



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

PROYECTO DE LEY

LA LEGISLATURA DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES SANCIONA CON FUERZA DE LEY

Título I

Disposiciones generales

Artículo 1°.- La presente ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio de las actividades vinculadas a la realización, difusión y publicación de encuestas y/o sondeos sobre preferencias electorales, con miras a garantizar la igualdad de las opciones participantes y el acceso a la información de la ciudadanía en condiciones de transparencia.

Título II

De la actividad de las empresas y entidades encuestadoras

Artículo 2°.- Créase en el ámbito del Tribunal Superior de Justicia (TSJ) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Registro de Empresas y Entidades de Encuestas y/o Sondeos de Opinión en el que debe inscribirse toda persona física o jurídica que durante la campaña electoral, realice este tipo de trabajos por sí o a solicitud de agrupaciones políticas o terceros, a efectos de su difusión por cualquier medio.

Artículo 3°.- Dicho Registro se abre con una anticipación no menor a los treinta (30) días previos a la fecha de oficialización de las listas de precandidatos/as que competirán en las primarias abiertas, simultáneas y obligatorias.

La inscripción al mismo se extiende hasta la celebración de la elección general o la segunda vuelta, si la hubiera, y tiene que renovarse en oportunidad de cada proceso electoral.

Artículo 4°.- Ante cada trabajo realizado que pretenda difundirse, las empresas o entidades inscriptas deben presentar ante el Registro, la siguiente información:

- a) persona, empresa o entidad responsable de su realización;
- b) monto facturado;
- c) persona, empresa o entidad que lo contrató y formalizó su pago;
- d) origen de los recursos con los que se abonó;
- e) tipo de trabajo, objetivos, metodología utilizada, población estudiada y período de realización;
- f) sistema interno de control y verificación;
- g) margen de error estadístico;
- h) cuestionario completo utilizado;
- i) cualquier otra que el TSJ determine.

Artículo 5°.- Toda la información prevista en el artículo anterior es publicada en la página web oficial del TSJ, asegurando que el acceso a la misma sea rápido, sencillo y completo.

Artículo 6°.- Prohíbese la difusión, por cualquier medio, de encuestas y/o sondeos de opinión realizados por empresas o entidades que no se encuentren inscriptas en el Registro durante el correspondiente proceso electoral.

Título III



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

De las obligaciones de los medios de comunicación

Artículo 7°.- Los medios de comunicación que, dentro del plazo de apertura del Registro, difundan resultados de encuestas y/o sondeos de opinión deben incluir en su publicación, los siguientes datos:

- a) persona, empresa o entidad que realizó el trabajo;
- b) monto facturado;
- c) persona, agrupación política, empresa o entidad que realizó la contratación y formalizó su pago;
- d) origen de los recursos con los que se abonó el trabajo;
- e) resumen de la metodología utilizada y la población estudiada;
- f) período de realización y margen de error.

Título IV

De la veda

Artículo 8°.- Prohíbese la publicación de resultados de encuestas y/o sondeos de opinión, así como cualquier referencia a sus datos, en los medios de comunicación audiovisuales, gráficos, a través de internet u otro tipo, durante los quince (15) días previos a la realización del acto eleccionario y hasta la finalización del escrutinio provisorio por parte del TSJ.

Dicha veda rige para las primarias abiertas, simultáneas y obligatorias, las elecciones generales y la segunda vuelta, si la hubiere.

Artículo 9°.- La prohibición del artículo anterior incluye la publicación y/o difusión de encuestas de boca de urna y proyecciones sobre el resultado electoral.

Título V

De las sanciones

Artículo 10°.- Las personas, empresas o entidades responsables de encuestas y/o sondeos de opinión que se realicen o difundan en infracción de lo dispuesto en los artículos 3, 4, 6, 7, 8 y 9 de la presente ley, son pasibles de una multa de entre diez mil (10.000) y doscientas mil (200.000) unidades fijas.

La suma de dos (2) incumplimientos consecutivos también da lugar a la exclusión del Registro por el término de entre uno (1) y cuatro (4) períodos eleccionarios.

Artículo 11°.- Los medios de comunicación que difundan encuestas en infracción de lo dispuesto por los artículos 6, 7, 8 y 9 de la presente ley, son pasibles de una multa de entre diez mil (10.000) y doscientas mil (200.000) unidades fijas. Los gerentes, directores y/o representantes legales son solidariamente responsables por su pago.

La suma de dos (2) incumplimientos consecutivos también da lugar a la exclusión del medio de comunicación como destinatario de la distribución de pauta oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por el término de entre seis (6) meses y dos (2) años.

