para ser candidatas o, en su caso, financiamiento para participar en programas de capacitación? (Marque una única opción): Las mujeres candidatas recibieron capacitación directa de su partido, Las mujeres candidatas no recibieron capacitación directa, pero sí dinero para participar de talleres, seminarios, entre otros, Las capacitaciones las hice por mi cuenta, Sólo una capacitación fuera y yo cubrí los gastos, A mí no me incluyeron en esa capacitación sólo para mujeres. Fue una de rigor que era de los principios del partido, Sólo capacitación, pero no dinero, Ni dinero, ni capacitación, No se capacitó aun cuando existe un porcentaje de dinero por ley, No sabe, No contesta.

[25] Pregunta realizada: "¿Recibieron los hombres de su partido capacitación para ser candidatos o financiamiento para participar en programas de liderazgo? (Marque una única opción): Los hombres candidatos recibieron capacitación directa de su partido, Los hombres candidatos no recibieron capacitación directa pero sí dinero para programas de liderazgo, No recibieron ni dinero ni capacitación, No sabe, No contesta".

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

dinero para la financiación de la capacitación de los militantes y que un porcentaje está etiquetado con perspectiva de género, éste suele usarse únicamente para formar mujeres (como ocurre en México, Honduras o Costa Rica), aun cuando la regla formal no exija que sólo sean mujeres. Existe una creencia implícita en los partidos respecto a que las mujeres son las que deben ser capacitadas y que el recurso del financiamiento etiquetado debe ser empleado fundamentalmente para la formación de las mujeres militantes e incluso muchas veces este criterio es esgrimido como una de las condiciones necesarias para ser candidatas por parte de las dirigencias partidistas.[26]

Esta es un área de oportunidad central para la capacitación de la militancia para que incorporen valores hacia la igualdad y la perspectiva de género. También lo es impulsar formación política técnica específica para las mujeres (centrada en habilidades y competencias) y cursos específicos sobre nuevas masculinidades y transversalización de la perspectiva de género para hombres, dado que ellos también requieren de nuevos aprendizajes que les permitan impulsar políticas incluyentes y generizadas.

V. Radiografía de los retos del financiamiento

Los datos dan cuenta de cómo las medidas de acción afirmativa (como las cuotas) y/o el principio de paridad de género son muchas veces desvirtuados dadas las condiciones de operación de los partidos y las prácticas de uso y acceso de los recursos económicos, desfavoreciendo éstos a las candidatas mujeres. También los datos indican de manera clara los espacios en los que se puede nivelar la cancha de manera equitativa para la participación de las mujeres en la campaña electoral y los puntos sobre los que se puede impulsar una agenda de reformas. Los retos del financiamiento que se han encontrado a partir de las percepciones indicadas en la encuesta pueden agruparse de la siguiente manera:

Reto # 1. Las mujeres reciben menos dinero que los hombres para hacer sus campañas electorales. Ochenta y cinco por ciento de las encuestadas eran mujeres. Casi 50 % señaló la existencia de una brecha de género en la asignación de fondos económicos por parte de los partidos para las campañas electorales. Señalan también tener menos acceso a redes de finan-

[26] La mayoría de las actividades de formación partidista desarrollada con el porcentaje de capacitación se destina únicamente a las mujeres y no se suele formar con perspectiva de género a los hombres. Muchas de esas actividades no necesariamente se realizan con perspectiva de género. Es más, los hombres suelen ver como que estas actividades no están destinadas para ellos.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

ciamiento y a tener que depender de fondos personales para implementar sus campañas. La paridad en la oferta la garantizan las leyes de cuotas y de paridad de género, pero no necesariamente en las condiciones para las campañas, incluida la presencia en medios de comunicación.

