



CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION MESA DE ENTRADAS	
- 2 MAY 2002	
SEC: J 1967	HORA: 18 ⁰⁰

H. Cámara de Diputados de la Nación

Buenos Aires, 5 de Abril de 2002

Señor
Presidente
Cámara de Diputados de la Nación
Dip. Eduardo O. Camaño
S. _____ / _____ D

De mi consideración:

Me dirijo a Ud. a los efectos de solicitarle la reproducción del expediente 976-D-00, publicado en el Trámite Parlamentario N° 15, de mi autoría, por el cual se reglamenta la difusión de sondeos y encuestas de opinión pública durante campañas electorales y comicios.

Sin más, hago propicia la ocasión para saludarlo atentamente.


Dra. NILDA GARRÉ
DIPUTADA NACIONAL



CAMARA DE DIPUTADOS DE LA NACION
SECRETARIA PARLAMENTARIA
DIRECCION SECRETARIA
MESA "DE ENTRADAS"

TRAMITE PARLAMENTARIO

0725
0876

PERIODO 2000

Nº 15

Martes 21 de marzo de 2000

ción de impugnación de paternidad (975-D.-00).
(Legislación General y Familia, Mujer y Minorí-
dad.) (Pág. 1463.)

21-Garré: de ley. Régimen para la preparación y
difusión de sondeos de opinión, encuestas,
operaciones de simulación de voto, relevamien-
to y/o cualquier elemento de sociología electo-
ral (976-D.-00). (Asuntos Constitucionales, Co-
municaciones... y Libertad de Expresión.) (Pági-
na 1464.)

22.-Lissi y otros: de resolución. Solicitar al Po-

El Senado y Cámara de Diputados, . . .

Artículo 1º – Las disposiciones de la presente ley regulan la preparación y difusión, por cualquier medio de comunicación social, de todo tipo de sondeo de opinión, encuesta, operaciones de simulación de Voto, relevamiento y/o cualquier otro elemento de sociología electoral que esté directa^m o indirectamente relacionado a un acto político electoral de carácter nacional que pueda servir para formar opinión pública. A los efectos de la presente ley, las actividades y elementos descritos se llamarán genéricamente encuestas.

Art. 2º – La difusión de toda encuesta debe estar acompañada de las siguientes indicaciones:

- a) El nombre y el domicilio de la entidad pública o privada o persona física responsable de la elaboración de la encuesta;
- b) El nombre y el domicilio de la entidad pública o privada o persona física que haya encargado o adquirido la encuesta;
- c) Ficha técnica: sistema de muestreo, número de personas encuestadas, fecha o período de realización de la encuesta, nivel de representatividad: sexo, edad, nivel socio-económico, ámbito geográfico, ocupación laboral o profesión, porción de personas que no han respondido a cada una de las preguntas;
- d) Texto íntegro de las preguntas formuladas y en su caso de las respuestas posibles ofrecidas o sugeridas;
- e) Objeto del muestreo;
- f) Margen de error.

Art. 3º – Las jueces federales con competencia electoral podrán recabar de quienes hayan realizado una encuesta que haya sido difundida, la información técnica complementaria que juzguen, necesaria.

Están legitimados para accionar ante este tribunal los apoderados de los partidos políticos con personería jurídica y las alianzas electorales.

Art. 4º – Desde cuarenta y ocho (48) horas antes de la iniciación de un comicio queda prohibido difundir y/o publicar -por cualquier medio- los resul-

tados de las encuestas comprendidos en las disposiciones de la presente ley. Quienes infrinjan esta norma serán sancionados con multa de hasta \$ 50.000.

Art. 5° - Los que publiquen o difundan encuestas violando las disposiciones de la presente ley, están obligados a publicar o difundir dentro del plazo perentorio de 48 horas -por el mismo medio- las rectificaciones que correspondan. Si por la índole del medio en que se difundió la encuesta en violación a los preceptos de esta ley, no fuera posible rectificar por el mismo medio y en tiempo oportuno, el responsable lo hará a su costa y cargo en otro medio de similar característica y alcance.

Art. 6° - Se prohíbe la divulgación de los resultados de encuestas electorales a boca de urna, hasta después de concluido el término legal estipulado para el cierre del comicio. La violación de este precepto será penado con una multa de \$ 15.000 a \$ 50.000.

Art. 7° - La Cámara Nacional Electoral es competente para entender, en instancia única, en las cuestiones que se susciten con motivo de aplicación de esta ley. Estos Juicios tramitarán con arreglo a las previsiones del Código Procesal Penal de la Nación. La acción prescribe transcurridos seis meses de la fecha de comisión de la infracción.

Art. 8° - Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Nilda C. Garré,

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

Los nuevos métodos de la ciencia estadística sumado al soporte informático permiten conocer con antelación y con un considerable grado de confiabilidad los resultados de un proceso electoral.

Junto con la publicidad por medios audiovisuales, los sondeos o encuestas de opinión son las herramientas más eficaces de estrategia política. Pero es necesario que las encuestas sean realizadas conforme a una metodología científica, dada la importancia de los efectos de su publicación. Entre otras cosas hemos incluido en la ficha a publicar un dato que nos parece de suma importancia como es el que indica el margen de error que puede llegar a arrojar el método utilizado. De este modo el lector puede formar su opinión sin caer en la falsa expectativa alentada a partir de la ponderación de la cifra como si ésta no pudiese, sino, expresar una verdad en términos absolutos, propiciamos en el siguiente proyecto la publicación de la ficha técnica siguiendo; entre otras las reglas sugeridas en los Códigos de Técnica y Práctica Profesional de asociaciones internacionales como WAPORT (World Association For Public Opinion Research). Entre otros criterios para la publicación de encuestas en medios masivos aconsejamos: a) Incluir siempre la ficha técnica con nombre de la empresa que realizó el trabajo, cliente o sponsor si lo hubo, fecha del trabajo de campo,

cantidad de casos, alcances y características de la muestra y margen de error estimado; b) Incluir el texto de la pregunta formulada; c) No alentar falsas expectativas de precisión, como cuando se utilizan cifras con decimales; d) Informar si se ha utilizado algún sistema de ponderación sobre la muestra.

