

Nº7  
2020

# Observatorio de Reforma Electoral



## Campañas Electorales y financiamiento



Buenos Aires Ciudad

Vamos Buenos Aires



## **Buenos Aires Ciudad**

### **Jefe de Gobierno**

Horacio Rodríguez Larreta

### **Vicejefe de Gobierno**

Diego Santilli

### **Jefe de Gabinete de Ministros**

Felipe Miguel

### **Ministro de Gobierno**

Bruno Screnci Silva

### **Subsecretario de Reforma Política y Asuntos Legislativos**

Florencia Zulcovsky

### **Directora General de Reforma Política y Electoral**

Javier Tejerizo

**Ministerio de Gobierno**  
**Subsecretaría de Reforma Política y Asuntos Legislativos**  
**Dirección General Reforma Política y Electoral**

**Coordinación:**  
Danilo Degiusti

**Equipo de Trabajo:**  
Danilo Degiusti  
Leandro Di Primio  
Victoria Eizaguirre  
Patricia De Vita  
Gabriela Almaraz

**Edición:**  
Julian Zymerman

**Diseño:**  
Mariana Milei

# Observatorio de Reforma Electoral

**Dirección General Reforma Política y Electoral · Subsecretaría de  
Reforma Política y Asuntos Legislativos · Ministerio de Gobierno**

El título de esta edición refiere a campañas electorales y financiamiento, ya que su análisis es indivisible: las características que adoptan las campañas determinarán los modos y el nivel de financiamiento. Campañas extensas, centradas en la comunicación a través de medios televisivos, incrementaron los costos que debían afrontar los partidos. En varios casos, visto el desequilibrio que se producía en la competencia, la reacción fue otorgar y/o aumentar el financiamiento público por parte del Estado, tanto de tipo directo como indirecto, distribuyendo espacios en los medios audiovisuales. Este fue un paso importante en el acercamiento de los partidos al Estado, mientras se distanciaban de la sociedad civil. De esta forma, fue ganando consenso la opinión de que los partidos debían hacer públicas sus cuentas, mientras que el Estado colaboraría para su mantenimiento, en tanto los partidos brindaban un servicio esencial para la democracia.

Más recientemente, la irrupción de las redes sociales como herramientas de comunicación política, potenciada por la actual crisis sanitaria, puede marcar una nueva tendencia. En este marco, la presente publicación pretende abordar las discusiones más actuales en la materia que se dan a nivel regional, nacional y subnacional.

La sección sobre América Latina abre con el artículo de Flavia Freidenberg y Betilde Muñoz-Pogossian, quienes problematizan la relación entre la participación política de las mujeres y el financiamiento de campañas electorales. La investigación de las autoras indica que el dinero es otro factor de desigualdad entre las carreras políticas de mujeres y varones. Asimismo, el artículo de Victoria Eizaguirre expone la relevancia de la violencia política de género en el entorno digital, especialmente a través de redes sociales, y las regulaciones para intentar erradicarla.

Luego, el artículo de Leandro Valdés Zurita, ex presidente del Instituto Federal Electoral de México, destaca la centralidad que tuvo la regulación del financiamiento partidario en la transición desde un régimen hegemónico a una democracia competitiva en dicho país.

Pasando a la sección nacional, Gerardo Scherlis analiza la evolución de la regulación sobre financiamiento y campañas en nuestro país y en la región, para luego repasar los principales puntos de la última reforma, señalando también sus desafíos pendientes. A continuación, Carolina Tchintian e Iván Seira analizan el proceso que llevó a la Ley 27.504, evalúan su aplicación en las elecciones de 2019 e introducen una primera aproximación federal del tema. La ley mencionada también incorporó por primera vez la regulación de campañas en redes sociales, cuyas particularidades y complejidades analiza en el siguiente capítulo Hernán Gonçalves Figueiredo, secretario de la Cámara Nacional Electoral. Para cerrar la sección, Danilo Degiustti presenta un relevamiento de las regulaciones sobre financiamiento y campañas en las provincias argentinas.