Artículo 12°.- Cuando la encuesta y/o sondeo de opinión electoral que se difunda sea fraudulenta la multa dispuesta en los artículos anteriores se eleva de entre veinte mil (20.000) a cuatrocientas mil (400.000) unidades fijas.



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

En tales supuestos, las personas físicas responsables de la empresa o entidad encargada de su realización y los gerentes, directores y/o representantes legales de los medios de comunicación a través de los cuales se difundió son sancionados, además, con diez (10) días a noventa (90) días de arresto.

Artículo 13°.- Deróguese el artículo 5 de la Ley 268.

Artículo 14°.- Comuníquese, etc.



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

El balotaje celebrado en nuestro distrito durante el proceso electoral del 2015, igual que las elecciones generales que en el orden nacional se desarrollaron ese mismo año, volvieron a poner en el centro del debate público la mala utilización de las encuestas y los sondeos de opinión.

En ambos casos, la enorme mayoría de los trabajos que fueron difundidos a través de distintos medios masivos de comunicación, estuvieron sistemáticamente lejos de acertar en sus proyecciones sobre los resultados electorales.

Las argumentaciones desplegadas para justificar números que se presentaron como el triunfo seguro de uno u otro candidato, cuando la realidad dio cuenta de escenarios mucho más disputados, giraron en torno a la amplitud de los márgenes de error, la menor concurrencia de votantes, la volatilidad del electorado, una equivocada consideración de los indecisos y el voto en blanco.

Todas razones con sabor a excusa, incapaces de sosegar la genuina preocupación de buena parte de la sociedad frente a una eventual manipulación de los estudios sobre la intención de voto.

Es innegable que, en toda democracia representativa, disponer de información resulta fundamental para la toma de decisiones. Se trata de una herramienta básica para cualquier ciudadano que intenta saber o comprender qué proponen y qué objetivos persiguen los distintos partidos y candidatos para, en base a ello, poder llevar a cabo una elección fundada en relación a las propias preferencias, intereses individuales o colectivos.

Desde luego que también existen motivos simbólicos, emocionales y hasta clientelares que inciden en mayor o menor grado, de acuerdo a la coyuntura histórica, en la elección de todo ciudadano. Pero la información es un elemento gravitante en lo que respecta a la dimensión racional de esa decisión.

Dentro de esta perspectiva, las encuestas constituyen un dispositivo fundamental de cualquier democracia moderna, tanto para la conformación de las estrategias comunicacionales de los partidos políticos, como para la expresión de la ciudadanía, la inclusión de diversas temáticas en la agenda pública y el acceso a la información.

Sin embargo, en nuestro país y acá en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se observa una tendencia creciente a la acumulación de errores groseros - intencionales o no - que ponen en tela de juicio la transparencia en la construcción de estos datos estadísticos y su difusión.

Lejos de cuantificar científica y certeramente las preferencias del electorado, la sucesión de fallidos permite que las encuestas se conviertan en un elemento de campaña electoral, central para la creación de un panorama electoral favorable a uno u otro candidato. Su difusión a través de los medios de comunicación masivos, acaba consolidando una verdadera "atmósfera electoral" relativa.



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

Como resultado, no son pocas las ocasiones en las cuales el mapa político se circunscribe a una “oferta” establecida a priori que busca predisponer al ciudadano en un determinado sentido agitando el argumento del “voto útil”.

De esta manera, la información imperfecta se utiliza como un instrumento de presión y propaganda, y las encuestas se transforman en un factor de condicionamiento de la soberanía popular que degrada la calidad de la democracia.

La dinámica descrita aporta a la profundización de dos problemas a los que se enfrenta la democracia representativa en la actualidad: el progresivo vaciamiento de contenidos que sufre el debate público y la oligopolización de la competencia política.

En el primer caso, asistimos al reemplazo progresivo de la discusión de contenidos, ideas y programas, por la medición de la intención de voto. El centro de gravedad de ese debate se ubica cada vez más en la disputa por el “rating” electoral.

La multiplicación exponencial de datos, en muchos casos contradictorios, que se repiten en los análisis periodísticos, posibilita y fortalece esa tendencia.

En segundo término y vinculado a lo anterior, la competencia electoral se revela seriamente condicionada por la capacidad y los recursos con los que cuenta cada partido para contratar y difundir trabajos que le sean favorables.

Esto provoca un gran desequilibrio comparativo entre los grandes aparatos políticos con capacidad para imponer sus propios números y las fuerzas que no cuentan con recursos para hacerlo.

