

EL FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS: VISIÓN CHILENA Y PERSPECTIVA COMPARADA

Jorge Ríos Briones

Universidad de Playa Ancha
e-mail: jrriosb66@latinmail.com

RESUMEN

El financiamiento de los partidos políticos es considerado como uno de los elementos fundamentales en el desarrollo de la institucionalidad y la democracia en el mundo, razón por la cual se hace cada vez más necesario el conocer experiencias en este sentido, para desarrollar una normativa propia y acorde con nuestra realidad.

ABSTRACT

The finance of the political parties is considered as one of the fundamental elements in the development of the institutionalizing and the democracy in the world, reason for the one which, it becomes more and more necessary knowing experiences in this sense, to develop a normative one own and according to our reality.

PALABRAS CLAVES: Financiamiento, Partidos Políticos, Contribuciones, Democracia, Elecciones.

KEY WORDS: Finances, Political Parties, Contributions, Democracy, Elections.

La financiación de partidos y candidatos políticos se ve como una necesidad en los sistemas democráticos, en los que distintas opciones políticas tienen que competir por la victoria electoral, lo que significa mantener sus estructuras organizativas en períodos interelectorales. Hacer frente a estos objetivos implica contar con las disponibilidades económicas necesarias o tener que generarlas por diversas vías.

Uno de los primeros problemas es la contradicción que se presenta entre la desigualdad económica y el principio de igualdad de oportunidades que inspiran los ordenamientos constitucionales de los sistemas democráticos, lo que podría llegar a convertirse en un factor de inestabilidad para el sistema. El proceso electoral es el cauce por medio del cual acceden a los cargos públicos las distintas fuerzas sociales, siendo necesario que durante la campaña electoral se garantice suficiente información para cada una de las opciones políticas en juego, de tal manera que ninguna situación de monopolio informativo pueda impedir que los electores, o parte de ellos, no voten de acuerdo con sus intereses por falta de información o por la imposibilidad de acceder a ella. Situación que de producirse podría provocar desconfianza en la institucionalidad y consecuentemente encontrarse con una baja en la legitimación.

Otro problema derivado de las necesidades económicas que han de afrontar partidos y candidatos, lo constituye la dependencia política en que éstos se encuentran con respecto a sus fuentes de financiación poco definidas y, por lo general, generosas. No se trata de que las opciones defendidas por nuestros representantes sean independientes de los sectores sociales que han favorecido su victoria, sino de la posibilidad de que aquéllas defiendan los intereses económicos de unos pocos grupos o individuos de los que obtienen como contrapartida importantes apoyos económicos.

A esta problemática, a la que desde finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, se intentó dar soluciones legislativas en algunos países, se han sumado nuevos aspectos a partir de los años sesenta, entre los que cabe destacar dos problemas básicos: En primer lugar, se han agudizado las necesidades económicas de las fuerzas políticas, como consecuencia tanto del incremento de los gastos electorales que produce el empleo de las nuevas técnicas de propaganda y marketing, como de los gastos de mantenimiento permanente de la organización partidista, cada vez con mayor necesidad de profesionalizar sus diferentes servicios.

En segundo término, ha aparecido una crisis en los sistemas tradicionales de financiación de los partidos los que no han podido, en muchos casos, soportar las nuevas demandas económicas. Dificultades de autofinanciación que podrían asociarse a la denominada "crisis de los

partidos" ¹, que ha merecido especial atención en los últimos años y una de cuyas manifestaciones sería la disminución cualitativa y cuantitativa de afiliación, la que ha sido potenciada por los siguiente factores, los que aún no están claros de manera definitiva:

a) *Transformación de la estrategia de los partidos pasando, de ser instrumentos de representación de una clase social, a representar los intereses de diversos sectores sociales no siempre coincidentes;* b) *consolidación casi exclusiva del Parlamento como marco de resolución de conflictos, dejando a un lado las movilizaciones sociales;* c) *desvalorización del papel desempeñado tradicionalmente por los militantes, quienes habrían dejado de constituir para los partidos un recurso organizativo;* d) *bajos niveles de participación de los militantes en la elaboración de las líneas políticas cuya formulación queda en manos de la élite que compone el partido* ².

