

Expte. 0404/L/08

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA
SANCIONA CON FUERZA DE

LEY

Artículo 1°. Incorporase el artículo 49 bis de la Ley 8767 el que quedará redactado de la siguiente manera: “Desde los seis (6) días anteriores a la iniciación del comicio y hasta tres (3) horas después de su finalización, queda prohibida la difusión, publicación, comentarios o referencias, por cualquier medio, de los resultados de encuestas electorales o proyecciones sobre el escrutinio.”

Artículo 2°. Incorporase el artículo 49 ter a la Ley 8767 el que quedará redactado de la siguiente manera: “Entre el día de la convocatoria y el de la celebración de las elecciones se aplica el siguiente régimen de publicación de encuestas, sondeos y estudios de opinión electorales:

- a) Denominación y domicilio del organismo o entidad, pública o privada o de la persona física que haya realizado el sondeo, así como de la que haya encargado su realización.
- b) Características técnicas del sondeo, que incluyan necesariamente los siguientes extremos: costo total del estudio, sistema de muestreo, tamaño de la muestra, margen de error de la misma, nivel de representatividad, procedimiento de selección de los encuestados y fecha de realización del trabajo de campo.
- c) Texto íntegro de las cuestiones planteadas y número de personas que no han contestado a cada una de ellas.
- d) Los medios informativos que hayan publicado o difundido un sondeo, violando las disposiciones de la presente Ley, están obligados a publicar y difundir en el plazo de tres días las rectificaciones necesarias, anunciando su procedencia y el motivo de la rectificación, utilizándose a estos fines el mismo espacio o página en la que se haya publicado dicho estudio de opinión.

Artículo 3°. Incorporase el artículo 49 quater a la Ley 8767 el que quedará redactado de la siguiente manera: “Los medios informativos que no cumplieren, por cualquier causa, con lo prescripto en los artículos 49 bis y 49 ter de esta Ley serán pasibles de una multa del treinta (30) al cincuenta (50) por ciento de:

El valor total del centimetraje de publicidad de un día, correspondiente al medio en que se hubiere publicado la encuesta, cuando se tratare de un medio gráfico;

El valor total de los minutos de publicidad de un día, correspondiente al medio en que se hubiere difundido la encuesta, cuando se tratare de un medio de radiodifusión;

El valor total de los segundos de publicidad de un día correspondiente al medio en que se hubiere difundido, la encuesta, cuando se tratare de un medio de teledifusión.

El tribunal con competencia electoral en la Provincia de Córdoba conoce de las cuestiones que suscite la aplicación de la presente Ley e impone las correspondientes sanciones.

El producido por las multas antes mencionadas serán destinadas a campañas de información y educación democrática a cargo del tribunal con competencia electoral de la Provincia de Córdoba.

Artículo 4°. **Queda derogada toda disposición que se oponga a la presente.**

Artículo 5° **De forma.**

Fdo.: Ana Dressino – Miguel Nicolás – Hugo Pozzi – Hipólito Faustinelli – Alfredo Cugat – Alicio Cargnelutti – Carlos Giaveno – Alejandra Matar – María Calvo Aguado – Ítalo Gudiño.

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

Se propone la aprobación del presente proyecto a fin de atender una arista de un tema de gran actualidad e importancia para el régimen democrático como lo es la difusión y publicación de sondeos de opinión y, en particular, la de las llamadas “encuestas a boca de urna” o “exit polls”.

En todo el mundo es esta una problemática esta siendo debatida intensamente. Lograr el equilibrio entre el ejercicio libre de los derechos políticos y la libertad de expresión y de información, parece ser el desafío en el que se encuentran inmersas todas las democracias modernas, ante el enorme avance de las tecnologías de información así como de los medios masivos de comunicación.

Así la Corte Interamericana de Derechos Humanos nos advierte que *“la formación de la voluntad colectiva mediante el ejercicio del sufragio individual se nutre de las diferentes opciones que presentan los partidos políticos a través de los candidatos que los representan. El debate democrático implica que se permita la circulación libre de ideas e información respecto de los candidatos y sus partidos políticos por parte de los medios de comunicación, de los propios candidatos y de cualquier persona que desee expresar su opinión o brindar*

información. Es preciso que todos puedan cuestionar e indagar sobre la capacidad e idoneidad de los candidatos, así como disentir y confrontar sus propuestas, ideas y opiniones de manera que los electores puedan formar su criterio para votar”.

