

PROYECTO DE LEY

LEY PARA REGULAR LAS NUEVAS FORMAS DE PROPAGANDA

DIPUTADOS Y DIPUTADAS
FRACCIÓN FRENTE AMPLIO

Nº 23885

RECIBIDO EN LA SECRETARÍA DEL DIRECTORIO DE LA ASAMBLEA LEGISLATIVA	
El:	16 Agosto de 2022
A las:	15:12
Horas:	
Recibido por:	[Firma]

LEY PARA REGULAR LAS NUEVAS FORMAS DE PROPAGANDA

El presente proyecto de ley pretende reformar varios artículos del Código Electoral para regular adecuadamente el uso de las redes sociales en la difusión de la propaganda política.

No cabe duda de que la propaganda electoral, con el pasar del tiempo, se ha convertido en uno de los instrumentos más utilizados por los partidos políticos en aras de una victoria electoral. Por ello, no es extraño que la difusión de la oferta política, en los procesos electorales, sea cada vez más dependiente de los medios de comunicación, lo cual se explica dado su alcance y cobertura.

Tomando en consideración la importancia que la propaganda adquiere en los procesos electorales, el Código Electoral ha establecido reglas para su ejercicio: libertad para su difusión, medios autorizados, periodo prohibido, límites a su contenido, entre otros.

La aparición del internet y de las redes sociales ha generado un cambio en la forma en que se accede a la información y cómo se comunican las personas; por ello, no es extraño que las plataformas digitales se hayan venido sumando, de manera paulatina, a los medios tradicionales en la divulgación de la oferta política. La ausencia de reglas claras, en esta materia, ha permitido, en algunos casos, un uso inadecuado de estas plataformas en los procesos electorales.

En este contexto, que no es privativo de Costa Rica, se puede afirmar que las democracias han experimentado en la última década como el cambio más significativo las formas en que se comunican los distintos actores políticos, por lo que se debe responder adecuadamente a esa nueva coyuntura. Las redes sociales han asumido un papel determinante en la vida política de la sociedad al facilitar, por una parte, el acceso y la divulgación de la información y, por otra, han acrecentado interés ciudadano en la política, incorporando a sectores que en el pasado reciente se mostraban poco interesados en esos temas, como los jóvenes.

Sin embargo, la utilización de las redes sociales y del internet también ha traído nuevos desafíos, pues con la misma facilidad y velocidad con que se accede a la información, también se propaga la desinformación (Fake News), lo cual ha afectado, de diversas formas, los procesos electorales en varios países del mundo. Ante ello, la respuesta de algunos países de la región (Brasil y México), así como de los países de la Unión Europea (sobre esto, ver la propuesta de Reglamento sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política presentada al Parlamento Europeo por la Comisión Europea de Mercado Interior y Protección del Consumidor) ha sido la de promover legislación en esta dirección.

El hecho de que las campañas electorales se desarrollen con una presencia digital cada vez mayor ha puesto en evidencia la necesidad de generar nuevas herramientas para ejercer una ciudadanía digital responsable.

El Tribunal Supremo de Elecciones, con el apoyo de las Fundaciones Omar Dengo, Konrad Adenauer Costa Rica y Gobierno de Canadá, ha avanzado en este campo, desarrollando procesos formativos para dotar a la ciudadanía de algunos instrumentos que le permitan, entre otros, combatir la desinformación: la creación del Aula Virtual del IFED y la elaboración del primer curso virtual dirigido a la ciudadanía en general, denominado Ciudadanía Digital Responsable (CDR).

No obstante, esa problemática no es posible abordar este fenómeno de la desinformación únicamente desde lo formativo, sino que también debe ir acompañada de un enfoque jurídico. Por ello, ante la ausencia de regulación específica en esta materia, la presente reforma plantea un primer esfuerzo en esta dirección proponiendo la modificación de los artículos 136, 138, 139, 286, 287 y 289 referidos a la propaganda electoral (personas autorizadas para difundirla, medios utilizados, periodos de veda, registro de precios de tarifas, prohibiciones y sanciones).

El primer componente de la reforma (modificación del artículo 136) consiste en establecer, con base en la jurisprudencia electoral, los siguientes aspectos: a) qué se entiende por propaganda electoral; b) que el derecho a difundirla es para las personas físicas, los partidos políticos y las personas jurídicas contratadas al efecto por las agrupaciones; y c) que la prohibición de difundir propaganda en los

periodos de veda también incluye la que se difunda en plataformas o medios digitales.