A modo de aproximación al tema hay que remitirse a una breve revisión del camino que han recorrido aquellos países que poseen un marco legal para esta actividad, tomando en consideración a Estados Unidos, por su avance en la materia, y España, por su cercanía cultural y legal. El caso chileno es abordado, dada la escasez de fuentes, a modo de revisión y en miras de una más profunda investigación.

1. ESTADOS UNIDOS

Con el nacimiento de Estados Unidos y del sistema presidencial, también hacen su aparición las primeras campañas presidenciales. En un comienzo era suficiente lo que aportaban los candidatos y las cuotas impuestas a los funcionarios para cubrir los gastos necesarios, pero *a medida que aumentaron los costos, hubo necesidad de buscar otras fuentes* ³.

La primera manifestación que va dirigida a la entrega o recepción (relativamente oficial) de "ayudas" para realizar el trabajo político, se le atribuye a Andrew Jackson en 1828, con la introducción del llamado "*sistema de botín*" ⁴, o sea, la práctica de recompensar con favores y cargos gubernamentales a quienes han contribuido (en dinero o influencia) a las campañas.

¹ Dahl, Robert. **La Poliarquía**. Editorial Rei. Buenos Aires. 1988. Pág. 83.

² *Ibidem*. Págs. 112 - 115.

³ Alexander, Herbert E. **Financiamiento de las Campañas Electorales Presidenciales**. Temas de la Democracia. USIS, Vol. 1, N° 13. Septiembre de 1996. Pág. 155.

⁴ *Ibidem*. Pág. 54.

Al finalizar la Guerra Civil en 1865, las corporaciones y los individuos que amasaron fortunas en la industria estadounidense, comenzaron a pagar una parte importante de los costos de las campañas presidenciales, dado que se habían convertido en un muy buen negocio donde invertir. Esta fuente de ingresos adquirió mayor importancia cuando *el Congreso de Estados Unidos aprobó la Ley de Reforma del Servicio Civil de 1883*⁵, que prohibía a los funcionarios y empleados del gobierno de Estados Unidos procurar o recibir contribuciones políticas. Otro ejemplo en la misma línea es la denominada *Ley Hatch de 1939*⁶, que extendió a casi todos los empleados de la rama ejecutiva del gobierno federal las restricciones sobre la actividad política.

En las elecciones presidenciales de 1904 se levantó una serie de protestas de los sectores demócratas por el papel que jugaron las empresas en la financiación de la campaña del presidente Roosevelt. Según los denunciantes, *millones de dólares habían sido transferidos al partido republicano desde las "corporaciones" para financiar la campaña del candidato a presidente*⁷ En 1905, el ya presidente Theodore Roosevelt, paradójicamente reconoció la necesidad de realizar reformas en el financiamiento de las campañas e instó a la aprobación de la legislación que prohibía las donaciones de empresas para fines políticos, por considerar que en algún momento determinado podrían comprometer los intereses del Estado y la igualdad entre los candidatos, hecho que afectaría profundamente la democracia.

En 1925, a consecuencia de hechos anteriores, se compiló y revisó la legislación federal sobre el financiamiento de las campañas considerándose pertinente el dictar una nueva ley, la *Federal Corrupt Practice Act de 1925*⁸. Esta situación se mantuvo hasta 1972. En la práctica se burló en forma reiterada, dado que quienes tenían que velar por su cumplimiento también eran de la opinión de que los fondos entregados eran muy escasos; preferían pasar por alto la fiscalización; aparte se buscan nuevos e ingeniosos medios para poder justificar y recaudar fondos con un origen espurio.

La normativa era flagrantemente violada, dado que quienes tenían que velar por su cumplimiento, también eran de la opinión de que los fondos entregados eran escasos, preferían pasar por alto la fiscalización.

⁵ Alexander, Herbert E. Pág. 81.

⁶ Alexander. Pág. 98.

⁷ Del Castillo Vera, Pilar. **La Financiación de los Partidos Políticos y Candidatos en las Democracias Occidentales**. Centro de Investigaciones Sociológicas . España , 1988 . Pág. 22

⁸ Del Castillo. Pág. 23.

Se ven en la necesidad de enfocar la atención a las contribuciones del sector empresarial, cuando éstas también son prohibidas; los candidatos y los partidos procuraron regalos de individuos adinerados, incluso de muchos accionistas y directores de estas empresas. Estas acciones tenían por finalidad identificar lealtades, simpatías y, por sobre todo, futuras contribuciones.