Reto # 2. Las mujeres enfrentan más dificultades para disponer de su tiempo personal. La desigual distribución del trabajo doméstico y de atención de la familia afecta también las condiciones de competencia de manera desfavorable para las mujeres políticas. La mayoría de las encuestadas reconocieron tener responsabilidades de cuidado en su casa, de niños o de adultos mayores en su familia, y dado el hecho de que casi 90 % eran mujeres, hace evidente que las mujeres tienen más dificultad de disponer de su tiempo personal frente a las tareas de cuidado. Igualmente, sobre la base de los datos recolectados para esta investigación, los partidos o fondos públicos para las candidaturas no se han ocupado de proveer subsidios directos para las mujeres candidatas o impulsar fondos semilla para compensar esta carga de la vida privada, que tiende a ser asumida predominantemente por las mujeres, más que los hombres.

Reto # 3. Las mujeres no tienen conocimiento sobre cómo se distribuyen los fondos públicos y privados dentro de los partidos. La opacidad en el manejo de los fondos, privados o públicos dentro de un partido desfavorece a todos los candidatos por regla general. El hecho de que los miembros de una organización no conozcan el modo en que se distribuyen los recursos afecta la transparencia de una elección, así como los niveles de democracia interna y la propia transparecia del partido. Asimismo, tal como lo registran la mayoría de las encuestas, el desconocimiento de los procesos de toma de decisiones partidistas tiende a afectar de manera más acentuada a las mujeres que a los hombres, acentuando la brecha de género

Reto # 4. Las mujeres no (suelen) acceder a créditos bancarios que les ayuden a pagar los gastos de las campañas electorales. Sólo un pequeño grupo de mujeres (casi 5 %) afirmó que consiguió un crédito bancario para financiar su campaña electoral, lo que da cuenta del bajo nivel de formalización bancaria del proceso electoral. Asimismo, ningún hombre señaló haber recibido un crédito bancario para hacer campaña.

Reto # 5. Las mujeres son las que reciben de manera mayoritaria los cursos de capacitación para la formación del liderazgo en aquellos países donde existe financiamiento etiquetado con perspectiva de género. Un dato que resulta de la investigación de campo realizada para este estudio es que no necesariamente las mujeres que reciben la capacitación son las que luego son nominadas como candidatas. Por ejemplo, esto ha quedado en evidencia en México y Costa Rica.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

VI. Conclusiones: una agenda de reformas para la igualdad

Los problemas de financiamiento de las campañas electorales que enfrentan las mujeres pueden ser superados con algunas intervenciones específicas a través de reformas legales. Aun cuando el hecho de que se aprueben normas no supone necesariamente que los partidos las cumplan. La ausencia de esas reglas da cuenta de que se está perdiendo una oportunidad importante para transformar las prácticas excluyentes que emplean muchos dirigentes y sus partidos. De este modo, la agenda de reformas propuestas incluye de manera complementaria estrategias institucionales, así como estrategias no institucionales.

La reducción de la brecha de género en el acceso a los recursos por parte de las mujeres que son candidatas hace pensar en la necesidad de impulsar una serie de reformas políticas, institucionales y no institucionales, que mejoren el funcionamiento de los partidos y el modo en que se compite en las democracias contemporáneas:

Propuesta de reforma # 1. Impulsar protocolos que permitan financiar de manera transparente las campañas de las mujeres candidatas, exigiendo métodos claros de distribución de los recursos para las candidatas mujeres y los candidatos hombres, con la intención de reducir y/o eliminar la brecha de género existente. La distribución de las asignaciones debe realizarse en al menos dos etapas: la de la nominación (precandidatura) y la de la campaña electoral; debe haber claridad en la determinación de quién es el sujeto que recibe el dinero y el que rinde cuentas por dicho dinero: si es el partido (y no la persona candidata individual). Asimismo, deben quedar claros cuáles son los criterios y los mecanismos de distribución de los ingresos entre las candidaturas, así como también debe estar claro el formato del aporte público, orientado más a que sea un adelanto o aporte previo que un reembolso de gastos. También deben establecerse límites específicos a los gastos de campaña, dado que esto favorece a las candidaturas con menos fondos (como suelen ser las de las mujeres) y, finalmente, sanciones claras por incumplimiento de las normas exigidas por ley. A mayor transparencia, mayores son las oportunidades para evidenciar las brechas de acceso para las mujeres y más fácilmente podrán incorporarse los arreglos institucionales para nivelar la cancha para las candidatas generando entornos de competencia más amigables para las mujeres.

