INFORME DE LA COMISIÓN DE GOBIERNO INTERIOR Y REGIONALIZACIÓN RECAÍDO EN SENDOS PROYECTOS DE LEY QUE REGULAN LOS SONDEOS Y ENCUESTAS POLITICAS.

BOLETINES Nº 6248-06-1 y 6255-06-1

HONORABLE CÁMARA:

La Comisión de Gobierno Interior y Regionalización pasa a informar los proyectos de ley referidos en el epígrafe, ambos de origen en mociones de los Diputados señores Pedro Araya Guerrero; Eduardo Díaz Del Río; Alvaro Escobar Rufatt; Jaime Mulet Martínez; Carlos Olivares Zepeda y Esteban Valenzuela Van Treek, y de la Diputada señora Alejandra Sepúlveda Orbenes, que cumplen su primer trámite constitucional y reglamentario, y para cuyo despacho el Ejecutivo hizo presente la urgencia, con fecha 4 de agosto de 2009, calificándola de “simple”.

Considerando que ambos proyectos modifican igual texto legal, que abordan materias similares y que son patrocinados por los mismos parlamentarios, la Comisión acordó tratarlos en forma conjunta.

I.- CONSTANCIAS REGLAMENTARIAS.

En forma previa al análisis de los proyectos se hace constar, en lo sustancial, lo siguiente:

a) La idea matriz de la iniciativa legal individualizada con el boletín Nº 6248-06 es regular la difusión de estudios y encuestas o sondeos de opinión publica, a través de la prensa escrita, radioemisoras, medios de comunicación electrónicos y canales de televisión, referidos a un acto eleccionario o plebiscitario, y especialmente a las candidaturas y partidos políticos que en ellos participen.

Por su parte, el proyecto que consta en el boletín 6255-06 tiene como objetivo prohibir la publicación o difusión, por cualquier medio, de los resultados de las encuestas de opinión pública relacionadas con una elección o plebiscito que tengan por propósito dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos, durante los siete días previos a la jornada correspondiente, el día mismo de la elección y hasta las veinte horas de este último.

b) Ambos proyectos, en su totalidad, son de **quórum orgánico constitucional,** según el artículo 18 de la Carta Fundamental.

c) No requieren ser conocidos por la Comisión de Hacienda.

d) Los proyectos **fueron aprobados, en general**, **por unanimidad.** Participaron en la votación los Diputados señores Becker, don Germán; De Urresti, don Alfonso; Duarte, don Gonzalo; Egaña, don Andrés; Jaramillo, don Enrique; Kast, don José Antonio; Ojeda, don Sergio; y Valenzuela, don Esteban.

e) Se designó **Diputado Informante** al señor Esteban Valenzuela.

II.- ANTECEDENTES.

a) Las Mociones

Al fundamentar el proyecto contenido en el boletín 6248-06, los mocionantes sostuvieron que la realización y difusión de las encuestas influye directamente en la actividad política de nuestro país. Los liderazgos y las candidaturas emergen y pueden terminar producto de ellas, al igual que los temas de la agenda política.

Añaden que en Chile casi no existe diálogo político, debido a que ha sido reemplazado por los resultados de los sondeos de opinión. Los expertos en Comunicación Política denominan a este fenómeno "sondeocracia".

Sostienen que los estudios de opinión pública y de mercado, incluidas las encuestas políticas, son válidos y útiles en la medida que en ellos se usan correctamente las técnicas de investigación más apropiadas, de acuerdo a los objetivos que se persiguen en cada caso. Advierten que una tendencia predominante, en el último tiempo, es la de utilizar la investigación de mercado y de opinión pública como una herramienta fundamental para apoyar la toma de decisiones.

En la actualidad, dicen, existe cierto desorden legal o desregulación en el país en el tema de la responsabilidad y estándar metodológico del uso de estos instrumentos de medición de la opinión pública, lo que hace factible que cualquier institución, sea académica, política o medial, socialice resultados, cuyos objetivos no son la validez o confiabilidad de la información obtenida, sino un titular de periódico e impactar con algún tipo de guarismo, que ingeniosamente se ha obtenido, con fines eminentemente políticos o de la industria de medios.

