



Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. etc.

PROYECTO DE LEY DE EXIGENCIA DE INFORMACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN DE ENCUESTAS

ARTÍCULO 1.- Modifícase el artículo 59 de la ley 26.571, el que quedará redactado del siguiente modo:

Artículo 59.- Incorpórase como capítulo IV bis del título III a la Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos, 26.215, el siguiente:

CAPITULO IV bis

De las encuestas y sondeos de opinión

Artículo 44 ter: La Cámara Nacional Electoral creará un Registro de Empresas de Encuestas y Sondeos de Opinión. Aquellas empresas que deseen hacer públicas por cualquier medio encuestas de opinión, o prestar servicios a las agrupaciones políticas, o a terceros, durante la campaña electoral por cualquier medio de comunicación, deberán inscribirse en el mismo.

El registro deberá abrirse con una anterioridad no menor a los treinta (30) días antes de la fecha de oficialización de las listas de candidatos. Dicha inscripción deberá renovarse ante cada acto eleccionario.

Durante la campaña electoral, y ante cada trabajo realizado para una agrupación política, o para terceros, las empresas deberán presentar ante el registro del distrito correspondiente, un informe donde se individualice:

1. Trabajo realizado
2. Persona que realizó la contratación
3. Persona responsable de la publicación
4. Monto facturado por el trabajo realizado
5. Objetivo del estudio
6. Población estudiada
7. Marco muestral
8. Descripción del diseño de la muestra
9. Tamaño de la muestra
10. Fraseo exacto de las preguntas
11. Criterios de elegibilidad de los encuestados
12. Margen de error
13. Método de levantamiento
14. Tasa de rechazo de la entrevista
15. Fechas de levantamiento
16. Procedimientos de estimación

17. Supervisión: mecanismo de control establecido internamente en el organismo encargado de aplicar el instrumento, por medio del cual se comprueba la veracidad de la información entregada por el entrevistado al encuestador

Dicho informe será publicado en el sitio web oficial de la justicia nacional electoral a fin de garantizar el público acceso de la ciudadanía, debiendo indicarse su URL en caso de que la encuesta se difundiera en medios gráficos, audiovisuales y en internet.

Aquellas empresas que no se hayan inscripto en el Registro durante el período correspondiente, no podrán difundir por ningún medio, trabajos de sondeo o encuestas de opinión, durante el período de campaña electoral.

Artículo 44 quáter: Ocho (8) días antes de las elecciones generales, ningún medio de comunicación, ya sea audiovisual, de radiodifusión, gráfico, Internet, u otro,



Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. etc.

podrá publicar resultados de encuestas o sondeos de opinión, o pronósticos electorales, ni referirse a sus datos.

Dentro del plazo autorizado por la presente ley para la realización de trabajos de sondeos y encuestas de opinión, los medios masivos de comunicación deberán citar la fuente de información, dando a conocer el detalle técnico del trabajo realizado y el sitio web de la justicia nacional electoral que alberga los detalles técnicos del sondeo o encuesta realizados.

Artículo 44 quinquies: Los medios de comunicación enumerados en el artículo anterior que publiquen o comuniquen encuestas electorales deberán incluir en la difusión, la siguiente leyenda: "Los resultados de los sondeos que a continuación se divulgan sólo reflejan la opinión pública al momento de su realización".

Artículo 44 sexies: Serán sancionados con una multa equivalente de entre diez mil (10.000) y cien mil (100.000) módulos electorales, los directores, gerentes o representantes de medios de comunicación que difundan o publiquen encuestas electorales, sondeos de opinión, pronósticos electorales, o refieran a sus datos, sin observar los recaudos establecidos en los artículos 44 ter, quáter y quinquies de la presente ley.

La reincidencia en esta conducta será considerada falta grave e inmediatamente comunicada para su tratamiento a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual creada por la ley 26.522.

ARTÍCULO 2.- De forma.

ANA CARLA CARRIZO
DIPUTADA NACIONAL



Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. etc.

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

El presente proyecto tiene por objetivo regular la actividad de las encuestas y los sondeos de opinión, ampliando y precisando los requisitos ya presentes en la ley 26.571 de Democratización de la representación política, la transparencia y la equidad electoral.

Numerosos estudios sobre la voluntad política de los electores han focalizado su atención en los efectos sobre la decisión del voto que tiene la difusión de los resultados de las encuestas y los sondeos de opinión. Si bien es controversial la influencia de estos estudios que relevan información basados con diferentes métodos, las democracias contemporáneas han discutido ya sea de manera laxa, mediante Códigos de ética donde las empresas que realizan estos estudios se autoregulan, o de manera más estricta, mediante distintas normativas en el nivel legal a través de incorporar requisitos y limitantes a la publicación de encuestas en los marcos que regula las elecciones, o incluso a nivel constitucional.

La enseñanza de los debates, entonces, es que a pesar de no existir un acuerdo unánime sobre las implicancias para la decisión del voto de los electores, sí constituye, y esto es lo fundamental, información relevante que afecta la equidad electoral de los partidos y la información ciudadana disponible en las campañas electorales. Por este motivo, la discusión y la regulación debe centrarse en: la calidad y la veracidad de la información que se deduce del trabajo de encuesta y/o sondeo electoral, como también del contexto informativo donde se divulga esta información.

Por estos motivos, es que la revisión de la actual normativa que regula el accionar de las empresas que realizan encuestas y sondeos de opinión resulta fundamental. La pregunta es: ¿recoje los mayores estándares que en la legislación comparada se le exige a las empresas encuestadoras?, por otra parte, ¿incorpora nuestra legislación vigente sanciones a los usuarios y divulgadores de estos trabajos?

