Modifica la ley N°18.700, orgánica constitucional sobre votaciones populares y escrutinios, para prohibir la propaganda electoral gráfica en espacios públicos

Boletín N° 12860-06

I. IDEAS GENERALES.

La relación que existe entre la democracia y los procesos eleccionarios es compleja, pero de vital importancia. Algunos autores sostienen que dicha vinculación es de carácter doble o recíproco. Por un lado, los procesos eleccionarios cimientan la certeza de que la representación política corresponde a la voluntad política del electorado expresada mediante el otro. En este sentido, las elecciones se convierten en un instrumentos técnico-jurídico que permiten garantizar la democracia. Por otro lado, la democracia y la representación forman el sustrato a partir del cual han de efectuarse las críticas y propuestas de mejora de los mecanismos electorales. Así las cosas, el reconocimiento del principio democrático es, entonces, una condición necesaria para que el derecho electoral se organice democráticamente, y esto, a su vez, es una condición *sine qua non* de la garantía de la democracia[1].

Por su parte, la creciente conciencia sobre la importancia del derecho electoral ha hecho avanzar a los distintos ordenamientos jurídicos en la obtención de una regulación lo más exhaustiva posible que no solamente consagre el derecho de los ciudadanos a participar en procesos eleccionarios, sino que también permita la institucionalización de los diversos actores, el aseguramiento de la debida independencia del proceso eleccionario, a fin de que este se desarrolle libre de toda presión o injerencia externa y garantice el aseguramiento de la libre competencia e igualdad de oportunidades de candidatos, dentro de una democracia pluripartidista[2].

Por su parte, y como consecuencia lógica de los nuevos estándares de transparencia y probidad que se le exigen a la función pública, el año 2016 se promulgó la Ley N° 20.900 que detallan las nuevas normas y procedimientos del financiamiento privado de la campaña política, dejando sin efecto el sistema de aportes directos a la cuenta bancaria del candidato, e instaurando un nuevo sistema de

1 Nohlen Dieter, *et. al.(comps)*; *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina*, Segunda Edición, México, 2007. Pg 22 y 23. Disponible en: https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/CAPEL/2_2010/Publicaciones_en_linea/Nohlen_Tratado%20de%20derecho%20electoral.pdf

2 Idem Cita n°1.

recepción de aportes. Cabe señalar además, que a partir de esta modificación sólo se permite los aportes de personas naturales y se prohíbe aportes de personas jurídicas[3].

II. CONSIDERANDO.

1. En lo que refiere a propagandas electorales, existe consenso entre los expertos en ubicar el nacimiento del *marketing* político, en la campaña desarrollada por el candidato republicano Dwigth Eisenhower en su camino a la presidencia de Estados Unidos en 1952. Luego, como una consecuencia inevitable de la creciente mediatización observada en el desarrollo de las contiendas electorales, la mercadotecnia política ha terminado por imponerse como el instrumento fundamental al que se ajustan las estrategias de campaña de los partidos políticos en los países democráticos.[4].
2. Nuestra legislación ha regulado exhaustivamente esta materia en la Ley N.º 18.700 orgánica constitucional sobre votaciones populares y escrutinios a partir del artículo 30 y ss. La normativa es extensa y contempla una serie de exigencias y requisitos que han permitido mantener la campaña política estructurada, respetando los principios de igualdad de condiciones de los contendores políticos, probidad y transparencia. Por su parte, la infracción a dichas normas traen aparejadas multas y sanciones que se determinan luego de un proceso contencioso administrativo especial que lleva el Servicio Electoral.
3. A pesar de lo anterior, el Servicio Electoral -órgano al que le corresponde al fiscalización de procesos eleccionarios y campañas políticas- por razones de buen servicio, prepara manuales de acceso público que permiten sistematizar y aclarar la norma vigente. El objeto es acercar la regulación a todos los candidatos para que la propaganda política se mantenga dentro de lo permitido por la ley.
4. Sin embargo, con cada elección política que se desarrolla en el país, la crítica de la ciudadanía relativa a la propaganda electoral se acentúa. Las principales causas de rechazo se encuentran asociadas a la contaminación visual, el uso inapropiado de espacios públicos, y la importante cantidad de desperdicios que se generan y que no reciben un tratamiento adecuado, especialmente en tiempos que las exigencias de cuidado y respeto al medioambiente son mayores.

---

3 Servel, *Financiamiento de campañas en elecciones*, Disponible en:https://www.servel.cl/financiamiento-de-campanas/

4 Aceves, Francisco de Jesús; *Elecciones, medios y publicidad política en América Latina: los claroscuros de su regulación*, Revista Comunicación y Sociedad N.º 12, Guadalajara, 2009. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2009000200003&script=sci_arttext&tlng=en

5. En este sentido, el presente proyecto de ley busca prohibir la instalación de gráfica publicitaria en espacios públicos, reservando este tipo de campaña electoral sólo para espacios privados. Lo anterior no significa en ningún caso la prohibición de entrega de volantes o panfletos, u otro tipo de utilización del espacio público en aras de la propaganda electoral. Tampoco se busca introducir modificaciones o limitaciones a la propaganda electoral que se da en medios masivos de comunicación, por cuanto son pilares fundamentales y tienen el mayor nivel de penetración.

III. CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY.

El presente proyecto de ley busca prohibir la propaganda publicitaria, por vía de gráfica, en espacios públicos. Para ello se introduce una modificación a la ley N.º 18.700 orgánica constitucional sobre votaciones populares y escrutinios, sustituyendo el inciso primero del artículo 32, y eliminando los incisos segundo, tercero y cuarto del mismo artículo.

IV. PROYECTO DE LEY.

Artículo único: Modifíquese el artículo 32 de la Ley N.º 18.700 Orgánica Constitucional de Votaciones Populares y Escrutinios, de acuerdo al siguiente texto:

Inciso Primero: Sustitúyase el inciso primero por el siguiente: **“No podrá efectuarse propaganda en espacios públicos mediante carteles, afiches, letreros, u otro tipo de gráfica de análoga naturaleza.”**

Inciso segundo: Elimínese.

Inciso tercero: Elimínese

Inciso cuarto: Elimínese

IVÁN NORAMBUENA

DIPUTADO.