A los candidatos no sólo les son atractivas las grandes contribuciones, sino que *también las pequeñas*⁹, especialmente las realizadas a través del correo. Desde entonces esta manera de captar fondos se ha transformado en una de las formas más importantes de ingresos en todo tipo de campañas.

En la década de los setenta se crea una comisión oficial con la finalidad de estudiar las posibles reformas a la legislación, especialmente en lo que se refiere a la limitación de los gastos *con la idea de democratizar las campañas electorales*¹⁰. Se les incorpora en la *Ley Federal de Campañas Electorales de 1971 (FECA)*¹¹, limitando los gastos de publicidad por considerar que son *una de las principales fuentes de desigualdad política especialmente en lo que se refiere a la representación*¹². Esta ley tuvo una corta vida, ya que se vio afectada por el escándalo Watergate (la opinión pública no se encontraba a favor de establecer nuevos límites en los gastos electorales y seguir favoreciendo a quienes habían intervenido en dichos sucesos) y por casos de abusos financieros en la campaña de 1972.

El Congreso enmendó la FECA en 1974 para fijar límites a las donaciones de las personas, los partidos políticos y los PAC¹³, con un rigor desconocido de la legislación electoral federal norteamericana.

El financiamiento público de las elecciones federales, como propuso por primera vez el presidente Roosevelt en 1907, comenzó a cobrar forma en 1971, cuando el Congreso estableció el aporte de US\$1, que se entrega por medio de la declaración del impuesto sobre la renta, para financiar las *campañas electorales generales para la presidencia y las convenciones nacionales de los partidos*¹⁴. La finalidad de todas estas enmiendas es llevar

⁹ Son varios los candidatos presidenciales que se han valido de este método, con buenos resultados, especialmente el demócrata Eugene McCarthy, el independiente George Wallace en 1968, el candidato demócrata George McGovern en 1972, y Ronald Reagan en su campaña de 1984, para la candidatura de su partido, pero hasta hace poco los esfuerzos sistemáticos para lograrlas no tuvieron gran éxito, ya sea por la reticencia de la gente para aportar o por la falta de una normativa que dé confianza sobre el destino de su contribución.

¹⁰ Del Castillo. Pág. 87.

¹¹ Del Castillo Vera. Pilar. Pág. 24.

¹² Alexander. Pág. 36.

¹³ Nota: Comités de Acción Política.

¹⁴ Documentos de discusión sobre el financiamiento de los partidos políticos. **Federal Electoral Comission (FEC)**. Estados Unidos. 1992. Pág. 21. La finalidad de todas estas enmiendas es llevar

un mayor control de los fondos públicos, y como planteó Roosevelt, no comprometan los intereses del Estado.

Ésta es la legislación que se mantiene hasta hoy sin mayores cambios en cuanto a su espíritu, teniendo sólo modificaciones en cuanto a los montos. La administración Clinton ha planteado algún tipo de modificación (aumentar la entrega de fondos estatales y una mayor participación privada), sin que hasta el momento haya tenido resultados, ya que es el sistema que más se acomoda a la realidad norteamericana.

2. ESPAÑA

En España se han dado una serie de regulaciones al sistema de financiación, las que en su momento fueron criticadas o debatidas, y las consiguientes propuestas de modificación legislativa auspiciadas en forma unánime por las fuerzas políticas con representación parlamentaria, por la comprensión que causa este tema en el sistema político español.

La importancia y relevancia del papel a jugar por los partidos políticos, queda de manifiesto en el artículo 6 de la Constitución Española, que señala lo siguiente: *"... los partidos políticos expresan el pluralismo político, concurren a la formación y manifestación de la voluntad popular, y son instrumento fundamental, para la participación política. Su creación y el ejercicio de su actividad son libres dentro del respeto a la Constitución y a la ley. Su estructura interna y funcionamiento deberán ser democráticos"*¹⁵. Precisamente, de estas importantes funciones que se atribuyen a los partidos políticos, aparece la necesidad de financiamiento. A pesar de que el Tribunal Constitucional se ha pronunciado por la naturaleza jurídico-privada de los partidos políticos, igual se ve la necesidad de la participación pública en cuanto a su financiamiento, como ocurre en la mayoría de los países europeos¹⁶. A esto se suma la falta de funcionamiento de los partidos políticos durante un largo periodo, que concluye con la instauración formal en 1978¹⁷. La problemática de la financiación hizo su aparición con el

llevar un mayor control de los fondos públicos y que las contiendas electorales, como planteó Roosevelt, no comprometan los intereses del Estado.