Afirman que las encuestas y sondeos son considerados como una fotografía del pulso político y/o de percepción social de ciertos fenómenos coyunturales o temáticos. De esta manera, no hay una sanción social o de mercado sobre aquellos resultados inducidos u obtenidos con métodos superficiales o maliciosos de recolección de la información. El olvido y la dinámica misma de la agenda noticiosa hacen que pronto se consuman y desaparezcan las encuestas que se lanzan indiscriminadamente por los medios. Subrayan que hasta los resultados obtenidos vía Internet o con métodos telefónicos, que no discriminan al entrevistado, son vistos con una validez mediática ajena a cualquier instrumento serio de medición que permita visualizar el verdadero "sentir" de la opinión publica en un momento dado.

Entienden que las encuestas están siendo consideradas como si fuesen una elección, lo que da pie a una especie de "fatalismo" en donde se podría hasta prescindir de las campañas políticas. Esta sería, a juicio de los autores de las iniciativas, la explicación del por qué éstas se están centrando en imágenes, apoyadas por un fuerte marketing comercial, el que se aplica con sus principios y estrategias a la política y a los políticos.

El manejo de las encuestas, indican, deriva precisamente de la percepción, tanto de la clase política como de los medios de comunicación que las divulgan, del poder que ellas tendrían en los procesos electorales. De ahí que la tendencia

mundial sea abusar del instrumento, tanto en la forma de llevarlo a cabo como en su divulgación, utilizándolo para fines electorales.

Señalan estar preocupados de resguardar el bien jurídico de las personas a la información completa y fidedigna y, a la vez, de garantizar el derecho de elegir con libertad. Por tal razón, consideran necesario que las encuestas de opinión pública relacionadas con una elección o plebiscito deban indicar siempre el nombre de la unidad de investigación que la realizó; el universo que efectivamente representa; el tamaño de la muestra lograda y su cobertura geográfica; las fechas del trabajo de campo; el método de muestreo usado y de aquél por el que se recopiló la información.

Al fundamentar la propuesta del boletín 6255-06, agregaron que si bien las encuestas y sondeos de opinión resultan un instrumento útil para saber lo que la gente piensa acerca de temas electorales, de los partidos políticos y de los candidatos, como queda de manifiesto por su uso intensivo durante prácticamente todo el siglo pasado, advierten que dichos mecanismos encierran peligros latentes en cuanto a que pueden, eventualmente, ser manipulados, por ejemplo, al seleccionar las preguntas, al momento de formular las mismas, etc.; sin perjuicio de aquellos errores consustanciales a toda encuesta.

Destacan, por otra parte, que el sondeo sustentado científicamente permite una apreciación bastante precisa de la distribución de las opiniones de un grupo social dado, en un momento determinado, como lo demuestra el hecho de que aquéllos verificados días antes de la elección de que se trate, han dado resultados bastantes aproximados a aquéllos obtenidos al término del escrutinio. Ello, justifica la tendencia mundial de abusar de las encuestas de opinión, según se indicó.

Tal afirmación, lleva a los Diputados patrocinantes a concluir que es necesario prohibir la publicación o difusión, por cualquier medio, de los resultados de tales encuestas, relacionadas con una elección o plebiscito, que tengan por propósito dar a conocer las preferencias de los ciudadanos, en el período comprendido entre los siete días anteriores al evento y hasta las veinte horas del día en que éste se desarrolle.

b) <u>Derecho comparado</u>

La Biblioteca del Congreso Nacional hizo llegar a esta Comisión, para ser considerada en el estudio de ambos proyectos, una minuta donde se presentan algunas disposiciones encontradas sobre la materia en la experiencia extranjera. Específicamente de los siguientes países: **Brasil, España, Francia y México**, en donde existe la obligación de entregar información completa sobre las características del sondeo, se exige la entrega de la encuesta a alguna institución definida en la ley y se establecen algunas restricciones a su publicación en relación a la fecha de la elección.

