



PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA LA LEY ORGÁNICA CONSTITUCIONAL 18.700 DE ELECCIONES POPULARES PARA REGULAR LAS ENCUESTAS POLÍTICAS

Considerando

1.- Como destaca (Martínez, 2013)¹ con respecto a la investigación en ciencias sociales *“El conocimiento de la realidad consiste en acercarse a ella, desvelarla y conocerla, con el fin de mejorarla, pues la realidad es algo que nos viene dado, lo que existe, el ámbito en el que se desarrolla la vida del hombre y todo aquello con lo que se relaciona. Implica el saber dónde se está, a dónde se quiere ir y cómo hacerlo.”* Existen distintos métodos para poder estudiar la realidad, ya sean de carácter positivista, deductivo, racionalista o sistemático. Por lo que se utilizan diversas técnicas de investigación, dentro de las cuales es motivo de este proyecto de ley las cuales son las encuestas de opinión pública.

Las encuestas de opinión pública se pueden definir siguiendo a (García Ferrando, 1993)² como *“una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”*.

1 Martínez V. (2013). *Paradigmas de investigación Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica*. Recuperado de http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf

2 García Ferrando M. La encuesta. En: García M, Ibáñez J, Alvira F. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70.



Estas como señalan (Anguita, Labrador & Campos)³ en el documento La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos, señalan que las encuestas tienen en general las siguientes características:

- i. *La información se obtiene mediante una observación indirecta de los hechos, a través de las manifestaciones realizadas por los encuestados, por lo que cabe la posibilidad de que la información obtenida no siempre refleje la realidad.*
- ii. *La encuesta permite aplicaciones masivas, que mediante técnicas de muestreo adecuadas pueden hacer extensivos los resultados a comunidades enteras.*
- iii. *El interés del investigador no es el sujeto concreto que contesta el cuestionario, sino la población a la que pertenece; de ahí, como se ha mencionado, la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas.*
- iv. *Permite la obtención de datos sobre una gran variedad de temas.*
- v. *La información se recoge de modo estandarizado mediante un cuestionario (instrucciones iguales para todos los sujetos, idéntica formulación de las preguntas, etc.), lo que faculta hacer comparaciones intragrupalas.*

3.- Las encuestas además de buscar datos relativos a la realidad tienen otros propósitos, como señalan (Uribe & Mazur, 2007)⁴ en su documento los Estudios de Opinión y su Influencia en las Preferencias de las Personas, mencionan que las encuestas no solamente portavoces de opiniones mayoritarias sino que son conductores de la opinión pública o preferencias electorales. Debido al valor y poder

3 Vease Anguita, Labrador & Campos La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos

4 Vease Uribe & Mazur, 2007 los Estudios de Opinión y su Influencia en las Preferencias de las Personas https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22282007000200008



simbólico que representan, a su posicionamientos en medios de prensa y en las redes sociales.

Como señala (Thompson, 1995)⁵ los políticos necesitan de este “poder simbólico” para persuadir, confrontar e influir en las acciones y en las creencias. Ya que la relación que se produce entre ciudadano y político es una “interacción mediada”, donde los políticos no pueden ver a sus interlocutores ni tampoco observa sus respuestas.

Las opiniones, entonces muchas veces son erróneamente recogidas en sondeos de opinión, como destaca (Sartori, 1998)⁶ la televisión cuando toma encuestas de dudosa representación es ella misma quien condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral, o en la forma de ayudar a vencer al vencedor. Por lo que las lógicas que se han estado formando desde la aparición de estos escándalos no está dada de forma objetiva, si no también responden a un interés particular de la prensa.

De modo que esta videocracia crea un clima engañoso, la opinión pública no recae en el agregado de opiniones de las personas sino crea como señala (Sartori, 1998) un vacío en cuanto a la democracia como gobierno de opinión. Esto es la ilusión de que lo señalado y expresado en la televisión termina siendo el único insumo que posee el público para formar opinión y reflexionar sobre los hechos que ocurren dentro del sistema democrático.

4.- Es por ello que el siguiente Proyecto de Ley tiene relación con poder regular de mejor forma el uso de encuestas de opinión de preferencias electorales.