Del mismo modo, la Corte Europea de Derechos Humanos ha establecido en el Caso Mathieu-Mohin y Clerfayt c. Bélgica de 1987, que los dos derechos están interrelacionados y que la libertad de expresión es una de las “condiciones” necesarias para “asegurar la libre expresión de opinión del pueblo en la elección del cuerpo legislativo”. Sin embargo, ha reconocido que en ciertas circunstancias ambos derechos pueden entrar en conflicto. Y que puede ser necesario establecer ciertas restricciones – que en otras situaciones serían inaceptables- sobre la libertad de expresión, para asegurar la libertad de los ciudadanos en sus decisiones. La Corte ha postulado que – al balancear ambos derechos- los Estados miembros tienen un margen de apreciación.

Conceptualmente, una encuesta es una técnica de investigación social que permite conocer las opiniones y actitudes de una colectividad por medio de un cuestionario que se aplica a un reducido y representativo grupo de sus integrantes al que se denomina “muestra”. Los sondeos de boca de urna son encuestas conducidas el mismo día de las elecciones para mostrar cómo la gente ha votado, y pudiendo, además, sugerir el resultado final de los comicios.

Las encuestas de opinión cumplen importantes funciones en las sociedades modernas. En primer lugar, informan sobre lo que piensan los hombres y mujeres de un lugar determinado y brindan herramientas para la toma de decisiones, tanto por parte de los políticos y funcionarios públicos como de los ciudadanos. Pero además, las encuestas pueden contribuir al control de la autoridad al someter a los políticos y a las medidas de gobierno al examen de la opinión pública. Durante las elecciones, además, los sondeos de boca de urna sirven para que los ciudadanos, al informarse por otras vías, puedan fiscalizar a las autoridades y exigirles explicaciones a ellas y a las empresas encuestadoras en caso de variaciones en los resultados.

Existe, en este sentido, una gran discusión con respecto al uso de las técnicas estadísticas como forma de manipulación de la opinión pública o, incluso, como una técnica de campaña proselitista disfrazada de estudio científico.

Se ha sostenido que la manipulación de los sondeos de opinión influye indebidamente generando diversos efectos en el electorado. Se sostiene, por ejemplo, que la difusión de las mediciones puede favorecer al candidato que marcha en primer lugar (bandwagon effect), o que pueden hacer crecer a su inmediato perseguidor en desmedro de otras alternativas (voto táctico o voto útil).

El investigador finlandés Pertti Suhonen lo explica de esta manera: “las encuestas de opinión son como esos espejos de una cara. Cuando (con creciente frecuencia) los medios publican noticias acerca de investigaciones que rastrean la opinión de los ciudadanos, colocan un espejo enfrente de la gente. Las noticias ofrecen entonces un retrato en gran escala de la población y sus subgrupos. Comparándose a sí mismos con ese retrato, la gente construye sus propias identidades y fortalece o quizá coteja sus aptitudes y opiniones”.

En relación a este fenómeno es que gran cantidad de países han regulado legalmente la publicación de encuestas electorales: Bolivia, Bulgaria, Croacia, Republica Checa, Canadá, Colombia, Costa Rica, España, Eslovaquia, Francia, Israel, Italia, entre otros, han establecidos diferentes plazos de prohibición de su difusión que van desde un día previo al comicio, como en el caso de nuestro país, hasta treinta, como el caso de Luxemburgo. Algunos de estos países, además, exigen publicar distintas especificaciones técnicas conjuntamente con la difusión de los sondeos, como tamaño de la muestra, margen de error, etc.

Incluso algunos medios de comunicación han optado por autorregularse en cuanto a la publicación de sondeos. Un claro esto se encuentra en la BBC (Corporación Británica de Radiodifusión), uno de los medios de comunicación más prestigioso, que cuenta con claros lineamientos internos para la elaboración de informes sobre encuestas de opinión y la publicación de sondeos de boca de urna. Entre otras cuestiones, las pautas de la BBC incluyen: no encabezar una noticia simplemente con el resultado de la encuesta; contextualizar los resultados en relación con las tendencias y no publicar encuestas de opinión el día de las elecciones hasta el cierre de los comicios, y, en el caso de elecciones europeas, hasta el cierre de los comicios en toda la Unión Europea.