Así en Brasil, la ley Nº 9.504, del 30 de Septiembre de 1997, que establece normas para las elecciones, contiene algunas disposiciones para la regulación de encuestas de opinión[1].

[1] Disponible en: http://www.tse.gov.br/ (julio de 2009)

Su artículo 33, obliga a las entidades y empresas que realicen encuestas de opinión pública relativas a elecciones de candidatos, a registrar en la Justicia Electoral, antes de cinco días de su divulgación, la siguiente información:

a) Parte contratante; b) Valor y origen de los recursos utilizados; c) Metodología y período de la realización de la encuesta; d) Información de la muestra y ponderación sobre sexo, edad, nivel de educación, nivel económico, área física de realización del trabajo, intervalo de confianza y margen de error; e) Sistema interno de control y verificación de la recolección de datos y del trabajo de campo; f) Cuestionario completo aplicado o a ser aplicado; y g) Nombre de quién financió la realización del trabajo.

La información relativa a las encuestas debe ser entregada a las Agencias de Justicia Electoral, encargadas del registro de los candidatos. Por su parte, la Justicia Electoral verifica la información entregada, y la pone a disposición de los partidos, coaliciones o candidatos por un período de treinta días.

La divulgación de encuestas sin cumplir con el debido registro es sancionada con una multa. Mientras que la divulgación de encuestas fraudulentas constituye delito, con sanción de detención de seis meses a un año y una multa a ser aplicada a los representantes legales de la compañía o entidad encargada de dicha encuesta.

Por otra parte, el artículo 34 establece que, a través de una petición a la Justicia Electoral, los partidos pueden tener acceso al sistema interno de control y verificación de las encuestas.

Sobre la divulgación de las mismas, el artículo 35 de la ley en referencia establece que están prohibidas aquéllas por cualquier medio, a partir de los quince días antes de la elección. Sin embargo, el Supremo Tribunal Federal declaró inconstitucional este artículo[2].

A su vez, en España la regulación de las encuestas políticas en época de elecciones se encuentra normada en el artículo 69 de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General[3], que establece que entre el día de la convocatoria a un proceso electoral y la celebración de cualquier tipo de elecciones, los realizadores de todo sondeo o encuesta deben, bajo su responsabilidad, acompañarla de las siguientes especificaciones, que además deben ser publicadas:

a. Denominación y domicilio del organismo o entidad, pública o privada, o de la persona física que haya realizado el sondeo, así como del que haya encargado su realización.

b. Características técnicas de la encuesta, que incluyan necesariamente: 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.

---

[2] CA. - STF, de 6.9.2006, en el nº 3.741 de ADIn: declara inconstitucional este artículo. Este dispositivo era considerado inconstitucional también por Tribunal Superior Electoral, como resolución administrativa de 23.5.2006 (acto de los 57 la sesión, *DJ* de 30.5.2006).

[3] WESTLAW, Base de Datos de Legislación Española. Disponible en: Portal Parlamentario – Bases de Datos.

La Junta Electoral Central vela porque los datos e informaciones de los sondeos publicados no contengan falsificaciones o modificaciones deliberadas. Además, puede recabar de quien haya realizado un sondeo o encuesta publicado, la información técnica complementaria que juzgue oportuna al objeto de efectuar las comprobaciones que estime necesarias, con algunas excepciones.

Los medios informativos que hayan publicado o difundido un sondeo, violando las disposiciones de la ley, están obligados a publicar y difundir, en el plazo de tres días, las rectificaciones requeridas por la Junta Electoral Central.

Las resoluciones de la referida Junta sobre la materia son notificadas a los interesados y publicadas. Pueden ser objeto de recurso ante la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

En relación a los plazos para la publicación de encuestas electorales, se establece que durante los cinco días anteriores al de la votación, queda prohibida la publicación y difusión de las mismas por cualquier medio de comunicación.

Por su parte, en Francia, por aplicación de la ley Nº 77-808, del 19 de julio de 1977[4], se decretan las disposiciones necesarias para que la publicación de los sondeos electorales sobre intenciones de voto, no influyan o perturben la libre determinación de la ciudadanía. Al igual que la norma brasileña y española, se exige que la publicación o la difusión de los sondeos electorales sea acompañada de indicaciones precisas. Así, debe señalarse: el nombre del organismo que realiza el sondeo; el nombre y la calidad de la parte contratante de éste; el número de personas encuestadas; las fechas en las que se efectuó.