Argentina forma parte del grupo de países que regula las encuestas electorales. Sin embargo, si bien ha incorporado un Registro de Empresas de Encuestas y Sondeos de Opinión, no ha profundizado en debatir sobre cómo extender los controles efectivos sobre la calidad de los estudios de opinión pública de índole electoral. Por otra parte, la posterior difusión de los resultados de los estudios, siguiendo las discusiones actuales en la materia, debe regularse también. El derecho a la libertad de expresión y a la libertad de prensa no puede estar por encima del derecho a la información ciudadana, y cualquier distorsión de los datos, vulnera este último derecho. Por estos motivos, la existencia de recursos para que se publiquen los informes respaldatorios de los trabajos y para que éstos puedan ser consultados, debe constituir una prioridad en el circuito de control de las encuestas.

En este sentido, con el objetivo de reducir el riesgo de distorsión que pueden ocasionar este tipo de encuestas, la legislación comparada ha demostrado dos vías de regulación: La primera, a través de prohibiciones a la publicación de este tipo de sondeos en el período inmediatamente anterior a la elección; la segunda, mediante la exigencia de determinados parámetros de información para su publicación.



Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. etc.

En la legislación comparada, entre los requisitos precisados en la norma para la publicación de encuestas electorales y sondeos políticos de opinión se exige: identificar a la persona o empresa que realizó la encuesta (como Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, España, Francia, Italia, Perú, Portugal y Venezuela) y a quien la encargó o patrocinó (Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, España, Francia, Italia, México, Perú y Portugal), el período en que fue realizada (Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, España, Francia, Italia, Perú y Portugal), la población de donde se tomó la muestra (Argentina, Brasil, Perú y Portugal), el diseño y tamaño de la muestra (Argentina, Canadá, Colombia, España, Francia, Italia, Perú y Portugal), el texto de las preguntas (Brasil, Canadá, Colombia, España, Francia, Italia, Perú y Portugal), el porcentaje de personas que respondieron las preguntas y los que no (Francia, Perú y Portugal) y el margen de error (Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, España, Perú y Portugal), entre otros aspectos técnicos.

El punto de partida, entonces, es la actual legislación que creó un Registro de Empresas de Encuestas y Sondeos de Opinión en el ámbito de la Cámara Nacional Electoral. A las empresas se les exige estar inscriptas para poder difundir por cualquier medio, trabajos de sondeo o encuestas de opinión, durante el período de campaña electoral. Sin embargo, si bien se estipula actualmente que se publique información relevante sobre los trabajos que realizan, esta información, según los parámetros internacionales, es insuficiente; y, por otra parte, no es de fácil e inmediato acceso a los ciudadanos.

Por ello, aquí proponemos seguir los parámetros establecidos en los códigos de prácticas para la publicación de resultados, teniendo en cuenta el Código Internacional de Prácticas para la Publicación de Resultados de Estudios de Opinión Pública (ESOMAR International Code of Practice for the Publication of Public Opinion Poll Results) y las recomendaciones de European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR), World Association for Public Opinion Research (WAPOR) y American Association for Public Opinion Research (AAPOR). Éstos contienen reglas específicas para la publicación de mediciones electorales, entre las que se establece la necesidad de que junto con los resultados de una encuesta se publique la información técnica en la que se apoya. La primera cuestión que se pretende regular es la información básica disponible para hacer posible una verificación de los resultados publicados de las encuestas realizadas. Con el objetivo de transparentar la publicación de la información pública basada en sondeos de opinión, resulta imprescindible incorporar en la ficha técnica de la encuesta, garantía de la objetividad de las encuestas electorales públicas, detalles que no estaban contemplados, esto es:

1. Responsable de la publicación
2. Marco muestral
3. Descripción del diseño de la muestra
4. Fraseo exacto de las preguntas
5. Criterios de elegibilidad de los encuestados
6. Método de levantamiento
7. Tasa de rechazo de la entrevista
8. Procedimientos de estimación
9. Supervisión

Por otra parte, ahondamos en la publicidad de estos datos. Por ello es que incorporamos la obligatoriedad que los medios que divulguen encuestas y/o sondeos de opinión deben informar el URL, uniform resource locator— o identificador de recursos uniforme (URI), que es la ubicación en internet de los



Proyecto de ley

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. etc.

informes de la Cámara Nacional Electoral que alberga las fichas técnicas. De esta manera se facilita el acceso a la información técnica del trabajo realizado, con el fin de hacer de rápido y fácil acceso para los interesados en verificar si el trabajo fue realizado de manera objetiva.

Asimismo incorporamos dos artículos. Uno que estipula que en la publicación en cualquier medio gráfico o audiovisual se indique una leyenda que los datos que se publican se refieren a información al momento de realizarse el estudio. Esto es importante debido a que las recomendaciones de los estudios sobre la publicidad de las encuestas establecen que debe atenderse a informar de qué naturaleza es la información publicada, teniendo en cuenta que los sondeos y/o encuestas de opinión relevan información que puede variar en el cortoplazo.

Por último incorporamos sanciones administrativas más claras y precisas que las actuales. Se incorpora a aquellos medios que divulguen información de empresas encuestadoras que no se encuentren en el Registro de la Cámara Nacional Electoral. La tendencia de la legislación comparada ubica la multa pecuniaria como un modo efectivo y realista para sancionar las transgresiones a la regulación de las encuestas electorales. Por ese motivo, se incorpora esta modalidad de sanción.

Este proyecto ya fue presentado a través de Expediente 1312-D-2017 y reproducido por Exp. 1351-D-2019.

En el convencimiento que la modificación de esta norma hace a la transparencia y equidad de la actividad política y por ende al fortalecimiento del sistema democrático, solicito la aprobación del presente Proyecto de Ley.

**ANA CARLA CARRIZO
DIPUTADA NACIONAL**