



LEY DE FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Decreto 342/2023

DCTO-2023-342-APN-PTE - Reglamentación de la Ley N° 26.215.

Ciudad de Buenos Aires, 06/07/2023

VISTO el Expediente N° EX-2022-100181483-APN-DNE#MI, las Leyes Nros. 26.215 y sus modificatorias, 26.522 y su modificación, 26.571 y sus modificatorias y los Decretos Nros. 1225 del 31 de agosto de 2010 y sus modificatorios, 1142 del 17 de junio de 2015 y sus modificatorios, y

CONSIDERANDO:

Que la referida Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos N° 26.215 establece, en su Capítulo III bis del Título III, el régimen de asignación y distribución de espacios para anuncios de campaña electoral en los Servicios de Comunicación Audiovisual entre las agrupaciones políticas que oficialicen candidaturas y participen de las elecciones nacionales generales y de las elecciones primarias abiertas, simultáneas y obligatorias.

Que el mencionado Capítulo de la referida ley fue incorporado por la Ley N° 26.571, a través de la cual se abordaron distintos aspectos de la normativa político-electoral.

Que la reforma realizada supuso, en lo que aquí respecta, que la asignación y distribución de espacios de publicidad electoral para las agrupaciones políticas en los servicios de comunicación audiovisual se realice por medio de la DIRECCIÓN NACIONAL ELECTORAL del MINISTERIO DEL INTERIOR, sobre la base de criterios de igualdad y proporcionalidad, encontrándose vedada la posibilidad de su contratación por quienes se presentan a cargos electivos, evitando así que aquellos y aquellas que cuenten con mayor disponibilidad de recursos obtengan ventajas comparativas a la hora de difundir sus ideas y propuestas.

Que, para ello, la Ley N° 26.215 dispone en el artículo 43 quáter que los servicios de comunicación y de televisión por suscripción están obligados a ceder en forma gratuita el CINCO POR CIENTO (5 %) del tiempo total de programación para fines electorales, y que, a partir del año 2020, del porcentaje mencionado precedentemente, la mitad será cedida a título gratuito y la otra mitad será considerada pago a cuenta de impuestos nacionales.

Que dicha previsión es consistente con el carácter de la actividad realizada por los Servicios de Comunicación Audiovisual, la cual se considera de interés público, fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones de toda índole.

Que el espectro radioeléctrico es un bien público cuya administración realiza el PODER EJECUTIVO NACIONAL a través de la Autoridad de Aplicación, de acuerdo a las condiciones fijadas en la Ley N° 26.522, y los operadores de los Servicios de Comunicación Audiovisual son licenciatarios comprendidos en un régimen de sujeción especial



bajo jurisdicción federal.

Que a través de la citada Ley N° 26.571 se ha fortalecido nuestro sistema democrático, en la medida en que todas las agrupaciones políticas que compiten electoralmente acceden a espacios publicitarios para presentarle a la ciudadanía sus iniciativas y, correlativamente, se garantizan los derechos políticos del cuerpo electoral a obtener información directa y sin restricciones de las agrupaciones, sus candidatos y candidatas y mensajes de campaña para ejercitar en mejores condiciones el sufragio.

Que el debate democrático exige las más amplias oportunidades de expresión de los partidos políticos, pues ello robustece la formación de una opinión pública plural en las electoras y los electores y esta faz colectiva del derecho a la libertad de expresión, en particular en los procesos electorales, requiere una protección activa por parte del ESTADO NACIONAL.

Que, asimismo, se dio cumplimiento a la manda constitucional prevista en el artículo 38 de nuestra Carta Magna, donde se reconoce a los partidos políticos como instituciones fundamentales del sistema democrático y se les garantiza la competencia para la postulación de candidatos y candidatas a cargos públicos electivos, el acceso a la información pública y la difusión de sus ideas.

Que el mismo carácter representativo de nuestra forma de gobierno tiene como sustento principal a los partidos políticos y la participación ciudadana al interior de estos, pues la legislación les confiere a dichas instituciones la exclusividad para la presentación de los candidatos y las candidatas en los comicios.

Que en la medida en que los partidos políticos revisten, además, la condición de auxiliares del Estado y son verdaderos instrumentos de gobierno, la equitativa competencia electoral adquiere singular importancia para el funcionamiento de las instituciones públicas.

Que, en tal sentido, la cesión de espacios para publicidad electoral constituye una carga pública impuesta por las Leyes Nros. 26.215, 26.522 y 26.571 a los operadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, carga cuyo fundamento emerge tanto del carácter de la actividad de interés público que estos realizan, como de los fines a los cuales sirve esta cesión: la efectiva competencia electoral de los partidos políticos, el pluralismo democrático, el libre debate y la difusión de ideas y de propuestas políticas.