Propuesta de reforma # 2. Promover la adopción de mecanismos de distribución de fondos públicos destinados de manera directa a las candidatas para pagar actividades vinculadas al cuidado doméstico (pagar *babysitters*,

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

cuidado de mayores, entre otros).[27] Estas reformas deben ser un mecanismo que acompañe a aquéllas a los sistemas nacionales de cuidado, entendidos como "el conjunto de acciones públicas y privadas intersectoriales que se desarrollan de forma articulada para brindar atención directa a las personas y apoyar a las familias en el cuidado de los miembros del hogar. Esto incluye la atención de personas dependientes (menores de edad, las personas con alguna discapacidad, los ancianos, los enfermos)" (Batthyani, 2015: 124). En la región, para 2015 existían considerables avances en términos normativos y de legislación en la materia: 20 países tienen legislación sobre licencias por maternidad y lactancia materna, 12 con legislación sobre licencias por paternidad, 18 con leyes sobre discapacidad, 4 con legislación sobre trabajo doméstico y 9 que han suscrito el Convenio 156 de la OIT respecto a trabajadores y trabajadoras con responsabilidades familiares (Batthyani, 2015). Sin embargo, esto no se ha visto acompañado de una incorporación de un enfoque particular de género y, en algunos casos, se presenta una débil institucionalidad y, a la vez, baja cobertura. Esto se traduce en mayores cargas para las mujeres, y menos posibilidades de dedicar tiempo a la política.[28]

Propuesta de reforma # 3. Acceso a los medios como aporte indirecto, garantizando la visibilidad de las mujeres candidatas. De la misma manera que algunos países tienen estos incentivos para los partidos, se podría pensar en estimular la participación política de las mujeres dando tiempo aire en los medios para que ellas cuenten con oportunidades para promover sus propuestas de campaña.

Propuesta de reforma # 4. Promover medidas para la concesión de dinero directo a las candidatas mujeres registradas ante la autoridad electoral. De esta manera se sugiere que el dinero se entregue a una cuesta bancaria individual, sin que se les otorgue a las cúpulas de los partidos ni tampoco a las secretarías de las mujeres de los partidos.

Propuesta de reforma # 5. Promover la introducción y/o fortalecimiento de las leyes de cuotas y/o paridad de género de programas de formación y difusión para que las mujeres militantes puedan conocer sus derechos. Estas medidas servirían para que conozcan también de manera específica, los sistemas de financiamiento existentes (incluido el modo en que los partidos

[27] Se incluye: *a)* gastos de viaje y de manutención, *b)* gastos del cuidado de niños y niñas, *c)* gastos vinculados al cuidado de personas con discapacidad en el hogar, que la candidata o el candidato tiene la responsabilidad de proveer, y, finalmente, *d)* cualquier otro gasto que la candidata o el candidato con alguna discapacidad tenga que incurrir para poder hacer su campaña.

[28] La legislación canadiense ofrece un buen ejemplo del uso o dedicación de fondos públicos para apoyar los gastos del cuidado del hogar para candidatos y candidatas.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

deben distribuir ese recurso) y puedan acceder a ese apoyo en cada campaña electoral.

Propuesta de reforma # 6. Promover protocolos de entendimiento de los partidos con los bancos para que las mujeres puedan acceder a créditos que les permita contar con autonomía económica para hacer sus campañas. Costa Rica es una excepción en esta materia. En este sentido, se deben fomentar líneas de créditos subsidiadas para la actividad política como si fueran microcréditos por parte de los partidos políticos.

Propuesta de reforma # 7. Promover que los partidos capaciten a un porcentaje sustantivo de las mujeres que van a ser candidatas. Resulta importante que lo hagan en aspectos técnicos (centrados en habilidades y competencias) vinculados a su papel como legisladoras y/o tomadoras de decisión (además de los programas de empoderamiento en derechos) y que los hombres también participen en los programas de capacitación en derechos y transversalización del género en las políticas públicas. En este sentido, también se pueden fomentar alianzas con organizaciones de la sociedad civil (ONG) que promueven la transversalización de la perspectiva de género para que colaboren en la transformación de los valores y las prácticas que afectan la representación política de las mujeres, entre otras.

