Modifica la ley N°18.700, orgánica constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, y la ley N°19.884, sobre Trasparencia, Límite y Control del Gasto Electoral, para incorporar el uso de plataformas electrónicas y de redes sociales en la propaganda electoral

Boletín N°10816-07

Fundamentos:

- La ley 20.900 sobre Fortalecimiento y Transparencia de la Democracia, introdujo importantes cambios en la normativa electoral, haciendo particular acento en las fórmulas de propaganda electoral y en las facultades de fiscalización del Servicio Electoral para sancionar conductas alejadas del nuevo marco legal; atendiendo con ello una demanda ciudadana que era persistente, aun antes de los escándalos de financiamiento ilegal que han afectado a nuestro país en el último tiempo.

- En efecto, se restringió particularmente la publicidad callejera, estandarizando y limitando el tamaño de esta y limitando su ubicación a zonas previamente autorizadas por la autoridad municipal.

- Lo anterior no solo buscó evitar el daño al espacio público y los conflictos que tenían lugar entre simpatizantes o brigadistas, sino también estimular otras fórmulas de publicidad y propaganda que fortalecerán el debate de ideas y la información por parte de los electores. De esta manera, con fórmulas más amigables y acordes a las tecnologías actuales; los candidatos y los partidos políticos en la necesidad de vincularse con sus electores, harían uso de plataformas virtuales, lo que incluso les permitiría dar a conocer sus propuestas o programas de manera lata. Esto no solo es beneficioso desde la perspectiva de un electorado informado, sino

que permite luego de realizada la elección, aplicar criterios de rendición de cuentas respecto de la gestión de quienes asumen cargos de elección popular.

- Con los recientes cambios introducidos a la ley 18.700 sobre Votaciones Populares y Escrutinios, se buscó delimitar el concepto de propaganda electoral. Concretamente, el inciso primero del artículo 30 señala:

  "Artículo 30.- 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 solo podrá efectuarse en la oportunidad y la forma prescritas en esta ley."

- De lo anterior, el Servicio Electoral ha entendido que este concepto de propaganda electoral no contempla el uso de páginas web u otros mecanismos remotos de publicidad; lo que prohibiría el uso de plataformas virtuales y ameritaria la aplicación de sanciones a los candidatos que hagan uso de ellas.

- Lo anterior es particularmente grave atendida las nuevas sanciones que conllevarían las infracciones a las normas de publicidad y financiamiento. Asimismo, sancionar el uso de fuentes de información limpias y accesibles a la ciudadanía; considerando la amplia penetración de Internet y de dispositivos que permiten acceder a él en el Chile de hoy, supone renunciar a un mecanismo de invaluable valor para la ciudadanía.

- No entender lo anterior y proscribir la publicidad por medios remotos no solo es ir en contra de los principios que informan

nuestra legislación electoral y las reformas introducidas en los últimos meses, sino por cierto un claro retroceso respecto de lo que incuso existía antes de la entrada en vigencia de las enmiendas legales. Con los bajos niveles de participación política y la entrada en vigencia del voto voluntario, es necesario generar mecanismos y difundir propuestas y contenidos, algo que por cierto permite internet y las redes sociales. Despejar las dudas en torno al uso de estos mecanismos no solo permitirá avanzar en votantes más informados, sino también en el mejoramiento de nuestra democracia.

Por lo anterior, venimos en proponer el siguiente:

PROYECTO DE LEY

Artículo Primero.- Modificase el artículo 30 de la Ley N° 18.700 Orgánica Constitucional de Votaciones Populares y Escrutinios, en el siguiente sentido:

1.- Sustitúyese el inciso 1° por el siguiente:

"Artículo 30.- Se entenderá por propaganda electoral, para los efectos de esta ley, todo evento o manifestación pública y la publicidad radial, escrita, en audio o imágenes, en soportes audiovisuales u otros medios similares, cualquiera sea la plataforma o protocolo de difusión, sean estos análogos o digitales, telefónicos, portales electrónicos o redes sociales, 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 solo podrá efectuarse en la oportunidad y la forma prescritas en esta ley.”.

2.- Agrégase un nuevo inciso 7° manteniendo el actual inciso final de la disposición:

“El plazo para realizar propaganda electoral a través de portales electrónicos o redes sociales y llamados telefónicos será el indicado en el inciso precedente.”.

Artículo Segundo.- Sustitúyese la letra a) del artículo 2 de la Ley N° 19.884 sobre Transparencia, Límite y Control del Gasto Electoral, por la siguiente:

“a) Todo evento o manifestación pública, propaganda y publicidad escrita, radial, audiovisual o en audio o imágenes, cualquiera sea la plataforma o protocolo de difusión, sean estos análogos o digitales, telefónicos, portales electrónicos o redes sociales, dirigidos a promover a un candidato o a partidos políticos, cualquiera sea el lugar, la forma y medio que se utilice. Lo anterior se entiende sin perjuicio de lo dispuesto en las normas del Párrafo 6° del Título I de la ley N° 18.700.”.