

Proyecto de Ley

*El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, reunidos en Congreso
sancionan con fuerza de ley.*

CAMPAÑAS ELECTORALES EN MEDIOS DIGITALES. MODIFICACIONES DE LAS LEYES 26215 Y 26522.

ARTICULO 1°: Incorporase como Capítulo IV ter de la Ley 26.215 y sus modificatorias, el siguiente:

Capítulo IV ter. Del Registro de Cuentas de Redes Sociales y Sitios Web Oficiales de los Candidatos, Agrupaciones Política y Máximas Autoridades Partidarias.

Artículo 44 quinquies. — Créase el Registro de Cuentas de Redes Sociales y Sitios Web Oficiales de los precandidatos, candidatos, agrupaciones políticas y máximas autoridades partidarias en la órbita de la Justicia Nacional Electoral, el cuál será publicado en el sitio de internet del fuero.

Artículo 44 sexies. — Todas las agrupaciones políticas y las máximas autoridades partidarias deben inscribir en el Registro sus direcciones web y sus cuentas oficiales en redes sociales. Las agrupaciones políticas de distrito lo harán en las Secretarías Electorales del respectivo distrito, y las de orden nacional en la Secretaría Electoral de la Capital Federal.

Artículo 44 septies. — Hasta 24 horas antes del inicio de cada campaña electoral, todos los precandidatos, candidatos y agrupaciones políticas deben inscribir en el registro correspondiente las direcciones web y las cuentas oficiales en redes sociales, o ratificar las ya registradas.

ARTICULO 2°: Modificase el artículo 58 de la Ley 26.215 y sus modificatorias, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 58. — INFORME FINAL. Noventa (90) días después de finalizada la elección, el tesorero y los responsables económico-financieros de la campaña deberán presentar, en forma conjunta, ante la justicia federal con competencia electoral del distrito correspondiente, un informe final detallado de los aportes públicos y privados recibidos, que deberá contener y precisar claramente su naturaleza, origen, nombre y documento del donante, destino y monto, así como el total de los gastos incurridos con motivo de la campaña electoral, detallados por rubros y los comprobantes de egresos con las facturas correspondientes. Deberá indicarse también la fecha de apertura y cierre de la cuenta bancaria abierta para la campaña para el caso de las alianzas electorales, debiendo poner a disposición la correspondiente documentación respaldatoria. Asimismo, junto con la documentación respaldatoria de los informes finales de campaña, los presentantes deberán acompañar el material audiovisual de las campañas en Internet y redes sociales.

ARTICULO 3°: Modificase el artículo 43 quáter de la Ley 26215 y sus modificatorias, el que quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 43 quáter. — Servicios de Comunicación Audiovisual. De acuerdo a lo establecido en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, los servicios de comunicación están obligados a ceder gratuitamente el 4,5% del tiempo total de programación para fines electorales y el 0,5% de programación para capacitación electoral a cargo de la Dirección Nacional Electoral u organismo que en el futuro la reemplace.

ARTICULO 4°: Modificase el artículo 74 de la Ley 26.522 y sus modificatorias, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

ARTICULO 74. — Publicidad política y campañas de capacitación electoral. Los licenciatarios de servicios de comunicación audiovisual estarán obligados a cumplir los requisitos establecidos en materia de publicidad política y capacitación electoral. A tal fin, durante las campañas electorales deberán ceder, en forma gratuita, espacios en su programación a los partidos políticos y a la Dirección Nacional Electoral u organismo que en el futuro la reemplace, conforme lo establecido en la ley electoral. Dichos espacios no podrán ser objeto de subdivisiones o nuevas cesiones.

ARTICULO 5°: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FIRMANTE

María Graciela Ocaña

FUNDAMENTOS

Señor Presidente,

El presente proyecto de ley se encuentra inspirado en la necesidad de modificar nuestro ordenamiento jurídico a fin de incorporar ciertas medidas establecidas por la Cámara Nacional Electoral a través de la acordada N° 66 del año 2018 vinculadas a las campañas electorales en medios digitales.