¹⁵ **Constitución Política de España.** Artículo 6. 27 de Diciembre de 1978. Pág. 24.

¹⁶ Del Castillo Vera, Pág. 47; *"...con la excepción de Gran Bretaña, Irlanda y Luxemburgo, en todos los países europeos, incluyendo las nuevas democracias del este, los partidos reciben subvenciones para financiar sus actividades electorales (ordinarias o extraordinarias). La amplitud de la ayuda estatal varía notablemente, desde unas muy modestas, como Holanda (donde sólo las fundaciones de los partidos reciben subvenciones), hasta otras muy elevadas, como en los países del norte de Europa o en España. La financiación pública coexiste con la financiación privada, que no se encuentra sometida a limitación alguna, salvo en España y más recientemente en Francia"*.

¹⁷ Ley 54/1978, de 4 de Diciembre, de Partidos Políticos.

resurgimiento del sistema democrático. Los cuarenta años anteriores a la reimplantación del sistema democrático, encontraron muchas dificultades para autofinanciarse; a esto hay que sumar *el impacto negativo que la cultura política franquista, caracterizada por la desmovilización, apatía y antipartidismo, tendría en el desarrollo de la afiliación a los partidos y, como consecuencia, en sus niveles de autofinanciación*¹⁸.

En la evolución normativa del sistema español de financiación de los partidos políticos se diferencian claramente dos etapas: la primera, que va de 1978¹⁹ a 1987, y la segunda, que se encuentra marcada por la ley orgánica de 1987, de financiación de los partidos políticos.

La Ley de 1978, tuvo su origen en los "Pactos de la Moncloa", contraídos por las fuerzas democráticas del momento, y que a la postre marcarían fuertemente la transición política española. Este texto legal consigna subvencionar los escaños del Congreso y del Senado; subvenciona con una cantidad fija según los votos obtenidos, no determinando previamente las cantidades anteriormente enunciadas. Este reglamento fue un avance, en consideración con el atraso que el mundo poseía en esta época, en lo que respecta a esta materia. En la segunda etapa, que va desde 1987, se tratan de superar algunos problemas generados por la anterior reglamentación, especialmente en lo que respecta a la regulación y control de los gastos, en búsqueda de la transparencia del sistema. El control queda establecido, limitando únicamente a los partidos políticos a que reciban la subvención estatal; las subvenciones entregadas desde 1987 a la fecha se han realizado bajo este modelo.

3. CHILE

Después del gobierno militar se produjo un cambio muy importante en el papel y relevancia de los partidos al interior de la sociedad, en las funciones que cumplen en el sistema político, y como consecuencia de esto, *en su imagen, la que ha cambiado fuertemente el sentido y carácter de las campañas electorales en comparación a la realidad al período anterior de 1973*²⁰. Ahora son las actividades pagadas y las técnicas de marketing las que están dominando cada vez más la búsqueda de apoyo en los ciudadanos; a esto se suma la disminuida capacidad que tienen los partidos

¹⁸ Del Castillo. Pág. 59.

¹⁹ Op. Cit. 16. Ley Orgánica 54/78, Artículo 6. Pág. 64.

²⁰ Hunneus, Carlos. **El Financiamiento de los Partidos Políticos y las Campañas Electorales en Chile**. Artículo CERC, 1997. Pág. 85. *"Las campañas electorales giraban principalmente en torno a la acción de los partidos y de activistas voluntarios que eran militantes o simpatizantes de aquellos, y la difusión de programas y propuestas políticas eran la característica del discurso político"*.

para movilizar activistas voluntarios, cayendo drásticamente el número de sus afiliados y su envejecimiento, haciendo variar las formas clásicas de hacer política en nuestro país.

Se le ha atribuido a la televisión el cambio en la política, la que, por supuesto, no es razón suficiente, ya que se suman otros elementos como la altísima personalización de la política y todo lo que se relaciona con la creación de imágenes, en la búsqueda de la victoria en estos nuevos escenarios.