A su vez existe una autoridad administrativa independiente, denominada “Comisión de Sondeos”, encargada de estudiar y proponer normas para garantizar la objetividad y la calidad de las encuestas publicadas o difundidas.

Las instituciones que realizan tales encuestas o sondeos deben entregar a la referida Comisión un prospecto, disponible para ser consultado por cualquier persona, en que se contiene información detallada sobre: objeto del mismo; método según el cual se eligió a las personas interrogadas, elección y la composición de la muestra; condiciones en las cuales se procedió a las entrevistas; texto íntegro de las preguntas planteadas; proporción de las personas que no responden a cada una de las cuestiones; límites de interpretación de los resultados publicados. Antes de realizar un sondeo y publicarlo, es necesario efectuar una declaración dirigida a la referida Comisión, en la que se compromete a aplicar las disposiciones de la ley en mención y sus reglamentos.

En cuanto a restricciones para las fechas a ser dadas a conocer, la normativa prohíbe la publicación, la difusión o el comentario de todo sondeo en la víspera de cada escrutinio (inicialmente este plazo era de una semana). Esta restricción, no supone un obstáculo a poder continuar difundiendo las encuestas publicadas antes de esta fecha.

Finalmente, en México, de acuerdo a lo establecido en el artículo 237 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales[5], quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, que se realice desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre

---

[4] Disponible en: http://www.legifrance.gouv.fr/. (julio de 2009)

[5] Disponible en: http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/COFIPE.pdf. (julio de 2009)

oficial de las casillas el día de la elección, debe entregar copia del estudio completo al secretario ejecutivo del Instituto Federal Electoral.

En relación al plazo para su publicación, se determina que, durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas, queda prohibido publicar o difundir, por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias de los ciudadanos.

Para cualquier infracción a estas disposiciones, son aplicables las penas establecidas en el artículo 403 del Código Penal Federal, que comprenden multa y privación de libertad.

c) <u>Normativa relacionada con el proyecto de ley</u>.

El artículo 15 de la Constitución Política de la República establece que en las votaciones populares el sufragio será personal, igualitario, secreto y voluntario.

Por su parte, el artículo 18 de la misma señala que habrá un sistema electoral público, y agrega que una ley orgánica constitucional determinará su organización y funcionamiento, y regulará la forma en que se realizarán los procesos eleccionarios y plebiscitarios en todo lo no previsto por la propia Constitución.

En cumplimiento del mandato contenido en el mencionado precepto de la Carta Magna, se ha dictado, entre otras, la ley orgánica constitucional de Votaciones Populares y Escrutinios (N° 18.700), la cual, en su párrafo 6°, artículos 30 a 35, regula la Propaganda y Publicidad.

El primero de dichos preceptos señala que se entenderá por propaganda electoral la dirigida a inducir a los electores a emitir su voto por candidatos determinados o a apoyar alguna de las proposiciones sometidas a plebiscito. Dicha propaganda sólo podrá efectuarse en las oportunidades y en la forma prescrita en el mismo.

El artículo 31, por su parte, regula la publicidad en los canales de televisión de libre recepción, como también la efectuada a través de la prensa escrita y las radioemisoras.

III.- IDEA MATRIZ.

Como se ha señalado, la idea matriz de la iniciativa legal individualizada con el boletín Nº 6248-06 es regular la difusión de estudios y encuestas o sondeos de opinión publica, a través de la prensa escrita, radioemisoras, medios de comunicación electrónicos y canales de televisión, referidos a un acto eleccionario o plebiscitario, y especialmente a las candidaturas y partidos políticos que en ellos participen.

Por su parte, el proyecto que consta en el boletín 6255-06 tiene como objetivo prohibir la publicación o difusión, por cualquier medio, de los resultados de las encuestas de opinión pública, relacionadas con una elección o plebiscito que tengan por objeto dar a conocer las preferencias de los ciudadanos, durante los siete días previos a la jornada electoral, el día de la elección y hasta las veinte horas del mismo.