De igual manera, se busca prohibir el uso de cuentas falsas, perfiles, sitios o páginas falsas para la difusión de propaganda y, además, que el Tribunal Supremo de Elecciones ordene el retiro de propaganda en periodos de veda o cuando resulte contraria a lo dispuesto en el artículo 13.5 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

Con el fin de hacer más accesible a la ciudadanía y a los partidos políticos la información sobre el nombre de las personas autorizadas para difundir encuestas y sondeos, se elimina la obligación del TSE de publicar ese listado en un diario de circulación nacional, para que, en su lugar, sea colocado en el sitio web del Tribunal Supremo de Elecciones y aclarar que la prohibición de difundir encuestas por personas no autorizadas inicia a partir del día siguiente de esa publicación de las personas autorizadas y hasta el día de las elecciones.

El proyecto también incorpora la obligación de las plataformas digitales dedicadas a vender servicios de publicidad electoral de designar un representante legal para atender notificaciones, y la de suministrar al TSE la información relacionada con la pauta contratada.

Por último, en el capítulo de faltas electorales se incluye, en las prohibiciones relativas a la difusión o publicación de propaganda y encuestas, la actividad que se realiza en las plataformas y medios digitales. En similar sentido, se sanciona la utilización de perfiles o medios de comunicación falsos.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA DECRETA:

LEY PARA REGULAR LAS NUEVAS FORMAS DE PROPAGANDA

ARTÍCULO 1.- Refórmese el artículo 136 del Código Electoral para que se lea de la siguiente manera:

"Artículo 136.- Libertad para difundir propaganda

Las personas físicas, los partidos políticos y las personas jurídicas que los partidos políticos contraten para ese fin tienen el derecho de difundir propaganda por cualquier medio, entendido este acto como la divulgación pagada de cualquier contenido comunicativo específicamente orientado a incidir en el comportamiento electoral de los ciudadanos, lo que podrá hacerse en cualquier tiempo.

Los partidos políticos con derecho al aporte estatal podrán solicitar el reembolso de los gastos en que hayan incurrido por la difusión de propaganda divulgada por cualquier medio en el periodo comprendido entre la convocatoria a elecciones y hasta tres días antes del día de las elecciones, inclusive. En cualquier momento podrán dar información política, difundir comunicados, realizar reuniones, actividades en sitios y recintos privados, sin necesidad de autorización alguna.

En esta materia, está prohibido:

- a) La forma de propaganda en la cual, valiéndose de las creencias religiosas del pueblo o invocando motivos de religión, se incite a la ciudadanía, en general, o a los ciudadanos, en particular, a que se adhieran o se separen de partidos o candidaturas determinadas.
- b) La propaganda en contra de los derechos políticos de las mujeres y toda apología del odio con base en el género o sexo que constituya incitaciones a la violencia contra las mujeres en la vida política, o cualquier otra acción ilegal similar contra las mujeres o grupo de mujeres que participan en la vida política, por motivos de sexo o género.
- c) Lanzar o colocar propaganda electoral en las vías o los lugares públicos, así como en el mobiliario urbano.
- d) **Contratar o difundir** propaganda política para que sea difundida a través de medios de comunicación o **plataformas digitales** en el periodo comprendido entre el 16 de diciembre y el 1.º de enero, ambos inclusive, inmediatamente anteriores al día de las elecciones. Durante este período, únicamente los candidatos a la Presidencia de la República podrán divulgar tres mensajes navideños, según la reglamentación que al efecto dicte el TSE. **Esta prohibición rige** durante los tres días inmediatos anteriores y el propio día de las elecciones.

Los precandidatos oficializados podrán difundir sus ideas o pensamientos por los medios de comunicación que consideren pertinentes.

e) El uso de cuentas, perfiles, sitios, canales, páginas u otros medios digitales para difundir propaganda electoral a favor o en contra de un partido político o de sus candidaturas y precandidaturas oficializadas en los que el responsable de su contenido no utilice su verdadera identidad.

f) El uso de cuentas, perfiles, sitios, canales, páginas u otros medios digitales falsos para difundir propaganda electoral a favor o en contra de un partido político o de sus candidaturas y precandidaturas oficializadas.

Los delegados del TSE podrán ordenar el retiro de la propaganda lanzada o colocada en las vías y lugares públicos o en el mobiliario urbano.

El TSE, en su condición de juez electoral, podrá ordenar, mediante resolución fundada, la suspensión o el retiro, según corresponda, de aquella propaganda pautada por cualquier medio, incluyendo plataformas digitales, dentro del periodo de veda o en contravención de lo dispuesto en el artículo 13.5 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

El incumplimiento de estas disposiciones será sancionado de conformidad con lo establecido en este código.”.