Esta disminución de la importancia de la política y de los partidos después del gobierno militar, no es característica del proceso chileno, sino que también se dio en otras transiciones, como lo ocurrido en España²¹. En estas condiciones, el interés por la política decae y cunde la indiferencia, incluso la crítica a la política y a los políticos, que tienen enormes dificultades para hacer su trabajo.

Las campañas electorales, en la actualidad, no tienen el atractivo que tuvieron antes de 1973, o en contiendas electorales de 1988 y 1989. Los candidatos deben hacer enormes esfuerzos para convencer a los votantes y tienen grandes dificultades para conseguir la colaboración de activistas sin recibir un pago. La política pierde calidad y profundidad, que es precisamente lo que se le critica; la campaña se convierte en una actividad de entrega de servicios. Las elecciones parlamentarias de 1993 y la municipal de 1996, se basaron, principalmente, en el trabajo de activistas pagados²². Por lo general los aportes a los candidatos consisten, en su mayoría, en materiales²³, y otra parte está constituida por aportes en dinero, para pagar los demás gastos de campaña²⁴.

Se habla de una "norteamericanización" de los partidos y la política²⁵, la que se caracteriza por basarse principalmente en los juegos de imágenes en los medios de comunicación, dando muy poca atención al trabajo tradicional de los partidos a través del desarrollo de una "máquina partidista". El financiamiento de las campañas electorales corre, principalmente, por parte del candidato, que debe esforzarse personalmente

²¹ Del Castillo. Pág. 145.

²² Hunneus. Pág. 57. "...son los que pegan los carteles, salen a pintar en las murallas y recorren los domicilios entregando propaganda ('puerta a puerta')".

²³ Hunneus. Pág. 67. Por ejemplo pintura, papel, madera, vehículos que son cedidos o arrendados a un precio muy inferior, oficinas, etc.

²⁴ Nota: Montos difíciles de precisar por falta de transparencia y la inexistencia de controles. La única fuente de información existente es el balance que cada uno de los partidos debe entregar como lo exige la ley de partidos políticos, siendo publicada en el Diario Oficial, y resultando imposible corroborar las cantidades enunciadas.

²⁵ **El Mercurio**, 15 de agosto de 1998. Pág. 15. Entrevista realizada a parlamentarios sobre el financiamiento de las campañas electorales.

por conseguir los recursos que necesita. El aporte de los empresarios se convierte en la captación de recursos más importante que debe hacer el candidato para el financiamiento de su campaña ²⁶.

Como en muchos otros países que se quiere legislar sobre este tema, el problema del financiamiento de los partidos y de las campañas electorales, es un tema que no se toca porque en la práctica existen los canales de solución, que son tolerados implícitamente por todos: *los aportes de empresarios y de los profesionales más exitosos de las profesiones liberales*²⁷. Tampoco siempre existen las condiciones políticas para preparar y despachar una legislación de financiamiento de los partidos, lo que queda de manifiesto en los planteamientos de los partidos más conservadores, los que no manifiestan tener un gran interés en el tema, planteando que es inaceptable que el Estado destine fondos a los partidos cuando tienen enormes necesidades que atender en salud, educación, vivienda y lucha contra la pobreza. Este rechazo se explica porque, en general, los partidos de derecha tienen menos dificultades que los de centro y de izquierda para obtener recursos para financiar sus actividades y sus empresas electorales. En estos años de democracia, tanto la UDI como RN no han estado a favor de apoyar una legislación que proporcione un aporte público a los partidos. En segundo lugar, los dirigentes de partidos y los parlamentarios que tienen interés en legislar sobre el tema, tienden a inhibirse por temer que una iniciativa en esa dirección sea rechazada por la ciudadanía, creyendo que la mala imagen que tiene el sistema político, especialmente por la bajísima satisfacción con su desempeño y una baja en la confianza en su trabajo, llevará a que se produzca un rechazo en la opinión pública, lo que repercutirá en la próxima elección.

La preocupación por el financiamiento de los partidos está presente en la agenda política de varios países de América Latina. El aumento exponencial de los costos de las campañas electorales puede conducir a dos problemas: la preeminencia de relaciones patrimonialistas entre el Estado y los empresarios y los particulares, por un lado, y el riesgo de que el dinero del narcotráfico termine metiéndose en el financiamiento de ellas²⁸.