Propuesta de reforma # 8. En los países donde se permite un porcentaje de financiamiento privado, deben realizarse acciones concretas para permitir la microfinanciación política o la recaudación de fondos *on line* para las candidaturas de mujeres.[29] Esto supone la promoción de redes independientes de financiamiento que apoyen de manera complementaria a las mujeres candidatas, más allá del dinero que los partidos les entreguen de manera directa.

Propuesta de reforma # 9: Promover la introducción de reglas de financiación para el funcionamiento interno en los partidos. La idea es que los fondos sean distribuidos para líneas o facciones internas y para candidaturas de manera equitativa, así como para la capacitación de las mujeres en el fortalecimiento de las campañas. También podría promoverse la creación de un fondo partidario dentro del partido político para apoyar las actividades de campaña o los costos de entrenamiento de las candidaturas de mujeres.

[29] En la elección de México de 2018, un grupo de académicas, políticas y miembros de la sociedad civil, crearon una iniciativa de este tipo denominada "Fondo Paridad", para generar apoyo a las mujeres candidatas que necesitaban asistencia legal por casos de violencia política en razón de género.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

VII. Referencias bibliográficas

BALLINGTON, Julie, 2008, *Equality in politics. A Survey of Women and Men in Parliaments,* Geneva, Inter-Parliamentary Union.

BATTHYÁNI DIGHIERO, Karina, 2015, *Las políticas y el cuidado en América Latina, una mirada a las experiencias regionales,* Serie Asuntos de Género 124, Santiago de Chile, CEPAL.

CARRILLO, Manuel, LUJAMBIO, Alonso, NAVARRO, Carlos y ZOVATTO, Daniel, 2003, *Dinero y contienda político-electoral: reto de la democracia*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica.

CASAS-ZAMORA, Kevin y FALGUERA, Elin, 2016, *Political finance and the equal participation of women in Colombia: A situation analysis,* Stockholm, International IDEA/Netherlands Institute for Multiparty Democracy.

CÓRDOVA VIANELO, Lorenzo y MURAYAMA, Ciro, 2006, *Elecciones, dinero y corrupción: Pemexgate y Amigos de Fox,* Ciudad de México, Cal y Arena.

DOŠEK, Tomáš, FREIDENBERG, Flavia, CAMINOTTI, Mariana y MUÑOZ-POGOSSIAN, Betilde, eds., 2017, *Women, Politics and Democracy in Latin America*, Nueva York, Palgrave MacMillan.

ESTRADA RUIZ, Erika, 2018, "El financiamiento público como una vía para promover la representación política de las mujeres en México, Colombia y Brasil", en FREIDENBERG, Flavia, CAMINOTTI, Mariana, MUÑOZ-POGOSSIAN, Betilde y DOŠEK, Tomáš, eds., *Mujeres en la política: Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina,* Ciudad de México, Instituto Electoral de la Ciudad de México e Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 99-117.

FERREIRA RUBIO, Delia, 2013, "Financiamiento político, género y equidad en la competencia electoral", *Revista Andamios*, vols. 7 y 8 (octubre-abril), pp. 78-86.

FERREIRA RUBIO, Delia, 2009, "Financiación política y género en América Latina y el Caribe", trabajo presentado en el Encuentro de Mujeres Parlamentarias de América Latina y el Caribe, Madrid, junio, pp. 15-16.

FREIDENBERG, Flavia, 2018, "Ellas también saben. Estereotipos de género, resistencias a la inclusión y estrategias para feminizar la política", *Pluralismo y Consenso: Revista del Senado de la República,* vol. 8, pp. 122-137.

FERREIRA RUBIO, Delia y URIBE MENDOZA, Cristhian, 2019, "Las reformas político-electorales en América Latina (2015-2018)", *Revista de Estudios Políticos,* vol. 185, pp. 191-223.

