Modifica la ley N°18.700, orgánica constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, para limitar la propaganda electoral en medios de prensa escrita y radioemisoras

Boletín N° 13567-06

I. Antecedentes

a. La regulación de la propaganda electoral, en cada una de sus modalidades, sea por prensa escrita, radioemisoras, canales de televisión, en el espacio público, entre otras, está contenida en el D.F.L. N°2 de 2017 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley n° 18.700, orgánica constitucional sobre votaciones populares y escrutinios.

b. La propaganda electoral efectuada por medio de la prensa escrita y por radioemisoras tiene un estatuto similar, contenido en el artículo 31. El inciso primero de dicha disposición define a la propaganda electoral en los siguientes términos:

"Se entenderá por propaganda electoral, para los efectos de esta ley, todo evento o manifestación pública y la publicidad radial, escrita, en imágenes, en soportes audiovisuales u otros medios análogos, siempre que promueva a una o más personas o partidos políticos constituidos o en formación, con fines electorales. En el caso de los plebiscitos, se entenderá por propaganda aquella que induzca a apoyar alguna de las proposiciones sometidas a consideración de la ciudadanía. Dicha propaganda sólo podrá efectuarse en la oportunidad y la forma prescritas en esta ley (…)".

c. La regulación específica de la prensa escrita y la publicidad por radioemisoras se encuentra en los incisos quinto y sexto del artículo 31 de la ley antes mencionada, los cuales establecen que: "Las empresas periodísticas de prensa escrita y las radioemisoras podrán publicar o emitir la propaganda electoral que libremente contraten, pero no podrán discriminar en el cobro de las tarifas entre las distintas candidaturas o proposiciones, según se trate de elecciones o plebiscitos.

contratación de este tipo de propaganda sólo podrá suscribirse por el candidato, el partido político respectivo o los administradores electorales de unos y otros.

La propaganda electoral por medio de la prensa y radioemisoras solo podrá desarrollarse desde el sexagésimo hasta el tercer día anterior al de la elección o plebiscito, ambos días inclusive. Sólo se podrá efectuar propaganda electoral en los medios de prensa o radioemisoras que, a más tardar diez días antes del inicio del período de propaganda, informen al Servicio Electoral de sus tarifas, en la forma establecida por éste, debiendo ser publicadas en la página web del respectivo medio y del Servicio Electoral. Los medios de prensa o radioemisoras podrán adecuar oportunamente y con la debida antelación dichas tarifas, debiendo informar de ello al Servicio Electoral".

d. Ahora bien, en el caso concreto de las radioemisoras, existe una norma adicional que indica: "Artículo 34.-Durante el plazo señalado en el inciso sexto del artículo 31, las radioemisoras deberán transmitir cada día, entre las 07:00 y las 22:00 horas, seis spots de no menos de treinta y no más de cuarenta segundos de duración con información electoral de utilidad para la ciudadanía, cuyo contenido determinará el Servicio Electoral, el que no podrá favorecer a ningún candidato o partido en particular.

Lo dispuesto en el inciso primero no se aplicará a las radioemisoras que se rijan por la ley Nº20.433, que Crea los servicios de radiodifusión comunitaria ciudadana".

e. De esta manera, la propaganda electoral por prensa escrita y radioemisoras está entregada a la libre contratación de los candidatos, a salvo de la obligación de informar al Servicio Electoral sus tarifas con anterioridad al período de propaganda electoral, y considerando asimismo la obligación de las radioemisoras de transmitir 6 spot publicitarios de información general a la ciudadanía sobre el proceso electoral (con excepción de las radios comunitarias). Asimismo, la prensa escrita y las radioemisoras no pueden discriminar en los precios.

II. Fundamentos de la iniciativa

1. De los antecedentes expuestos anteriormente se puede apreciar que no existe en la legislación actual ningún límite a los candidatos a cargos de elección popular para la contratación de prensa escrita y radioemisoras, sin perjuicio de las normas sobre límite del gasto electoral. En efecto, si el candidato respeta estos últimos límites, no habría inconveniente en que contratara, sin mayores inconvenientes, una gran cantidad de spot publicitarios en la prensa escrita y en radioemisoras. De esta manera, existe plena autonomía de la voluntad de las partes para contratar, existiendo sólo normas que permiten una mayor información del proceso: la no discriminación de precios, y la obligación de informar previamente al Servicio Electoral las tarifas.