Finalmente, ponemos el foco en la Ciudad de Buenos Aires. En primer lugar, Javier Tejerizo lleva adelante un diagnóstico de cómo fue el financiamiento de campañas en el último proceso electoral, identifica los principales ajustes pendientes y propone posibles reformas. Finalmente, presentamos entrevistas a las legisladoras que presentaron los proyectos más recientes sobre el tema: Cecilia Ferrero y Natalia Fidel.

# Índice

## 1.

### Sección

#### América Latina

**1.1. Las mujeres líderes no tienen dinero.**

Flavia Freidenberg y Betilde Muñoz-Pogossian.

**1.2. La hora de erradicar la violencia política de género digital.** Victoria Eizaguirre

**1.3. Financiamiento político y campañas electorales: componentes de la democracia en México.**

Leonardo Valdés Zurita

8

## 2.

### Sección

#### Nacional

**2.1. Luces y sombras del financiamiento político en Argentina. La Ley 27.504 y los desafíos pendientes.** Gerardo Scherlis

**2.2. La reforma del régimen de financiamiento en perspectiva.** Carolina Tchintián e Iván Seira

**2.3. Redes sociales, desinformación y campañas electorales.** Hernán R. Gonçalves Figueiredo

**2.4. La deuda interna: regulación del financiamiento de los partidos y las campañas electorales en las provincias argentinas.** Danilo Degiustti

24

## 3.

### Sección

#### Ciudad

**3.1. Pasado, presente y futuro, una propuesta para las campañas electorales en la Ciudad.**

Javier Tejerizo

**3.2. Entrevistas a legisladoras.**

Cecilia Ferrero y Natalia Fidel

48

## 2.1 Luces y sombras del financiamiento político en Argentina. La Ley 27.504 y los desafíos pendientes

Gerardo Scherlis (UBA-CONICET)<sup>42</sup>

### Introducción

Puesto en una perspectiva de largo plazo, probablemente el factor que mejor explique los cambios en la regulación del financiamiento en Argentina no sea otro que el paso del tiempo. En el mundo Occidental de fines del siglo XIX el voto secreto no tenía muchos defensores, y todavía en la primera década del siglo XX la lucha por el sufragio femenino estaba lejos de ocupar el centro de la agenda reformista. No hace falta decir que ambos puntos están hoy fuera de toda discusión en el marco de las democracias constitucionales. En la misma línea de razonamiento, observamos que los lineamientos centrales de nuestro régimen de regulación del financiamiento político, incorporados en los últimos 20 años, forman parte de un extendido consenso compartido por la mayor parte de las democracias latinoamericanas.

**En el contexto de las transiciones democráticas la regulación sobre el financiamiento político estaba por lo general limitada a la provisión de fondos públicos por valores que apenas cubrían porcentajes mínimos de sus gastos, sin mayores mecanismos de rendición de cuentas, controles, ni sanciones. Dominaba entonces una concepción liberal sobre los partidos según la cual éstos eran, sobre todo, organizaciones voluntarias de la sociedad, y por lo cual la intervención estatal sobre su vida debía restringirse al mínimo.**

**A partir de mediados de la década de 1990 esa concepción fue progresivamente marginalizada en la producción legislativa, primando en cambio la noción de los partidos como instituciones cruciales para el gobierno de la democracia. Desde esta concepción el estado democrático debe tanto promover y proteger a los partidos como prescribir los modos en los que éstos se organizan y funcionan.** Este nuevo paradigma normativo cristalizó en los más diversos campos de la vida partidaria. Las condiciones para su formación, el modo en el que se organizan y eligen a sus autoridades y candidatos, o lo que pueden o no hacer en tiempos de campaña pasaron a ser campos sujetos a una cada vez más extensa e intensa regulación. Lo mismo ocurrió, muy claramente, en el campo del financiamiento. En este terreno se han ido incorporando una batería de medidas que, con matices más o menos significativos según el caso, son compartidas por una mayoría de países en América Latina.

---

<sup>42</sup> Profesor Titular en la Facultad de Derecho de la UBA e Investigador asociado del CONICET.