FREIDENBERG, Flavia, CAMINOTTI, Mariana, MUÑOZ-POGOSSIAN, Betilde y DOŠEK, Tomáš, eds., 2018, *Mujeres en la política: Experiencias nacionales y*

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

subnacionales en América Latina, Ciudad de México, Instituto Electoral de la Ciudad de México e Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

FREIDENBERG, Flavia y DOŠEK, Tomáš, 2016, "Las reformas electorales en América Latina (1978-2015)", en CASAS ZAMORA, Kevin, MUÑOZ-POGOSSIAN, Betilde, VIDAURRE, Marian y CHANTO, Raquel, eds., *Reformas políticas en América Latina: tendencias y casos*, Washington, D.C., Organización de los Estados Americanos, pp. 25-92.

GUTIÉRREZ, Pablo y ZOVATTO, Daniel, 2011, *Financiamiento de los partidos políticos en América Latina,* México, UNAM.

INTERNATIONAL IDEA, 2014, *Funding of Political Parties and Election Campaigns: A Handbook on Political Finance,* <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/funding-of-political-parties-and-election-campaigns.pdf>, consultado el 21 de enero de 2018.

OHMAN, Magnus, 2018, *Gender-Targeted Public Funding for Political Parties. A Comparative Analysis.* Stockholm, International IDEA.

POMARES, Julia, 2014, "Los techos de billetes entre las mujeres y la política", *La Nación,* <http://www.lanacion.com.ar/1698865-un-techo-de-billetes-entre-las-mujeres-y-la-politica>, consultado el 29 de febrero de 2015.

PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO, 2007, *Financiamiento electoral para fomentar la participación política de las mujeres: Una guía para la elaboración de programas del PNUD,* Washington, PNUD.

PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO, 2015, *Pobreza, oportunidades económicas desiguales y género. Hipótesis para la discusión*, Washington, PNUD.

URIZAR, Alejandro, OMANA, Rebeca y MUÑOZ-POGOSSIAN, Betilde, 2012, *Observing Political-Electoral Financing Systems: A Manual for OAS Electoral Observation Missions*, Washington, Organization of American States.

ZOVATTO, Daniel, 2003, "América Latina", en CARRILLO, Manuel, LUJAMBIO, Alonso, NAVARRO, Carlos y ZOVATTO, Daniel, eds., *Dinero y contienda político-electoral: Reto de la democracia*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica.

ZOVATTO, Daniel, 2018, *Reforma político-electoral e innovación institucional en América Latina (1978-2016),* Ciudad de México, Tirant lo Blanch.

ZOVATTO, Daniel y CASAS ZAMORA, Kevin, 2016, "El costo de la democracia: Apuntes sobre la regulación del financiamiento político en América Latina", <https://www.brookings.edu/es/research/el-costo-de-la-democracia-apuntes-sobre-la-regulacion-del-financiamiento-politico-en-america-latina/>.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

VIII. Anexo. Reglas electorales respecto a financiamiento político con perspectiva de género en América Latina

País	*Financiamiento con perspectiva de género*	*Rubro*	*Legislación*
Brasil	Al menos 5 % de los recursos del fondo partidario han de ser empleados en programas de promoción y difusión de la participación de las mujeres en la política (aporte público orientado)	Promoción y difusión	*Ley nº 12034,* de 2009
	Espacio franja gratuita medios (mínimo 10 %)	Acceso a medios	Art. 44 de la *Ley de Partidos Políticos,* Ley n°9096 (año 2015)
	Sí, 30 % de los recursos con los que cuentan los partidos políticos brasileños para las campañas electorales deberán dedicarse a financiar candidaturas de mujeres.	Promoción	Resolución del Tribunal Superior Electoral Nº 23.568,del 24/05/2018
Chile	Sí, 10 % del financiamiento público dedicado a capacitación.	Capacitación	Art. 33 bis. *Ley n° 18603*
		Plus de financiación por mujeres electas	
Colombia	Sí, 15 % debe destinarse a actividades que promocionen la inclusión de mujeres, jóvenes y minorías étnicas (aporte público orientado).	Promoción y capacitación	Art. 18 de la *Ley de Partidos Políticos n° 1475*
	5 % se distribuirá por partes iguales entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de mujeres elegidas en las corporaciones públicas.	Plus de financiación por mujeres electas	Art. 17 de la *Ley de Partidos Políticos n° 1475*
Costa Rica	Aporte público orientado (sin especificar montos)	Promoción	1990