IV.- DISCUSIÓN Y VOTACIÓN DEL PROYECTO.

A) General.

Durante la discusión en general de las iniciativas legales en informe, la Comisión invitó a la señora Marta Lagos, Directora Ejecutiva de Latinobarómetro, profesional de vasta y prestigiosa trayectoria en materia de sondeos y encuestas políticas, para que la ilustrara acerca de la opinión que le merecían ambas iniciativas. No obstante excusar la señora en referencia su imposibilidad de concurrir en la fecha determinada, hizo llegar un completo estudio por escrito, que, en lo sustancial, pasa a consignarse:

-En relación al Boletín Nº 6255-06, hace presente que comparte lo allí consignado en cuanto al rol que cumplen las encuestas en las democracias contemporáneas, pero que tienen un marco ético y autorregulado en asociaciones en el mundo desarrollado, que no existe en Chile.

Sin embargo, el peligro radica en que puedan ser manipuladas; pero, eso se soluciona con la ética encuestadora y la pertenencia a una asociación, con la existencia de un grupo de profesionales que se rigen por un marco.

A su modo de ver, no hay ley que pueda sustituir el rol de un código de ética de un mercado que funcione. El sondeo de opinión sustentado científicamente, supuestamente permite una representación "sociográfica" bastante precisa de la distribución de las opiniones de una población, en un momento dado del tiempo. Una encuesta electoral, según estudios, debe tener al menos 1000 casos y representar a toda la población. Agrega que en Chile hay sólo tres empresas que hacen ese trabajo: CEP, CERC y MORI. Todos los otros están fuera de ese marco. Pero la clase política le ha dado a la encuesta CEP el carácter de “madre de todas las encuestas”, descalificando, con ello, a todo el resto.

El manejo de las encuestas deriva precisamente de la percepción, tanto de la clase política como de los medios de comunicación que las divulgan, del poder que ellas tendrían en los procesos electorales. El abuso de este instrumento es propio de las sociedades más tradicionales y primitivas en estos aspectos, como la chilena. En el mundo desarrollado esto está fuertemente regulado por la industria, la sociedad, los medios. Hay accountability y hay controles. Aquí en Chile no los hay.

La propuesta de la señora Lagos es: poner barreras de entrada a la industria para forzar la aceptación de estándares internacionales y ética. Es decir, que publicar en Chile sea comprar un requisito por el cual sólo las empresas que cumplan con un estándar determinado, pueden concursar a los proyectos que se licitan. Una barrera de entrada que eliminaría del mercado todas las encuestas que no cubran todo el territorio nacional en estudios electorales, y que no representen a todos los chilenos. Para ello, propone tomar el código internacional de WAPOR ESOMAR para concursar a los proyectos del Estado. A su parecer, demoraría no más de una mañana montar esto en Chile compra, lo que tendría un efecto gigante sobre la manera cómo operan las empresas. Eso dejaría sólo a los diarios con las manos libres, pero éstos estarían complicados de publicar cosas que el Estado considera bajo el estándar aceptable.

Eso tendría las siguientes consecuencias:

1.- Desaparecerían las encuestas telefónicas electorales, que de acuerdo al código internacional no son aceptables en Chile.

2.- Se encarecería el costo de producir información de preferencias político electorales,

3.- Habría una industria que competiría por acertarle a los resultados de la elección como marca de calidad. Las empresas que no participan en las competencias electorales en el mundo, por ejemplo GFK, no publican encuestas electorales y se dedican a las encuestas de mercado. Mientras que IPSOS y TNS, que sí participan en cada uno de los países con predicciones, aplicarían en Chile las mismas técnicas que les permiten predecir correctamente el resultado.

4.- Habría después de la elección un recuento de quienes lo han hecho bien y quienes mal en predecir.

En otras palabras, se empezaría a formar una industria de estudios político electorales que tendría nivel internacional.