En efecto, el avance de la tecnología —y, sobre todo, de las redes sociales— es un fenómeno global que penetra inexorablemente en el desarrollo de los procesos electorales, razón por la cual muchos países han iniciado un proceso de adecuación normativa tendiente a controlarlo y regularlo, en la búsqueda de garantizar los derechos de participación política.

En el último tiempo, países como Alemania, Brasil, Francia e Italia, han aprobado diversa normativa que buscan acotar la manipulación de redes sociales por parte de organizaciones políticas nacionales y/o extranjeras, como así también restringir la difusión de información falsa en materia política y electoral. No obstante, cualquier regulación de esta materia dentro del ámbito argentino, tiene que tener especial cuidado de no afectar la libertad de expresión, garantizada ampliamente por el bloque de constitucionalidad federal.

En cuanto a nuestro país, la principal consecuencia de dicho fenómeno es que los partidos políticos cada vez hacen más publicidad electoral a través de internet. En consecuencia, dado que nuestra legislación no regula dicha materia en profundidad, consideramos de suma importancia modificarla a fin de garantizar, por un lado, mayor transparencia en lo que respecta al financiamiento de los partidos políticos, y por el otro, mayor información al electorado sobre los candidatos que se presentan en las contiendas electorales, para evitar tácticas de manipulación y desinformación.

En tal sentido, el proyecto crea un Registro de Cuentas en Redes Sociales y Sitios Web Oficiales de los Candidatos, Agrupaciones Política y Máximas Autoridades Partidarias en la órbita de la Justicia Nacional Electoral. La creación de dicho registro tiene dos fundamentos: en primer lugar, forjar una herramienta para combatir la utilización de perfiles falsos de dirigentes políticos y de la difusión de noticias falsas (fake news). Y, en

segundo lugar, permitir un mayor control en la rendición de gastos de campaña garantizando más transparencia.

Asimismo, para lograr mayor control en la rendición de gastos de campaña el proyecto también establece que en el informe final de campaña las agrupaciones políticas deberán, junto con la documentación respaldatoria, acompañar el material audiovisual de las campañas en Internet y redes sociales. De esta manera, la Justicia Nacional Electoral y el Cuerpo de Auditores Contables tendrán mayor documentación para analizar y cotejar la información brindada por las agrupaciones políticas.

Por otra parte, —en línea con el punto 5° del acuerdo de la CNE que solicita “evaluar la conveniencia de desarrollar una campaña de concientización y formación cívica para el buen manejo ciudadano de la información política electoral en redes sociales y otros entornos digitales”— se establece que los servicios de comunicación audiovisual deberán ceder el 0,5% de su programación para capacitación electoral, la cual estará a cargo de la Dirección Nacional Electoral. Ciertamente, creemos que en la actualidad no hay suficientes campañas de capacitación electoral.

Es por ello que dicha modificación no solo servirá para brindarle información al electorado sobre redes sociales y entornos digitales sino también para capacitarlo sobre el desarrollo de los procesos electorales en general. A nuestro entender, dicha propuesta resulta muy importante puesto que, tal como se desprende del considerando 1° de la mencionada acordada de la CNE, “en la medida en que los procesos electorales se realicen en mejores condiciones de información, imparcialidad y libertad, mayor será la calidad de la democracia”.

Ahora bien, para poder dar cumplimiento a lo relatado en el párrafo anterior resulta imprescindible modificar el artículo 74 de la ley N° 26.522 a fin de establecer la obligatoriedad de los licenciatarios de servicios de comunicación audiovisual de ceder espacios de su programación no solo a los partidos políticos sino también a la Dirección Nacional Electoral.

Por último, tal como propone el proyecto de modificación de la ley 26.215 enviado por el Poder Ejecutivo Nacional, reducimos los espacios que deben ceder los servicios de comunicación audiovisual de 10% a 5%, puesto que lo consideramos excesivo y termina siendo contraproducente para el electorado.

En conclusión, teniendo en cuenta que la Cámara Nacional Electoral ha iniciado un proceso de regulación de las campañas electorales en medios digitales, creemos necesario replicar dichas regulaciones actualizando nuestra legislación en materia electoral. Por las razones expuestas precedentemente solicitamos la aprobación del presente Proyecto de Ley.

FIRMANTE

María Graciela Ocaña