En el caso específico de las "bocas de urna" se aplican distintas restricciones legales sobre su publicación, ya que algunos países vedan la difusión de estos resultados hasta que se hayan cerrado los comicios o hasta cierto tiempo después de que se hayan cerrado. Los plazos, nuevamente, varían de acuerdo al país. En este caso, las razones que se esgrimen tienen que ver con dar herramientas para garantizar la tranquilidad del acto electoral, evitar las tensiones que podrían provocar las informaciones contradictorias, prevenir que los electores se confundan con resultados que luego podrían cambiar o que resultados no oficiales influyan en las decisiones de los electores que aún no han votado.

El Consejo Europeo, por ejemplo, recomienda que los Estados miembros limiten la difusión de los resultados hasta que hayan cerrado los comicios en todo el país.

En 2005, nuestra Corte Suprema de Justicia analizó la validez de una ley que limita temporalmente la difusión de encuestas preelectorales y prohíbe la divulgación de encuestas sobre el cierre de los comicios. La decisión versó sobre el artículo 5° de la ley 268 de la Ciudad de Buenos Aires, que establece que "desde las cuarenta y ocho (48) horas anteriores a la iniciación del comicio y hasta tres (3) horas después de su finalización, queda prohibida la difusión, publicación, comentarios o referencias, por cualquier medio, de los resultados de encuestas electorales".

En cuanto a la prohibición de la difusión de las encuestas de boca de urna, la Corte Suprema sostuvo que la norma busca evitar que se altere el acto electoral antes de su finalización y garantizar el derecho de quienes aun están votando. "La prohibición de las tres horas posteriores al cierre del comicio busca evitar la reivindicación de ganadores en base a datos que luego podrían resultar erróneos, o que para el caso de resultar ciertos, puedan influir indebidamente al electorado", dijo el tribunal. Además de preservar a los votantes de las influencias de las encuestas, la norma aspira a evitar las tensiones "que puede generar informaciones contradictorias, como así también la confusión entre información real oficial y las meras especulaciones, que a la postre sólo sirven para dar menor credibilidad a la información oficial final si contradicen los resultados de boca de urna. Por

esas razones, la Corte concluyó en que la “brevísima” limitación a la difusión de bocas de urna no violaba la libertad de expresión. “La importantísima función que la prensa cumple en el desarrollo del proceso electoral no se ve afectada por aquella limitación, mucho más si se tiene en cuenta que la cobertura de las elecciones no puede confundirse con la de una carrera de caballos o un partido de fútbol en cuanto a la importancia o necesidad de la “instantaneidad” en la transmisión del dato”, opinó uno de los jueces en su voto.

*En este sentido es que nuestro Código Electoral Nacional ha incorporado a su artículo 71, el inciso h, que prohíbe: **“Publicar o difundir encuestas y proyecciones sobre el resultado de la elección durante la realización del comicio y hasta tres horas después de su cierre”.***

Para finalizar es pertinente citar a la Corte Suprema de la Republica de Colombia, la que al rechazar una solicitud de inconstitucionalidad sobre una norma similar sostuvo “es evidente que la divulgación de encuestas y proyecciones sobre el comportamiento electoral el día de las elecciones puede interferir el desarrollo normal y espontáneo del respectivo certamen y dar lugar a equívocos o informaciones que desorientan o desalientan a los votantes. El día de las elecciones en el que los ciudadanos ejercen secretamente su derecho al sufragio y se define el rumbo democrático del país, deberán acallarse todas las voces que no sean la voz del pueblo”.

Por todo esto es que recomendamos la aprobación de este proyecto de ley.

Fdo.: Ana Dressino – Miguel Nicolás – Hugo Pozzi – Hipólito Faustinelli – Alfredo Cugat – Alicia Cargnelutti – Carlos Giaveno – Alejandra Matar – María Calvo Aguado – Ítalo Gudiño.