Que debe remarcar que, conforme el artículo 74 del Decreto N° 1225/10, los espacios asignados para la campaña electoral no se computan dentro del tiempo de emisión de publicidad que tiene autorizado el licenciatario, por lo que no hay afectación a su fuente de ingresos o su giro comercial.

Que, por su parte, el monto que se considere pago a cuenta de los impuestos nacionales por parte de los licenciatarios de servicios de comunicación y de televisión por suscripción incorporada con la reforma de la Ley N° 27.504 al artículo 43 quáter de la Ley N° 26.215, en definitiva, refiere a recursos que ulteriormente deja de percibir el fisco y, por lo tanto, constituye uno de los esfuerzos destinados al desarrollo del proceso electoral.

Que, por consiguiente, la cuantificación de dicho monto debe guardar estricta relación con los gastos que se realizan para afrontar las elecciones nacionales; de lo contrario, la incidencia de este concepto conllevaría a



desvirtuar el presupuesto electoral y los rubros allí comprendidos, así como también los fines perseguidos por la norma.

Que es manifiesto que la Ley N° 26.215 y sus modificatorias, en general, y el artículo 43 quáter, en particular, no pueden interpretarse con un espíritu de lucro o comercial, ni sus reglas le son aplicables, pues su finalidad es resguardar la forma representativa de gobierno adoptada por nuestro país.

Que, en sintonía con lo expuesto, el propio mecanismo dispuesto por el legislador, a través del pago a cuenta de impuestos nacionales, y el hecho de que no se afecten los espacios de publicidad, impone que su implementación se sustente en los parámetros de la normativa electoral y de los servicios de comunicación audiovisual.

Que, de esa forma, no debe perderse de vista que en dicho plexo normativo se han establecido límites a los gastos de campaña para las agrupaciones políticas, no solo para evitar que quienes tengan mayor disponibilidad de recursos gocen de ventajas abusivas, sino que los topes fijados determinan el consenso parlamentario de cuál es la erogación máxima razonable que nuestra sociedad acepta que sea destinada a ese fin; circunstancia que se complementa con las previsiones relativas al origen de los fondos y la fuente de financiamiento.

Que, conforme el artículo 45 de la citada Ley N° 26.215, el HONORABLE CONGRESO DE LA NACIÓN en la Ley de Presupuesto General de la Administración Nacional fija en cada año electoral el límite de los gastos destinados a la campaña electoral para cada categoría que realice una agrupación política, a través de un valor de referencia constituido por el módulo electoral y la resultante de su multiplicación por el número de electores habilitados y electoras habilitadas.

Que, asimismo, en el Capítulo III del Título III de la mencionada Ley N° 26.215 se prevén las pautas vinculadas al financiamiento público en campañas electorales y, en particular, la determinación de un monto de aportes extraordinarios para dicho concepto, que se contempla en la Ley de Presupuesto General de la Administración Nacional del año respectivo y se distribuye entre las agrupaciones políticas que hayan oficializado candidaturas.

Que, por todo lo expuesto, la Reglamentación del artículo 43 quáter de la mencionada Ley N° 26.215 y sus modificatorias debe contemplar el interés público comprometido, la naturaleza de carga pública de la cesión del tiempo de programación para fines electorales, el régimen de sujeción especial al que se hallan vinculados los operadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, el efectivo acceso a medios de difusión que debe garantizarse a las agrupaciones políticas en la campaña electoral, los derechos políticos colectivos de la ciudadanía a recibir información sin restricción de ninguna índole y la coherencia presupuestaria involucrada en el proceso electoral.

Que por otra parte, de acuerdo a los términos del artículo 2º del Decreto N° 1142/15 en lo que respecta al Capítulo III Bis del Título III de la Ley N 26.215, se consideran, además de los Servicios de Comunicación Audiovisual regulados por la Ley N° 26.522, “las señales nacionales inscriptas en el Registro Público de Señales y Productoras, con excepción de las de género infantil, y las señales de generación propia de los servicios de suscripción”.

Que el espíritu de la normativa exige que el crédito fiscal comprendido en la consideración a cuenta de impuestos prevista en el Capítulo III bis del Título III, el artículo 43 quáter de la Ley N° 26.215 y sus modificatorias, sea justo y





razonable y, bajo esa premisa, resulta adecuado que guarde relación con los montos que se destinan para el financiamiento público de campañas electorales incluidos en el referido Capítulo III del citado cuerpo legal.

Que el artículo 34 de la mentada norma establece que la Ley de Presupuesto General de la Administración Nacional para el año en que deban desarrollarse elecciones nacionales determinará el monto a distribuir en concepto de aporte extraordinario para campañas electorales.