En cuanto al Boletín Nº 6348-06, señala la señora Lagos que los mejores resultados para los efectos deseados es forzar a las empresas y a la industria a aceptar un código de ética internacional y un modo de funcionamiento. Reitera que el código de WAPOR Esomar es la solución a los problemas de manipulación y el Gobierno tiene los instrumentos que necesita para implementarlo y, a su modo de ver, lo puede hacer en cualquier momento si existiera la voluntad política.

Las encuestas que cumplen con los estándares internacionales, en Chile no valen nada, porque la credibilidad la tienen los que tienen el poder económico y no el profesionalismo. Eso es lo que hay que cambiar, según su opinión, para que mute, a su vez, la manera cómo se hacen, usan y comentan las encuestas políticas. Si no se crea una comunidad profesional reconocida, no hay manera de arreglar este asunto, según su opinión, puesto que no se puede improvisar un marco de funcionamiento, haciendo caso omiso de cómo funcionan las cosas más allá de la cordillera.

Puesto en votación general el proyecto, fue aprobado por ocho preferencias, con los votos de los señores parlamentarios ya individualizados.

B) Particular.

Se hace presente que la discusión particular de los proyectos en análisis se realizó sobre la base de un texto elaborado por la Secretaría de la Comisión, que recoge las disposiciones de ambas mociones.

Aquél consta de un artículo único, integrado por tres literales, que modifican la ley Nº 18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, que mereció el siguiente tratamiento:

Artículo Único

Letra a)

Ésta agrega un inciso séptimo al artículo 30 de la ley en referencia, el cual dispone que, durante los siete días previos a la jornada electoral, en la fecha de la

elección y hasta las veinte horas de ese día, queda prohibido publicar o difundir, por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por propósito dar a conocer las preferencias de los ciudadanos.

Los Diputados señores Egaña y Ward presentaron una indicación para acortar de siete a cinco días el plazo señalado precedentemente.

La Comisión acordó aprobar esta letra a) con la indicación descrita anteriormente, por ocho votos. Participaron en la votación los Diputados señores Becker, Egaña, Godoy, Jaramillo, Ojeda, Schilling, Valenzuela y Ward.

Letra b)

La letra b) del artículo único propone agregar un artículo 31 ter a la ley Nº 18.700, sobre votaciones populares y escrutinios, con el fin de establecer que la difusión de estudios y encuestas o sondeos de opinión pública, a través de la prensa escrita, radioemisoras, medios de comunicación electrónicos y canales de televisión, referidos a un acto eleccionario o plebiscitario, y especialmente a las candidaturas y partidos políticos que en ellos participen, debe indicar expresamente la persona natural o jurídica que lo realizó y la que lo encomendó, la fuente de su financiamiento, el tipo y tamaño de la muestra, el tema o temas concretos a los que se refiere, las preguntas específicas que se formularon, los candidatos por quiénes se indagó, el área y la fecha o período en que se realizó y el margen de error calculado.

La citada disposición añade que se debe garantizar al público, en todo momento, el acceso a la totalidad del estudio, encuesta o sondeo.

La norma en análisis fue objeto de una indicación de los Diputados señores Becker, Duarte, Egaña, Godoy, Harboe, Jaramillo, Ojeda, Schilling, Valenzuela y Ward para intercalar en el inciso primero, después de la frase “deberá indicar,” y antes de la palabra “expresamente” las expresiones “simultánea y”, con el fin de garantizar que el medio de comunicación en el mismo momento que difunda la encuesta cumpla con la obligación de señalar los antecedentes que prescribe este artículo.

-La Comisión aprobó el inciso primero del artículo que se propone, con la indicación referida, por unanimidad. Votaron los Diputados señores Becker, Duarte, Egaña, Godoy, Harboe, Jaramillo, Ojeda, Schilling, Valenzuela y Ward.

Adicionalmente, el Diputado señor Becker presentó una indicación para sustituir el inciso segundo del artículo en referencia, por el siguiente:

“La persona natural o jurídica que realizó el estudio, encuesta o sondeo deberá garantizar siempre al público el acceso, libre y gratuito, a la totalidad del mismo.”.