La regulación de estos instrumentos es mínima en Chile y se vuelve imperativo modernizar la institucionalidad en la materia. Las encuestas de opinión de preferencias electorales son un ámbito desregulado en Chile. Por ejemplo, el

5 Thompson, John B. (1995). “Media and Modernity: A social theory of the media”. Stanford, California: Stanford University Press

6 Sartori, G (1998) “Homo Videns: La sociedad teledirigida”, Ediciones Taurus, primera edición. Argentina.



ordenamiento jurídico, expresado en la LOC 18.700 de Elecciones Populares solo regula el tema respecto a la posibilidad de divulgar resultados en contexto o cercanía de fechas electorales. Así lo indica su Artículo 37, que establece:

Artículo 37.- Sólo se podrá divulgar resultados de encuestas de opinión pública referidas a preferencias electorales, hasta el décimo quinto día anterior al de la elección o plebiscito inclusive.

A la luz de lo anterior, se propone regular este sector del mundo privado que ha demostrado tener una relevancia e impacto significativo en los asuntos de interés público; y que en los hechos, representa un necesario paso adelante hacia la consolidación de una democracia moderna y más transparente y donde no solo los organismos de carácter público cumplan con mejorar los indicadores de transparencia, sino que también los de carácter privado.

Es de suma urgencia que los procesos electorales sean lo más neutrales posibles y no se manipule mediante documentos la preferencia de los chilenos, que debe ser libre y con todos los derechos que nuestra Constitución de la República establece. El nuevo estándar de transparencia propuesta en este proyecto de ley aborda tres pilares estratégicos principales, que se señalan a continuación:

1. Transparencia sobre el proceso de levantamiento y calidad de las muestras estadísticas que sirven de base para la construcción de encuestas de opinión de preferencias electorales.
2. Transparencia sobre los intereses de las empresas o corporaciones que dirigen estos levantamientos; con especial relación a los mecanismos de financiamiento de estas entidades (encuestadoras).
3. La existencia de sanciones de carácter penal, que sirvan como un desincentivo a la manipulación de estos instrumentos.

A propósito de lo primero, sobre la transparencia del levantamiento, se propone agregar que en forma permanente y en cada oportunidad en que se publique una encuesta de opinión pública sobre preferencias electorales, se deberá además



publicar en sus páginas web oficial de la encuestadora, un documento técnico donde se detallen los siguientes elementos:

1. Descripción de la muestra
2. Fechas de levantamiento
3. Fraseo exacto de preguntas
4. Marco muestral
5. Margen de error
6. Método de levantamiento
7. Objetivo de estudio
8. Población estudiada
9. Quién patrocinó la encuesta
10. Quien realiza la encuesta
11. Responsable de la publicación
12. Supervisión
13. Tamaño de la muestra
14. Tasa de rechazo de la entrevista

A propósito de lo segundo, sobre transparencia de los intereses de las encuestadoras de opinión, se propone agregar que las encuestadoras deban publicar en su página web oficial una memoria anual donde se transparenten las fuentes de ingresos y las relaciones que tengan con empresas o actores públicos y privados. Esta memoria anual deberá detallar los siguientes elementos:

- i. La identidad de los miembros de sus equipos directivos, donde se explicita su historial de relaciones comerciales o laborales.
- ii. La identidad de sus principales clientes, sean públicos o privados.
- iii. Una síntesis sobre las fuentes de ingreso de las encuestadoras.

Y finalmente, sobre la existencia de sanciones de carácter penal, que sirvan como un desincentivo a la manipulación de estos instrumentos, se propone la institucionalización de multas, privativas de libertad entre otras; para aquellas encuestadoras que incumplan alguno de las obligaciones aquí establecidas. Estas sanciones, se detallan a continuación:



- i. Una multa de 10 a 100 UTM en el caso de incumplir con la transparencia activa en las páginas web oficiales de los documentos técnicos y memorias anuales antes señaladas. Esta multa también aplicará cuando se acredite que los documentos no cumplan con los contenidos mínimos exigidos por la norma o su información fuera manifiestamente falsa. En caso de reincidencia, la multa podrá alcanzar las 1.000 UTM.
- ii. Pena de presidio menor en su grado mínimo a medio, a los socios controladores, directores o ejecutivos de las encuestadoras que hubieren dolosamente mentido o manipulado las publicaciones de encuestas de opinión de preferencia electoral. Misma pena operará para el caso de reincidencia del punto anterior, no obstante la multa de 1.000 UTM.
- iii. El juez penal podrá ordenar, como pena accesoria a las ya señaladas, la eliminación y supresión de las publicaciones en plataformas digitales o redes sociales, en el caso de que las encuestas no cumplan con la transparencia activa de los documentos técnicos y memorias anuales, así como en el caso de que se acredite falsedad o manipulación antes señalada.