Que, asimismo, resulta congruente que el presupuesto involucrado en la cuantificación de los impuestos nacionales que se computará como adelanto a favor de los Servicios de Comunicación Audiovisual por la cesión de espacios para publicidad electoral esté asociado al financiamiento público en campañas electorales y, por lo tanto, a las sumas destinadas bajo ese concepto a las agrupaciones políticas.

Que, adicionalmente, la Reglamentación debe tomar en consideración que el aporte extraordinario para campañas electorales, conforme el mismo artículo 34 de la ley, varía en función de las categorías que se eligen en el año electoral en cuestión.

Que, contrariamente, el porcentaje de cesión del tiempo de programación que realizan los Servicios de Comunicación Audiovisual se mantiene inalterable, sin importar de qué tipo de elección se trata.

Que las categorías que permanecen constantes en cada elección son las correspondientes a diputados y diputadas nacionales y senadores y senadoras nacionales y, en consecuencia, también su financiamiento público, sin perjuicio de los distritos en que alternadamente se escoge la representación en el HONORABLE SENADO DE LA NACIÓN

Que, en función de lo expuesto, se estipula que el total del monto previsto en el artículo 43 quáter, segundo párrafo de la Ley N° 26.215 y sus modificatorias, para los Servicios de Comunicación Audiovisual por la cesión de tiempo de programación para fines electorales sea equivalente, para cada año electoral, a la sumatoria de los montos asignados en concepto de aporte extraordinario para campañas electorales para las categorías de diputados y diputadas nacionales y senadores y senadoras nacionales conforme los artículos 34 y 36 de la citada ley.

Que, asimismo, se prevé que en el caso que tuviere lugar una segunda vuelta electoral para la elección del Presidente o de la Presidenta de la Nación y del Vicepresidente o de la Vicepresidenta de la Nación, el total del monto que se considerará a cuenta de impuestos nacionales previsto en el artículo 43 quáter de la Ley N° 26.215 y sus modificatorias se acrecienta con el equivalente a la sumatoria de los aportes de campaña que se determina según lo previsto en el artículo 42 de la citada ley. Lo expuesto responde al hecho que la realización de una segunda vuelta electoral es la única circunstancia en la cual la normativa prevé un diferencial en la cesión del tiempo de programación que realizan los Servicios de Comunicación Audiovisual, según el artículo 43 quinquies de la referida ley.

Que deviene necesario fijar las pautas para distribuir lo contemplado como pago a cuenta de impuestos nacionales entre los Servicios de Comunicación Audiovisual que hubieran cedido espacios electorales. Para ello, la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS realizará la segmentación de los licenciarios que se utilizará para realizar la asignación a cada uno de los comprendidos en la cesión.



Que, de este modo, en cada año electoral se procederá a indicar la distribución de las sumas mencionadas a efectos de que el o la contribuyente pueda computarlo contra aquellos impuestos nacionales por los que resulte responsable directo en el año calendario correspondiente a la cesión de los espacios de publicidad para fines electorales.

Que la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP), organismo descentralizado actuante en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA, deberá dictar en un plazo de TREINTA (30) días las normas necesarias para la implementación de la operatoria de cómputo del crédito fiscal comprendido en el presente.

Que han intervenido la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP) y el ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES (ENACOM) en el ámbito de sus respectivas competencias.

Que la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS del MINISTERIO DEL INTERIOR ha tomado la intervención que le compete.

Que el presente acto se dicta en uso de las facultades conferidas por el artículo 99, incisos 1 y 2 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL.

Por ello,

EL PRESIDENTE DE LA NACIÓN ARGENTINA

DECRETA:

ARTÍCULO 1º.- Regláméntase el artículo 43 quáter de la Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos N° 26.215 y sus modificatorias, conforme se dispone en el presente:

Establécese que en cada año en el que se celebren elecciones nacionales el monto total que será considerado como pago a cuenta de impuestos nacionales de los Servicios de Comunicación Audiovisual por la cesión de tiempo de programación para fines electorales, conforme el artículo 43 quáter de la Ley N° 26.215 y sus modificatorias, que se reglamenta, será el equivalente a la sumatoria de los montos asignados en concepto de aporte extraordinario para campañas electorales para las categorías de diputados y diputadas nacionales y de senadores y senadoras nacionales previstos en los artículos 34 y 36 de la citada Ley y 32 de la Ley N° 26.571 y sus modificatorias.

En caso que se realizare una segunda vuelta electoral para la elección de Presidente o Presidenta de la Nación y Vicepresidente o Vicepresidenta de la Nación, el monto total previsto para pago a cuenta de impuestos nacionales mencionado en el párrafo precedente, se acrecentará con el equivalente a la sumatoria de los aportes extraordinarios para campañas electorales, asignados conforme el artículo 42 de la Ley N° 26.215 y sus modificatorias.