-La Comisión aprobó la indicación propuesta por diez votos a favor y una abstención. Se manifestaron por aprobarla los Diputados señores Becker, Duarte, Egaña, Godoy, Harboe, Jaramillo, Ojeda, Schilling, Valenzuela y Ward. Se abstuvo el Diputado señor Kast.

Letra c)

Ésta pretende modificar el artículo 124 de la referida ley N° 18.700, con el fin de incorporar las conductas del artículo 31 ter, que se crea, entre aquéllas que son susceptibles de ser sancionadas con multa a beneficio municipal de veinte a cien unidades tributarias mensuales.

El Diputado señor Becker presentó una indicación para reemplazar esta letra c) por la siguiente:

c) Reemplázase su artículo 124 por el siguiente:

"El Director responsable del medio de comunicación que infringiere lo dispuesto en los artículos 30, 31 y 31 ter, será sancionado con multa a beneficio municipal de veinte a cien unidades tributarias mensuales. Igual sanción se aplicará a la empresa propietaria o concesionaria del respectivo medio, como asimismo, a quien infringiere lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 31 ter.”.

Esta indicación incorpora una sanción para quien realizó el estudio y no garantiza al público el acceso, libre y gratuito**,** a la totalidad del mismo.

-La Comisión aprobó la indicación señalada por once votos, emitidos por los Diputados señores Becker, Duarte, Egaña, Godoy, Harboe, Jaramillo, Kast, Ojeda, Schilling, Valenzuela y Ward.

C) Artículos e indicaciones rechazados.

No hay.

D) Artículos e indicaciones declarados inadmisibles.

Tampoco hay normas que hubieren sido así declaradas.

Concluida la discusión y votación particular, la Comisión somete a la consideración de la H. Cámara el siguiente:

PROYECTO DE LEY

Artículo Único: Introdúcense las siguientes modificaciones a la ley Nº 18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios:

a) Agrégase el siguiente inciso séptimo al artículo 30:

"Durante los cinco días previos a la jornada electoral y hasta las veinte horas del día en que ésta se efectúe, queda prohibido publicar o difundir, por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos.".

b) Incorpórase el siguiente artículo 31 ter:

“Artículo 31 ter.- La difusión de estudios y encuestas o sondeos de opinión pública, a través de la prensa escrita, radioemisoras, medios de comunicación electrónicos y canales de televisión, referidos a un acto eleccionario o plebiscitario, y especialmente a las candidaturas y partidos políticos que en ellos participen, deberá indicar, simultánea y expresamente, la persona natural o jurídica que la realizó y quién la encomendó, la fuente de su financiamiento, el tipo y tamaño de la muestra, el tema o temas concretos a los que se refiere, las preguntas específicas que se formularon, los candidatos por los cuales se indagó, el área y la fecha o período en que se realizó y el margen de error calculado.

La persona natural o jurídica que realizó el estudio, encuesta o sondeo deberá garantizar siempre al público el acceso, libre y gratuito**,** a la totalidad del mismo.”.

c) Reemplázase su artículo 124 por el siguiente:

"Artículo 124.- El Director responsable del medio de comunicación que infringiere lo dispuesto en los artículos 30, 31 y 31 ter, será sancionado con multa a beneficio municipal de veinte a cien unidades tributarias mensuales. Igual sanción se aplicará a la empresa propietaria o concesionaria del respectivo medio, como, asimismo, a quien infringiere lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 31 ter.”.

****

Tratado y acordado, según consta en las actas correspondientes a la sesiones de 7, 28 de julio y 4 de agosto de 2009 con la asistencia de los señores Becker, don Germán (Presidente); De Urresti, don Alfonso; Duarte, don Gonzalo; Egaña, don Andrés; Godoy, don Joaquín; Harboe, don Felipe; Jaramillo, don Enrique; Kast, don José Antonio; Ojeda, don Sergio; Schilling, don Marcelo; Valenzuela, don Esteban; y Ward, don Felipe.

Sala de la Comisión, a 7 de agosto de 2009.

SERGIO MALAGAMBA STIGLICH
Abogado Secretario de la Comisión