2. Lo anterior puede tener como consecuencia que independientemente de las propuestas o ideas de un determinado candidato a los cargos de elección popular, sea el dinero que esté dispuesto a pagar por prensa escrita o radioemisoras lo que defina una votación, toda vez que éste estaría más presente en medios de conocida difusión en la ciudadanía. Ello iría en desmedro de quienes no tienen estos recursos, y deben optar por otros mecanismos de divulgación de su programa político.

3. En este sentido, estas normas podrían estar afectando al régimen democrático, por cuanto no se estaría asegurando debidamente que los más idóneos en lo ético, en lo político, y en cuanto a sus capacidades personales sean electos, sino que los que pueden invertir más en medios de difusión serán más conocidos por los electores, y por consiguiente, votados en la elección. Desde este punto de vista, el sistema debe perfeccionarse, y apuntar a una regulación más estricta de la utilización de estos medios.

4. En este sentido, cabe mencionar que pese a que la prensa escrita y las radioemisoras están sujetas a un régimen de libertad de contratación, no ocurre lo mismo con los canales de televisión abierta, los cuales deben regirse por la denominada “franja electoral”, no teniendo libertad para contratar con los candidatos respectivos. Esta idea se enmarca justamente en el principio de igualdad de los candidatos, de tal manera de que todos puedan acceder a estos medios masivos de difusión, sin que uno esté sobre el otro sólo por el dinero que aporte a su campaña.

5. En esta línea, los diputados que suscriben el presente proyecto estiman que debe perfeccionarse el marco legal que regula la propaganda electoral, de tal modo que sean las ideas políticas, y no el dinero, lo que defina una elección. La democracia se enriquece cuando se le brinda acceso igualitario a los candidatos para optar a los cargos de elección popular, permitiendo una fiel representación de la ciudadanía en el poder soberano.

6. Por lo anterior es que el presente proyecto propone limitar la libre contratación de prensa escrita y de radioemisoras por parte de los candidatos en período de propaganda electoral

III. Idea Matriz

El presente proyecto tiene como idea matriz limitar la propaganda electoral en prensa escrita y radioemisoras

IV. Contenido del proyecto de ley

El proyecto de ley establece que las radioemisoras y las empresas de prensa escrita no podrán contratar con cada candidato más de 2 spot radiales o 2 insertos diarios, respectivamente, mientras dure el período de propaganda electoral

V. Disposiciones de la legislación vigente que se verían afectadas por el proyecto

El proyecto de ley modifica el D.F.L. N°2 de 2017 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley n° 18.700, orgánica constitucional sobre votaciones populares y escrutinios, en su artículo 31 y en su artículo 136, sin afectar otras disposiciones de la legislación vigente.

POR TANTO:

Los diputados que suscribimos venimos en presentar el siguiente:

PROYECTO DE LEY

Artículo único: Modifíquese el D.F.L. N°2 de 2017 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley n° 18.700, orgánica constitucional sobre votaciones populares y escrutinios, en el siguiente sentido:

1. Intercálese el siguiente inciso 6° en el artículo 31, pasando los actuales 6° y 7° a ser 7° y 8° respectivamente:

“Sin perjuicio de lo anterior, las radioemisoras no podrán publicar o emitir propaganda electoral que beneficie al mismo candidato en una cantidad superior a los 2 spot diarios por candidato, los que deberán tener una extensión diaria máxima de 60 segundos. Asimismo, las empresas periodísticas de prensa escrita no podrán publicar o emitir propaganda electoral que beneficie al mismo candidato en una cantidad superior a 2 insertos semanales, los que deberán tener una extensión máxima de media plana”.

2. Intercálese el siguiente inciso 2° al artículo 136, pasando el actual a ser 3°:

“La infracción a lo dispuesto en el inciso 6° del artículo 31 será sancionada con multa de a beneficio fiscal de veinte a cuatrocientas unidades tributarias mensuales”.

FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. ESTEBAN VELASQUEZ N.

FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. DANIEL NUÑEZ A.

FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. RENE ALINCO B.

FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. DIEGO IBAÑEZ C.