ARTÍCULO 2º.- El monto total previsto en el artículo 1º será distribuido de acuerdo a la segmentación que establezca al efecto la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS en el plazo de TREINTA (30) días contados a





partir del dictado del presente decreto.

ARTÍCULO 3°.- EI ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES (ENACOM), organismo descentralizado actuante en la órbita de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, sobre la base de la segmentación prevista en el artículo 2° y con posterioridad a que se realice la distribución del aporte extraordinario para campañas electorales de las elecciones Primarias, Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (P.A.S.O.), de las elecciones generales de Presidente o Presidenta de la Nación y Vicepresidente o Vicepresidenta de la Nación y para las de diputados y diputadas nacionales y senadores y senadoras nacionales y para una eventual segunda vuelta, para la elección de Presidente o Presidenta de la Nación y Vicepresidente o Vicepresidenta de la Nación indicará el crédito fiscal que, en forma preliminar y sin perjuicio de lo previsto en el artículo 4° del presente, corresponderá a cada Servicio de Comunicación Audiovisual que hubiere sido comprendido en la asignación de publicidad electoral conforme al procedimiento establecido en el Decreto N° 1142/15 y sus modificatorios.

ARTÍCULO 4°.- Una vez concluido el período de campaña electoral, la DIRECCIÓN NACIONAL ELECTORAL del MINISTERIO DEL INTERIOR, sobre la base de lo asignado en forma preliminar en virtud del artículo 3° y la consignación realizada por los Servicios de Comunicación Audiovisual de la emisión de los mensajes en el "Sistema de Administración de Campañas Electorales" (SACE), conforme los artículos 23 y 27, inciso d) del Decreto N° 1142/15, indicará el crédito fiscal que corresponderá a cada servicio de comunicación audiovisual por la emisión de los mensajes.

En el caso de que no se hubieran efectivamente utilizado la totalidad de los espacios de publicidad electoral asignados por razones no imputables al Servicio de Comunicación Audiovisual, el crédito fiscal asignado será computado de manera proporcional.

La certificación de la emisión por parte del medio tendrá carácter de Declaración Jurada, siendo pasible de las sanciones previstas por la normativa vigente a quien falsease la misma.

ARTÍCULO 5°.- El pago a cuenta de impuestos nacionales contemplado en el artículo 43 quáter, segundo párrafo de la Ley N° 26.215 y sus modificatorias, podrá ser computado contra aquellos impuestos nacionales por los que el sujeto resulte responsable directo en el año calendario correspondiente a la cesión de los espacios de publicidad para fines electorales.

El cómputo previsto en el párrafo anterior no podrá generar saldo a favor del o de la contribuyente, ni será susceptible de devolución y/o compensación.

En el caso de impuestos que se liquidan por período fiscal anual, el pago a cuenta se computará en el ejercicio fiscal que contenga el mes o meses de la cesión de los espacios.

ARTÍCULO 6°.- El cómputo del pago a cuenta de impuestos nacionales por la cesión de tiempo de programación para fines electorales, conforme el artículo 43 quáter de la Ley N° 26.215 y sus modificatorias por las elecciones nacionales correspondientes al año 2021 podrá ser realizado, por única vez, en el año calendario 2023. A tales efectos se realizarán los procedimientos previstos en el presente decreto en forma retroactiva a dicho proceso electoral.





ARTÍCULO 7°.- Establécese que estarán alcanzados por la presente Reglamentación los Servicios de Comunicación Audiovisual, las Señales Nacionales inscriptas en el Registro Público de Señales y Productoras, con excepción de las de género infantil, y las señales de generación propia de los servicios de suscripción, de conformidad con el artículo 2° del Decreto N° 1142/15.

ARTÍCULO 8°.- Instrúyese a la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP), organismo descentralizado actuante en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA, a dictar, en el plazo de TREINTA (30) días, las normas necesarias para la implementación de la operatoria de cómputo del crédito fiscal comprendido en el presente.

ARTÍCULO 9°.- Facúltase a la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, a la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP) y al MINISTERIO DEL INTERIOR, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, a dictar las normas complementarias y aclaratorias que fueren necesarias para la aplicación del presente decreto.

ARTÍCULO 10.- El presente decreto entrará en vigencia el día de su publicación en el BOLETÍN OFICIAL.

ARTÍCULO 11.- Comuníquese, publíquese, dese a la DIRECCIÓN NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL y archívese.

FERNÁNDEZ - Agustín Oscar Rossi - Eduardo Enrique de Pedro

e. 07/07/2023 N° 52262/23 v. 07/07/2023