Por estas razones los diputados firmantes presentamos el siguiente proyecto de Ley;



**PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA LA LEY ORGÁNICA CONSTITUCIONAL
18.700 DE ELECCIONES POPULARES PARA REGULAR LAS ENCUESTAS
POLÍTICAS**

Artículo 1: Reemplácese el artículo 37 de la Ley nº18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, por el siguiente:

“Artículo 37.- Sólo se podrá divulgar resultados de encuestas de opinión pública referidas a preferencias electorales, hasta el cuarto día anterior al de la elección o plebiscito inclusive.

Tampoco se podrán divulgar y publicar los resultados de encuestas políticas referidas a preferencias electorales, cuando dicha publicación no venga acompañada de la transparencia activa de un documento técnico que sirva de evidencia y sustento estadístico de los resultados arrojados por dicha encuesta.

Este documento deberá detallar, a lo menos, la descripción técnica de la muestra, las fechas del levantamiento, el fraseo exacto de las preguntas utilizadas, el marco muestral utilizado, el margen de error, el método utilizado para realizar el levantamiento de los datos, el objetivo del estudio, la población estudiada, la existencia de patrocinadores de la encuesta cuando lo hubiera, los encargados de la realización de la encuesta, los responsables de la publicación, la nómina de los supervisores del proceso de levantamiento, el tamaño de la muestra y la tasa de rechazo de la entrevista.

El contenido de los resultados de la encuesta y del documento técnico señalados en los incisos precedentes, no podrán divulgar hechos y datos personales expresos de las personas que hubieran participado en calidad de encuestados en los procesos de levantamiento estadístico.”



Artículo 2: incorpórese un artículo 37 Bis a la Ley nº18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, del siguiente tenor:

“Artículo 37 Bis. Las instituciones o empresas encuestadoras deberán publicar en su página web oficial una memoria anual donde se transparenten las fuentes de ingresos y las relaciones que tengan con empresas o actores públicos y privados; la que deberá señalar, a lo menos, la identidad de los miembros de sus equipos directivos, donde se explicita su historial de relaciones comerciales o laborales; la identidad de sus principales clientes, sean públicos o privados; y, una síntesis sobre las fuentes de ingreso de las encuestadoras.

Esta regla aplicará también respecto de las empresas matrices o filiales de las encuestadoras, con independencia del nivel de participación patrimonial que tuvieran entre estas y la encuestadora.”

Artículo 3: incorpórese un artículo 37 Ter a la Ley nº18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, del siguiente tenor:

Artículo 37 ter.- “Se aplicará la pena de presidio menor en su grado mínimo a medio a los socios controladores, directores o ejecutivos de las encuestadoras que hubieren dolosamente mentido o manipulado en las publicaciones de encuestas de opinión de preferencia electoral.

Se aplicará la misma pena en los casos de incumplimiento reiterado de la transparencia activa establecida el artículo anterior.”

Artículo 4: incorpórese un artículo 37 Quater a la Ley nº18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, del siguiente tenor:

“Como pena accesoria a la señalada en el artículo anterior, se aplicará multa de 10 a 100 UTM, que aplicará a los casos de incumplimiento de la transparencia activa



en las páginas web oficiales de los documentos técnicos o las memorias anuales señaladas en los artículos precedentes. Esta multa también aplicará cuando se acredite que los documentos no cumplen con los contenidos mínimos aquí exigidos o si su información fuera manifiestamente falsa. En caso de reincidencia o de manipulación dolosa acreditada de los datos, se aplicará multa de 500 a 1.000 UTM.

El juez penal podrá ordenar además la eliminación y supresión de las publicaciones en plataformas digitales o redes sociales.”



Marcela Hernando Pérez
Honorable Diputada de la República




FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. MARCELA HERNANDO P.


FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. LEONARDO SOTO F.



FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. VICTOR TORRES J.


FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. KARIM BIANCHI R.

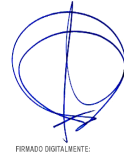

FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. ALEXIS SEPÚLVEDA S.


FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. IVAN FLORES G.


FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. JOANNA PÉREZ O.


FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. RODRIGO GONZÁLEZ T.


FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. RENATO GARÍN G.


FIRMADO DIGITALMENTE:
H.D. ANDREA PARRA S.