Implícito está el mandato ético de no alterar la información obtenida.

La publicación de las fichas referidas simultáneamente con la encuesta, nos parece importante, ya que la predicción de dichos resultados no sólo sirve para conocer las tendencias del electorado sino que también influyen en la determinación de su conducta como votantes.

Dice y afirma que: "...existe en cualquier época dada un cuerpo de creencias, convicciones, sentimientos, principios aceptados y prejuicios firmemente enraizados, que tomados en conjunto conforman la opinión pública de una época en particular, o lo que podemos llamar la corriente de opinión predominante". No nos alejamos demasiado, en consecuencia, del concepto ajustado de opinión pública, si decimos que se trata de los puntos de vista sostenidos por una parte considerable de la comunidad en un momento dado.

El proceso de formación de la opinión depende de un cierto número de factores. Interesa en este punto poner de manifiesto que uno de estos factores son los medios de comunicación, y que este proceso se vincula directamente con el tipo de democracia de que se trate, dado que se supone que en democracia los ciudadanos responsables han de tomar parte en la elaboración de las respuestas de los problemas públicos.

Hay que tener en cuenta la importancia que han cobrado los órganos de información colectiva, como los llama Stoetzel, tomando en cuenta un estudio realizado en la Universidad de Iowa.

Se hizo leer a dos grupos de estudiantes (que ignoraban que era el objeto de un estudio), quince editoriales publicados en el diario de la universidad referidos a W.M. Hughes, a la sazón primer ministro de Australia. Los quince editoriales del primer grupo eran favorables a Hughes, y desfavorables los quince del segundo grupo. El cabo de dos meses, los tests de los que hablan leído los editoriales favorables, arrojaban un 98 % de opinión positiva sobre Hughes, y un 86 % de opinión negativa de parte de los que habían leído los editoriales adversos.

Estos datos dan una idea clara de la importancia que tienen los medios de información en nuestra sociedad; esta importancia encierra -a su vez- una posibilidad y un peligro.

La posibilidad se afirma en la trascendencia que deben tener en una sociedad democrática, como vehículos de polémica y disenso. Rafael Bielsa ha sostenido, en uno de sus trabajos, que "vivir libremente en una República consiste en tener una serie de derechos, entre ellos el de decir a otro lo que Este preferiría no oír".

El peligro consiste en desoír los mandatos que la libertad de expresión y el derecho a la información imparten a los medios, referidos a su responsabilidad en el mejoramiento del estado de derecho. A propósito de esto, recordamos -por elocuente y extrema- la posición del "Moniteur" de París sobre Napoleón, en marzo de 1815, cuando éste partió de Elba. El nueve de marzo tituló **El monstruo escapó del lugar de su destierro, el once El tigre se ha mostrado en Gap. Están avanzando tropas por todos lados para detener su marcha. Concluirá su miserable aventura como un delincuente en las montañas**, el diecinueve de marzo **Bonaparte avanza a marcha forzada, pero es imposible que llegue hasta París, el veintiuno El Emperador Napoleón se halla en Fontainebleu, el veintidós: Ayer por la tarde su majestad el Emperador hizo, pública entrada a las Tullerías. Nada puede exceder tanto regocijo y gozo.**

Si bien algunos especialistas coinciden en señalar la inexistencia de evidencias empíricas que demuestren la existencia o no de una función inductiva precisa de la publicación de sondeos sobre la conducta electoral efectiva, otros han ensayado la descripción de un fenómeno doble, cada una de cuyas caras está relacionada con la otra: el de la ilusión de universalidad, y el efecto del vagón de cola.

El funcionamiento del fenómeno de la ilusión de universalidad, así llamado por F. H. Allport, consiste en incentivar en el individuo el deseo de conformidad social, la tendencia a identificarse con quienes él cree que están pensando de determinada manera, de modo tal de sentirse seguro por formar parte de un grupo mayoritario. Así, votar de acuerdo con lo que las encuestas establecen que es la mayoría, crearía este fenómeno.

El efecto de vagón de cola, por su parte, característico del que se ha dado en llamar "el voto del plato de ravioles del domingo al mediodía", opera direccionando al individuo a tomar una decisión que él asocia con la última posibilidad de alcanzar un tren que reputa como beneficioso.

Es por ello que, más allá de las teorías esbozadas es indispensable crear los mecanismos que aseguren al usuario de la información que contará con aquellos datos indispensables para un mejor aprovechamiento e inteligencia de la misma. Ello porque, las encuestas de opinión pública constituyen un avance indiscutible en el camino hacia una afirmación amplia del derecho a la información y del derecho de todos los ciudadanos a una información amplia, necesaria para formar sus opiniones y para decidir de una manera libre y responsable. Las encuestas proporcionan hoy instrumentos invaluable para la formación de Consensos, para la identificación de intereses sociales y para actualizar ese plebiscito cotidiano que es en realidad una sociedad democrática avanzada.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares, me acompañen en la aprobación del presente proyecto.

Nilda C. Garré.

-A las comisiones de Asuntos Constitucionales; de Comunicaciones... y de Libertad de Expresión.