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

País	*Financiamiento con perspectiva de género*	*Rubro*	*Legislación*
	Sí, pero no especifica porcentajes o montos. El TSE controlará si el dinero público se utilizó efectivamente el dinero para fomentar la igualdad; caso contrario, no autorizará el pago del monto en el rubro de capacitación. Creación de un fondo paritario para la promoción de valores democráticos. "Los partidos políticos garantizarán, en sus respectivas liquidaciones, que los gastos que realicen en el rubro de capacitación durante el periodo no electoral están siendo destinados, en sus montos y actividades, a la formación y promoción de ambos géneros en condiciones de efectiva igualdad, según el inciso p) del artículo 52 de este Código. Para tal fin, deberán acompañar la liquidación respectiva con una certificación emitida por un contador público autorizado, en la que se especifique el cumplimiento de esta norma. Si la certificación no se aportara, el TSE entenderá que el respectivo partido político no cumplió y no autorizará el pago de monto alguno en ese rubro".	Capacitación	Art. 103 de la *Ley n° 8765,* de 2009

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

País	*Financiamiento con perspectiva de género*	*Rubro*	*Legislación*
	"Los partidos políticos deben invertir parte de su presupuesto para alentar la capacitación de mujeres de forma permanente y paritaria, la concientización de la igualdad de los géneros, la promoción de los liderazgos, la participación política, el empoderamiento, la postulación y el ejercicio de puestos de decisión, entre otros".		
Honduras	Sí, 10 % para la motivación, capacitación y formación de jóvenes y mujeres. Penalidad sobre monto del financiamiento público. Los presupuestos deben transferir a los partidos políticos un monto equivalente al 10 por ciento de la deuda pública para cada partido destinado a la capacitación.	Capacitación y promoción política	Art. 82 de la LEOP del 2007/2008 Art. 105A de la Ley Electoral de 2008, poner en vigencia en 2013 (DECRETO No. 54-2012).
México	Sí, 2 % del aporte público orientado (de lo entregado anualmente)	Promoción y capacitación	2007
	Sí, 3 % anual a actividades de promoción del liderazgo femenino.	Promoción y capacitación	Art. 51 inc. A sección V de la LGPP de 2008 *Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales*
Panamá	Sí, el 2.5 por ciento del aporte público.	Promoción	2002

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://tinyurl.com/4kp7883h

País	*Financiamiento con perspectiva de género*	*Rubro*	*Legislación*
	Para estas actividades se destinará un mínimo de veinticinco por ciento (25 %). Del aporte anual en base a votos se deberá garantizar un porcentaje mínimo del diez por ciento (10 %) para el desarrollo de actividades exclusivas para la capacitación de mujeres.	Capacitación	Art. 169 inc. 2.4.c. *Ley nº 60 (Código Electoral)*, del 2006
	Sí, 20 % del aporte público orientado para capacitación	Capacitación	2012
	Sí, 20 % actividades exclusivas para capacitación de mujeres coordinadas con la Secretaría de la Mujer (o equivalente).	Capacitación	Art. 48 inc. 24 d de la *Ley 29* (Año 2017)

FUENTE: Elaboración propia con base en legislación vigente, de Ferreira Rubio (2013) y del Observatorio de Reformas Políticas en América Latina (1978-2021), Instituto de Investigaciones Jurídicas-Universidad Nacional Autónoma de México. Fecha de revisión y actualización: enero de 2021.

DR © 2022.
Universidad Nacional Autónoma de México- Instituto de Investigaciones Jurídicas
Instituto Electoral de la Ciudad de México-https://www.iecm.mx/