El desarrollo reciente de los regímenes de financiamiento político en América Latina puede sintetizarse en cinco grandes sub-dimensiones. Algunas de ellas buscan fortalecer a los partidos políticos, otras pretenden promover mayores niveles de equidad en la competencia, y otras tienen por objetivo evitar la corrupción, la cooptación por parte de actores económicos poderosos y, en general, dotar de más transparencia al sistema político.

- Régimen de aportes públicos que alcance a todos los partidos con un mínimo de representación. Los aportes son directos – en dinero – e indirectos, por medio de exenciones impositivas y acceso gratuito a medios de comunicación.
- Sistema de controles y rendiciones de cuentas, que apuntan a transparentar el origen y destino del dinero utilizado para la actividad política, con sanciones frente a los incumplimientos legales.
- Limitaciones para los aportes privados, estableciendo montos máximos y diverso tipo de prohibiciones, típicamente para aportes anónimos, de entidades extranjeras, o de concesionarios de servicios públicos.
- Topes para los gastos que pueden realizar los partidos, sobre todo en campañas. Paralelamente, y como mecanismo indirecto para limitar los gastos, establecimiento de plazos para realizar campañas y para publicar avisos en medios audiovisuales.
- Restricciones para el uso de recursos públicos con fines partidarios, a los fines de evitar la “inclinación” del campo de juego a favor de quienes detentan el control del poder estatal.

Estos ítems son parte de las recomendaciones compartidas por diversas agencias internacionales especializadas en la temática (como CAPEL-OEA o IDEA internacional), son generalmente impulsados por los tribunales electorales de la región, y de hecho constituyen la arquitectura legal compartida por casi la totalidad de las democracias latinoamericanas. No es por lo tanto de extrañar que el régimen legal argentino haya ido incorporando progresivamente, sobre todo a partir de 2002, con la sanción de la primera ley de financiamiento político N° 25.600, medidas que implementan cada una de estas sub-dimensiones, ni ello debe ser atribuido a un actor político en particular.

Cómo las diferentes normas sobre financiamiento han ido regulando estas diferentes materias ha sido profusamente analizado en otros trabajos<sup>43</sup>. Me detendré en este breve artículo en el análisis de los aspectos más salientes de la reciente reforma al régimen de financiamiento, la establecida mediante la Ley 27.504, sancionada por el Congreso de la Nación en mayo de 2019.

## La Ley 27.504: Aspectos salientes

En términos generales, la mayoría de los cambios introducidos por la Ley 27.504 tienen en común el hecho de ir en el sentido propuesto por una agenda que en los años anteriores habían desarrollado las organizaciones de la sociedad civil, los expertos en el tema, y la propia justicia electoral. Ello no significa necesariamente que todos los cambios se hayan dado en la dirección ni en la forma planteada por esa agenda ni tampoco que esa agenda haya sido contemplada en forma completa.

Por otra parte, aunque la equidad y la transparencia son siempre los objetivos declamados en las normas de financiamiento, en este caso el énfasis estuvo puesto en el segundo de dichos valores, junto al cual se incluyó otro objetivo planteado por los promotores de la ley: **sincerar para controlar mejor**.

En esa línea, los aspectos más promocionados de la reforma fueron la **bancarización de los aportes partidarios** y la **(re)habilitación de aportes de personas jurídicas**. Veamos con algo más de detalle cada uno de ellos, antes de continuar con otros puntos de la reforma. Se enumeran en total 13 que pueden considerarse como los más destacables.

**1. Bancarización (parcial):** Una parte mayoritaria de los aportes declarados a las agrupaciones políticas argentinas solía realizarse a través de dinero en efectivo, lo cual dificultaba su trazabilidad. Ello llevó a incluir en el proyecto la prohibición de los aportes en efectivo, estableciendo que éstos podrían realizarse “únicamente mediante transferencia bancaria, cheque, tarjeta de crédito o débito, o plataformas y aplicativos digitales siempre que éstos permitan la identificación fehaciente del donante y la trazabilidad del aporte.” En el marco de la discusión legislativa dicha redacción fue modificada para incluir la opción de realizar el aporte mediante “depósito bancario acreditando identidad”. Este agregado permite conservar el concepto de bancarización, en el sentido de que todo lo aportado debe dirigirse a la cuenta bancaria de la agrupación, pero al permitir que los aportes se realicen con dinero en efectivo a través de un depósito bancario se elimina uno de los objetivos centrales de la propuesta inicial, que consistía en lograr que todos los aportes provinieran de dinero registrado.