El financiamiento de los partidos políticos no es un tema menor ni accesorio al desarrollo político en América Latina, sino que constituye una parte fundamental en la consolidación de los sistemas de partidos. Si la consolidación de las nuevas democracias tiene el principal desafío en

²⁶ Hunneus. Pág. 54. "... algunos tienen muchos empresarios que los apoyan y otros, pocos o nadie...".

²⁷ Hunneus. Pág. 78.

²⁸ Hunneus. Pág. 128.

alcanzar una mejor calidad de la política, uno de los temas de fundamental importancia en el éxito de ello es que los partidos políticos se consoliden como instituciones políticas sólidas, dotadas de autonomía para el ejercicio de sus funciones y con capacidad para ser protagonistas activas en la toma de decisiones del sistema político. La ausencia de mecanismos que regulen las relaciones entre los representantes elegidos por el pueblo y sus donantes en el empresariado, pueden crear las condiciones que debiliten la política y el propio dinamismo económico. La necesidad de disponer de un apoyo estatal que haga menor la dependencia económica respecto de los donantes, y de un marco regulatorio que dé transparencia a los apoyos que los empresarios y las personas den a los partidos y a los candidatos, es tanto más necesario cuando la democracia se está consolidando durante un período de desarrollo económico. Cuando se impulsan reformas económicas, hay mayores condiciones para que en las relaciones entre el dinero y la política se busque el tráfico de influencias y se produzcan casos de corrupción²⁹.

Naturalmente que la existencia de un financiamiento público para los partidos y para las campañas electorales no soluciona todas las tensiones y los problemas que se presentan entre el dinero y la política, tampoco se puede pensar que el financiamiento público cubrirá todos los costos de las campañas electorales, de manera que, tanto los partidos, como también los candidatos, deben seguir buscando apoyo económico. Sin embargo, el apoyo estatal constituye una base inicial que le permite a los partidos una cierta independencia respecto de los intereses económicos privados, como también de las propias agencias estatales, cuestión que es de gran importancia para los partidos de oposición. Quienes se oponen al financiamiento público aluden sólo a los posibles problemas que se crearían y eluden referirse a las tensiones y dificultades que se presentan cuando ese financiamiento no existe y los partidos y candidatos deben depender del financiamiento de las empresas privadas.

La ausencia de un marco regulatorio del problema de financiamiento de los partidos y las campañas, así como la falta de una legislación que limite los gastos electorales, plantea dos problemas centrales:

En primer lugar, rompe las condiciones de igualdad que debieran existir en la representación política, pues el voto debe ser no sólo secreto y universal, sino que también igualitario e informado, y es el Estado quien debe entregar las facilidades necesarias. Ello no se da cuando los candidatos de algunos partidos disponen de una amplia cantidad de recursos económicos, mientras que otros no los poseen. El dinero no constituye la única causa del triunfo, pero sin duda es un elemento de gran importancia por la posibilidad

²⁹ Hunneus. Pág. 45.

de acceso a los medios y los recursos que se pueden desplegar en la campaña.

El segundo problema es el de la necesaria autonomía de la cual deben disponer los partidos y los parlamentarios para que se produzca un proceso de institucionalización adecuado al desarrollo político de una democracia consolidada. Sin independencia, los parlamentarios y los dirigentes de partidos pasan a ser agentes de intereses particulares, que son los que definen las opciones políticas y no los representantes elegidos por el pueblo. Los partidos y los parlamentarios deben disponer de adecuada autonomía para tomar sus decisiones.

Como en muchos países, el tema del financiamiento de las campañas electorales y de los partidos, no ha sido analizado de manera sistemática y la información disponible es muy escasa, nadie cuenta cómo consigue el financiamiento, y las iniciativas, en este sentido, como proyectos de ley presentados por los partidos y en algún momento por el gobierno, esperan tramitación. Por ejemplo, los balances que entregan los partidos a la Dirección del Registro Electoral no reflejan la realidad de sus ingresos, pues se justifican principalmente por las cuotas de los afiliados, lo cual tiene poco fundamento porque es bien sabido que tanto la afiliación partidista como los montos cancelados, han caído notablemente. Esto quiere decir que los ingresos provienen especialmente de las donaciones o aportes de empresas y de profesionales y hombres de negocios. Los políticos no tienen particular interés de tratar el tema, mientras que algunos empresarios manifiestan de manera pública que los apoyan sin excepciones.