La competencia partidaria se ve afectada por un proceso de concentración que la reduce paulatinamente a una confrontación entre mega maquinarias electorales que no discuten programas políticos, sino cifras a través de los medios de comunicación.

En este contexto, creemos necesario avanzar en el debate de una norma que fije pautas para esta actividad tan sensible a la democracia, siguiendo modelos comparados que, a partir de la difusión de detalles técnicos, reducen las posibilidades de distorsión, revelan las fuentes de financiamiento y, en ciertos casos, limitan la publicación de los datos durante el tramo final de las campañas electorales.

Es verdad que en el mundo se registran otras experiencias en las que se ha impuesto la autorregulación de las empresas encuestadoras y los medios de comunicación por medio de códigos de ética dirigidos a velar por la seriedad de los estudios de opinión, pero también lo es que la gravedad situación descrita amerita que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires transite el camino de la reglamentación legal.

A nivel nacional, la sanción de las Leyes 25.610 y 26.571 constituye un antecedente en ese sentido que, aunque positivo, es a nuestro entender insuficiente.

La primera porque prohibió expresamente la difusión de proyecciones sobre el resultado de las elecciones hasta tres horas después de su cierre,



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

cuando la práctica indica que los escrutinios provisorios pueden llegar a demorarse mucho más.

La otra porque dispuso la creación de un registro de empresas de encuestas y sondeos de opinión e impidió que se publiquen durante los ocho días previos a las elecciones generales, pero no rige para las elecciones primarias ni obliga a los medios a difundir la información relativa a quién y cómo contrato la encuesta respectiva.

En relación a esta última, vale la pena recordar que con fecha 30 de julio de 2015, la Cámara Nacional Electoral emitió una acordada extraordinaria dirigiéndose al Congreso de la Nación *“a los fines de que se evalúe la posibilidad de revisión del régimen vigente, para dotarlo de medios adecuados y procedimientos efectivos tendientes a su correcta observancia”*.

Sobre este tema, dentro del ámbito porteño, la Ley 268 que regula las características y el financiamiento de las campañas electorales, se limitó a incluir un artículo referido exclusivamente a la difusión de las encuestas de boca de urna.

Contribuyendo a fortalecer la autonomía porteña en materia electoral, el proyecto que venimos a presentar se propone establecer un marco regulatorio para la realización, difusión y publicación de encuestas y/o sondeos de preferencias electorales, a efectos de impedir que su finalidad democrática se vea desvirtuada.

En primer lugar, plantea la creación a nivel local, de un Registro de Entidades y Empresas de Encuestas y/o Sondeos de Opinión bajo la órbita del Tribunal Superior de Justicia, en su carácter de máxima autoridad electoral de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Como complemento, establece un conjunto de requisitos y obligaciones que las empresas dedicadas a esta actividad deben cumplir para difundir sus trabajos en períodos electorales, a efectos de garantizar la transparencia y seriedad de los trabajos realizados.

Por otro lado, la iniciativa instituye ciertos parámetros que deben respetar los medios de comunicación al momento de publicar los datos proporcionados por las encuestadoras, haciendo especial hincapié en la difusión de la persona, empresa o agrupación política contratante del estudio de opinión, el período de tiempo al que se refiere y sus márgenes de error.

También establece un período de veda que se extiende durante los quince días previos a la celebración de la elección, dentro del cual se prohíbe la difusión de resultados de encuestas y sondeos de opinión, así como la realización de cualquier referencia a sus datos, alcanzando tanto a las primarias abiertas, simultáneas y obligatorias, como a la primera y a la segunda vuelta electoral.

Asimismo, extiende el plazo de la prohibición de difundir encuestas de boca de urna, hasta la finalización del escrutinio provisorio por parte del Tribunal Superior de Justicia.

Finalmente, para asegurar el efectivo respeto de estas disposiciones, se incorporan sanciones económicas a las empresas encuestadoras y a los medios de comunicación que las incumplan, sumando la pena de arresto para



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

las personas físicas responsables, en aquellos casos en los que las encuestas sean directamente fraudulentas.

Consideramos que lejos de atentar contra la libertad de expresión y el derecho de acceso a la información, nuestra propuesta apunta a preservar la capacidad de elección de los votantes, priorizando el debate de las ideas y propuestas entre las distintas opciones, antes que datos numéricos susceptibles de trastocar el escenario electoral que se presenta ante ellos.

En el convencimiento que estamos favoreciendo la transparencia de los procesos de formación de la opinión pública en el escenario electoral y con ello contribuyendo a mejorar la calidad de nuestra democracia, es que solicitamos el pronto tratamiento y aprobación de la presente iniciativa.