**2. (Re) habilitación de aportes de personas jurídicas:** Se eliminó la prohibición que pesaba desde 2009 sobre las personas jurídicas para realizar aportes de campaña. El argumento principal para esta propuesta – sostenido tanto por los dirigentes políticos del oficialismo como por muchos especialistas en el tema – tuvo que ver con la ineficacia de la prohibición. La idea de que “los aportes de empresas ocurren de todos modos, y es mejor sincerarlo para que se registren y no que se oculten” impulsó esta modificación, seguramente la más importante en términos políticos para el partido del entonces presidente Mauricio Macri. En efecto, el PRO quería que las empresas pudieran aportar en forma lícita, pudiendo registrar dichos aportes en los informes de campaña. Vale recordar que la prohibición establecida en 2009 involucraba solo a los aportes de campaña pero no a los aportes a los partidos para su desenvolvimiento institucional, y conviene recordar también que la existencia de un importante

---

<sup>43</sup> Me refiero fundamentalmente a las leyes 25.600/2002, 25.610/2002, 26.215/2007 y 26.571/2009. Al respecto véase por ejemplo Lázaro, Alejandra, “El financiamiento de la política en la República Argentina”, Revista Pensar en Derecho, N. 7, 2015 y Ferreira Rubio, Delia, “Financiamiento de los partidos políticos en Argentina: Modelo 2012”, Revista Elecciones, Vol. 11, N. 12, 2012.



porcentaje de aportes no registrados de empresas a la actividad política ha sido históricamente un hecho establecido de la política argentina, de lo cual existen múltiples evidencias. Por todo ello, resultaba bastante evidente que la prohibición no había sido efectiva en lograr sus objetivos. Por otro lado, y lamentablemente, no se produjo un debate ni jurídico, ni político, ni menos aún filosófico, respecto a la conveniencia de que en una democracia las personas jurídicas estén habilitadas a aportar dinero a los partidos. En definitiva, las personas jurídicas – o lo que importa, las empresas – fueron nuevamente habilitadas para aportar.

Aunque la bancarización y habilitación de aportes empresarios fueron los puntos que mayor atención recibieron, la ley introdujo otro amplio conjunto de modificaciones de relativa importancia que conviene reseñar.

**3. Plazos de campaña:** La idea de “sincerar” para transparentar aparece también en el cambio en los plazos permitidos para realizar campaña electoral, que pasó de 30 a 50 días en el caso de las PASO, y de 35 a 50 en el caso de las elecciones generales. Los plazos vigentes no limitaban efectivamente las actividades proselitistas ni se condecían con lo que los actores consideraban como un plazo razonable. En todo caso, dejaban en situación inequitativa al partido de gobierno, que de algún modo realiza campaña permanente publicitando la gestión, con respecto a los partidos opositores, que hasta los 30 días previos a las PASO tenían legalmente vedado publicitar sus propuestas. El plazo de 50 días establecido por la reforma seguirá seguramente sin evitar que la promoción electoral se desarrolle desde tiempo antes, pero en todo caso resulta algo más realista que el anterior, permitirá controlar mejor los gastos de campaña, y es consistente con el hecho de que coincide con el plazo previsto por el Código Electoral Nacional para la oficialización de candidaturas.

**4. Restricción de publicidad oficial e inauguraciones:** Al extender el plazo de campaña se extendió de igual modo el período durante el cual la publicidad oficial no puede contener elementos que promuevan o desincentiven el voto hacia algún candidato. Asimismo, se extendió en 10 días el plazo de prohibición para la realización y difusión de actos inaugurales de obras públicas, de lanzamiento de programas o planes y en general todo acto de gobierno que pueda tender a la captación del voto, pasando de 15 a 25 días. Se trata de un pequeño paso, seguramente insuficiente pero en todo caso valorable, para moderar las ventajas que brinda enfrentar el escenario electoral desde el control del gobierno.

**5. Elevación de topes de aportes:** esta reforma se produjo en forma algo subrepticia, sin que fuera promocionada ni mereciera debate alguno. Hasta la aprobación de la ley las personas físicas podían aportar hasta un máximo total de 2 por ciento anual de los gastos permitidos a los partidos, hubiera o no campaña electoral, y las personas jurídicas un 1 por ciento, sin poder aportar para campañas. La ley 27.504 habilitó tanto a personas humanas como jurídicas a aportar cada año un dos por ciento de los gastos permitidos a los partidos para desenvolvimiento institucional y además, en cada campaña, un dos por ciento de los gastos permitidos en esa campaña. Esto supone una duplicación de los aportes permitidos. La medida parece responder al concepto más general de la ley, que involucra a las medidas anteriormente descritas, en términos de aportes y gastos: es menos importante establecer restricciones que establecer condiciones propicias para conocer lo que realmente ocurre.

**6. Modificación cuantitativa del régimen de publicidad audiovisual:** La cesión del diez por ciento de programación establecido en 2009 por la Ley 26.571 había generado un fuerte descontento entre las empresas de medios, que reclamaban desde entonces una reducción y/o una compensación económica. También la experiencia indicaba que esa cantidad de tiempo en los 20 días anteriores a las primarias y 25 de las generales producía cierta saturación en los electores, generando en parte del electorado una actitud de rechazo frente a la acumulación de publicidad. La reforma contempló ambas situaciones reduciendo el porcentaje diario de programación de cada medio audiovisual destinado a la publicidad, del diez al cinco por ciento. Para

compensar esta reducción en el porcentaje de programación y sostener la posibilidad de que todas las agrupaciones hagan llegar su mensaje al electorado, por otro lado se incrementó el número de días en los que se transmiten los avisos publicitarios, pasando de un total de 45 días (los 20 previos a las primarias y 25 de las generales) a un total de 70 (35 días previos en ambos casos). En conjunto, esto supuso pasar de 2952 a 2376 minutos, es decir una reducción del 19,5 por ciento, aunque en una extensión mayor de días. A su vez, se aclaró que la cesión de estos minutos tiene carácter gratuito, lo que hasta ahora solo estaba definido mediante un decreto reglamentario.

**7. Opción de adhesión de las provincias al régimen nacional de financiamiento:** La realización de elecciones simultáneas deriva a menudo en un aumento de la opacidad en materia de financiamiento, ya que operan en simultáneo campañas paralelas, las de los candidatos nacionales y las de los candidatos provinciales, que se rigen por normativas diferentes. En el caso de numerosas provincias, la normativa es sustantivamente más laxa que la nacional, y en algunos casos los controles son prácticamente inexistentes. Esto ha sido planteado por los especialistas como uno de los principales problemas de nuestro régimen legal a la hora de controlar el financiamiento de campañas. Dado el carácter federal de nuestro régimen electoral, la ley nacional no puede más que ofrecer esta alternativa como mecanismo de resolución del problema.

**8. Fortalecimiento del cuerpo de auditores de la Justicia Electoral:** La ley duplicó la composición de este cuerpo, encargado de evaluar los informes presentados por las agrupaciones políticas. Aunque el reclamo de la Justicia apuntaba a un incremento aún mayor, esto dará al cuerpo de auditores recursos más adecuados para una tarea de tanta complejidad.

**9. Procedimiento electoral sancionador:** Diseño de un procedimiento específico para el tratamiento de los ilícitos electorales. Se trata de una materia largamente pendiente, que llevaba a que los diferentes jueces aplicaran diferentes normativas para casos homólogos.

Las modificaciones comentadas hasta aquí estaban contempladas en el proyecto enviado por el Ejecutivo al Congreso en julio de 2018. Como se mencionó al inicio, en términos generales éstas se orientaron en la línea de la agenda propuesta por los especialistas y organizaciones de la sociedad civil preocupados por el tema<sup>44</sup>.

Otro conjunto de reformas fue incorporado por los legisladores, tanto senadores como diputados, que trabajaron paralelamente para obtener un texto consensuado que pudiera ser aprobado por ambas cámaras. Aquí aparecen una serie de puntos que parecen haber respondido más específicamente a los intereses de los propios partidos políticos, afectados directamente por la normativa:

**10. Aumento de los aportes públicos para impresión de boletas:** La suma equivalente a una boleta por elector, prevista en el texto original de la Ley 26.215, fue incrementada a 2,5 boletas por elector. Este cambio que pasó completamente inadvertido al momento de tratarse el proyecto significa un aumento muy significativo de los aportes públicos.

**11. Declaración jurada de aportantes:** Los legisladores reemplazaron la propuesta del texto enviado por el Ejecutivo por el cual se obligaban a rechazar y revertir los aportes prohibidos o que superaran los montos máximos previstos por la ley, por una obligación en cabeza de los aportantes de efectuar una declaración jurada respecto a que el aporte no está contemplado en ninguna prohibición legal. Solo a partir de

---

<sup>44</sup> Véase, por ejemplo, Page, María y Josefina Mignone, "Dinero, partidos y campañas. Hoja de ruta para avanzar hacia un sistema de financiamiento más eficiente y transparente", Documento de Políticas Públicas/Recomendación N°185. Buenos Aires: CIPPEC, 2017.

efectuada dicha declaración, en una plataforma de la Justicia Electoral, los partidos podrían hacer uso del aporte. De este modo, se sustituyó una obligación que recaía sobre los partidos por otra que recae sobre los aportantes y que pretende dispensar a las agrupaciones por la recepción de aportes no habilitados.

**12. Incentivo a los aportes privados:** Los legisladores incluyeron un estímulo para los aportes privados al establecer que la desgravación de hasta el cinco por ciento del impuesto a las ganancias por donaciones a los partidos se calcule en forma autónoma respecto del resto de las donaciones<sup>45</sup>.

Otras modificaciones resultaron del interés específico de distintos sectores involucrados de diferente modo en los procesos electorales. Cabe mencionar una de ellas más por lo que supone en términos del modo en que se producen las leyes que por sus efectos específicos.

**13. Cuota de contratación de medios digitales nacionales y provinciales:** A último momento se incorporó una disposición respecto a la necesaria contratación de estos medios. Resultado evidente del reclamo del sector, la norma adoptó una redacción defectuosa, imponiendo que se destinen a sitios periodísticos digitales de producción nacional y de producción provincial diferentes porcentajes “de los recursos públicos destinados a la inversión en publicidad digital”. Al no existir tal cosa, es decir recursos públicos dirigidos a formas específicas de publicidad, esta norma resulta de difícil interpretación.

## Propuestas del Ejecutivo no incluidas en la Ley

Cabe finalmente mencionar algunas propuestas incluidas en el proyecto del Ejecutivo que fueron descartadas por los legisladores. Quizá las más importantes en este grupo sean dos. Por un lado, la imposición de sanciones a los funcionarios públicos que utilizaran recursos públicos a su disposición para coaccionar a sus subordinados a participar de actividades de campaña, o que condicionaran la prestación de un servicio a su cargo al apoyo político. Junto a ello se establecía la tipificación del clientelismo político como acto ilícito, sancionando a quienes otorgaran beneficios materiales para lograr que se vote de determinada manera. Este tipo de disposiciones venían siendo reclamadas por la Justicia Electoral, mientras que la redacción estaba inspirada en normas vigentes en otros países latinoamericanos, especialmente México y Perú.

Por otro lado, se eliminó también el requerimiento de que al menos uno de los responsables económico-financieros de campaña de las agrupaciones políticas fuera un contador matriculado y también una autoridad partidaria, con la potencial sanción de inhabilitación para ejercer la profesión en el caso del contador y de ejercer cargos públicos en ambos. Este tipo de cuestiones suelen pasar inadvertidas no solo al público y la prensa sino también a no pocos especialistas. Sin embargo, cuestiones aparentemente menores como la obligación de que el sujeto obligado como responsable por las cuentas de campaña sea un contador matriculado, que enfrente la potencial sanción de pérdida de matrícula, en lugar de una persona cualquiera, pueden marcar la diferencia entre un informe correcto de otro que no lo es. De hecho, es probable que esto explique por qué esta – en apariencia menor – propuesta fue eliminada del proyecto. En todo caso, es notorio que la eliminación de diferentes contenidos del proyecto redujo los niveles de rendición de cuentas y de responsabilidades de los partidos.

---

<sup>45</sup> Cabe mencionar que esta propuesta, sugerida por un senador de la UCR, resultó significativamente más moderada que otra, incluida en el proyecto presentado por un grupo de senadores del bloque PJ, que planteaba la desgravación del impuesto a las ganancias por el monto total de los aportes (Proyecto S-3698/18).

## Conclusiones y desafíos pendientes

La Ley 25.600/2002, la primera sobre financiamiento, sumaba 5.297 palabras. La Ley 26.215 actualmente vigente, con las modificaciones de la 27.504/2019, más que duplica aquella extensión, sumando 11.840 palabras. **La sucesión de normas sobre financiamiento en Argentina ha seguido una tendencia inequívoca, hacia una regulación cada vez más exhaustiva y detallista.** Un ejemplo quizá risueño ilustra este proceso. La Ley 25.600 reglamentó el mandato constitucional según el cual el estado contribuye a la capacitación de los dirigentes partidarios estableciendo que un 20 por ciento de los aportes públicos debían destinarse a capacitación. La Ley 26.215 agregó que de aquel 20 por ciento destinado a capacitación, un 30 por ciento debía dirigirse a la capacitación de jóvenes. Finalmente – hasta ahora – la 27.504 dispuso que otro 30 por ciento de aquel 20 por ciento se consagre a la capacitación de mujeres.

Las sucesivas reformas rondan por lo general en torno a las 5 sub-dimensiones enumeradas al comienzo de este artículo, corrigiendo plazos de campaña, modificando topes de aportes, dictaminando sobre los destinos que deben tener los recursos, revisando las prohibiciones sobre aportantes. Este incrementalismo permite de todos modos, en general, ir avanzando gradualmente hacia mayores niveles de transparencia. La bancarización de los aportes – aunque parcial, dada la licencia incorporada finalmente para realizar depósitos en efectivo – y el parcial fortalecimiento del cuerpo de auditores de la Justicia son modificaciones legales incorporadas por la Ley 27.504 que claramente avanzan en esta dirección.

**Los partidos parecen de todos modos seguir reservándose la posibilidad de no querer contar toda la verdad sobre lo que ocurre en sus relaciones con el dinero,** y de no tomarse del todo en serio sus propios discursos respecto a la transparencia. **La multiplicación de palabras en las normas no es directamente proporcional a la mejora en los niveles de transparencia y equidad proclamados.** En el marco de discusión previo al tratamiento de la última reforma se planteó reiteradamente la necesidad de contar con un sistema de fiscalización de aportes y gastos en tiempo real, que imponga a las agrupaciones la obligación de dar cuenta de sus movimientos financieros de campaña en la medida en que estos tienen lugar, para evitar “dibujos” realizados después de la elección. La posibilidad de establecer la caducidad de los partidos cuyos informes son desaprobados en forma reiterada tampoco fue receptada por quienes deben autorregularse. Por último, quedó una vez más pendiente el gigantesco y crucial tema del uso de recursos públicos con fines partidarios. La utilización de las cajas estatales para realizar política partidista es un aspecto sobre el cual los partidos parecen estar de acuerdo en no querer introducir cambios de fondo. **La democracia argentina – como tantas otras – sigue teniendo en el campo del financiamiento político enormes desafíos.**