ARTÍCULO 2.- Refórmese el artículo 138 del Código Electoral para que se lea de la siguiente manera:

“Artículo 138.- Encuestas y sondeos de opinión

Los institutos, las universidades, cualquier ente público o privado y las empresas dedicadas a elaborar encuestas y sondeos de opinión de carácter político-electoral deberán registrarse ante el TSE dentro de los quince días posteriores a la convocatoria de elecciones, identificando a la empresa y a los profesionales responsables, así como los demás requisitos que determine el Tribunal.

El Tribunal publicará en su sitio web institucional los nombres de las empresas, las universidades, los institutos y cualquier ente, público o privado, que se encuentre autorizado e inscrito en el Tribunal para realizar encuestas y sondeos de carácter político-electoral.

7

Se prohíbe la difusión o publicación, parcial o total, por cualquier medio, de encuestas y sondeos de opinión relativos a procesos electorales, durante los tres días inmediatos anteriores al de las elecciones y el propio día.

También se prohíbe la difusión de sondeos de opinión y encuestas elaboradas por empresas no registradas durante el período de la campaña electoral, prohibición que regirá a partir del día siguiente a la publicación en el sitio web institucional de la lista con los nombres de las entidades autorizadas e inscritas para efectuar esa clase de estudios de opinión y hasta el propio día de la elección, inclusive.”.

ARTÍCULO 3.- Refórmese el artículo 139 del Código Electoral para que se lea de la siguiente manera:

“Artículo 139.- Disposiciones para los servicios de propaganda electoral

Solo estarán autorizadas para prestar servicios de propaganda electoral las **personas físicas y jurídicas** inscritas para este fin en el TSE. Una vez inscritas, estarán obligadas a prestar sus servicios de acuerdo con las siguientes disposiciones:

a) En la solicitud de inscripción y dentro del asiento correspondiente al Tribunal, deberán indicarse las tarifas de servicios, la razón social, las calidades de quien gestione a nombre del medio y el lugar para oír notificaciones. **En el caso de las plataformas digitales dedicadas a vender servicios de publicidad mediante el mecanismo de subasta, no estarán obligadas a registrar sus tarifas; sin embargo, deberán señalar un representante legal en el país para atender notificaciones, un medio para ese fin, y brindarán al TSE la información que este les requiera sobre la pauta que les haya sido contratada, incluyendo el medio de pago utilizado para ese fin.**

b) Las **personas físicas y jurídicas** inscritas y los medios de comunicación inscritos deberán garantizar igualdad de condiciones y de trato a todos los partidos políticos que participen en la justa electoral.

Los requerimientos asociados a este registro serán definidos por el TSE mediante reglamento.”.

ARTÍCULO 4.- Refórmese el artículo 286 del Código Electoral para que se lea de la siguiente manera:

8

“Artículo 286.- Multas sobre publicación de propaganda y encuestas Se impondrá multa de dos a diez salarios base:

a) Al director (a) o el encargado (a) del medio de comunicación, **incluyendo los medios y sitios digitales, sea página, perfil, canal o cualquier otro similar** que, durante los tres días inmediatos anteriores a las elecciones o el propio día en que estas se celebren, por acción u omisión permita **de cualquier manera** la difusión o la publicación, total o parcial, de los resultados de sondeos de opinión o encuestas relativas a los procesos electorarios.

b) Al director (a) o el encargado (a) del medio de comunicación, **incluyendo los medios y sitios digitales, sea página, perfil, canal o cualquier otro similar** que, de cualquier manera, autorice la difusión o la publicación, total o parcial, de resultados de sondeos de opinión o encuestas relativas a procesos electorarios, realizados por personas físicas o jurídicas no inscritas en el TSE.

c) Al director (a) o el encargado (a) del medio de comunicación, **incluyendo los medios y sitios digitales, sea página, canal o cualquier otro similar** que, de cualquier manera, autorice la difusión o la publicación, total o parcial, de propaganda electoral durante los tres días inmediatos anteriores a las elecciones, el propio día en que estas se celebren, en el periodo del dieciséis de diciembre al primero de enero, ambos días inclusive, inmediatamente anteriores a las elecciones o el jueves y viernes santo, cuando se trate de elecciones internas de los partidos políticos.

d) A las personas jurídicas públicas o privadas o personas físicas que, por cualquier medio, **incluyendo los medios y demás sitios digitales, difundan o publiquen, de manera parcial o total, sondeos de opinión o encuestas relativas a procesos electorales durante los tres días inmediatos anteriores al de las elecciones y el propio día, así como los elaborados por empresas no registradas durante el periodo de la campaña electoral.**

e) Al director (a) o el encargado (a) del medio de comunicación o a las plataformas digitales que no acaten la orden de retirar la propaganda pautada durante los periodos de veda electoral y tregua navideña o en contravención de lo dispuesto en el artículo 13.5 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.”.

ARTÍCULO 4.- Refórmese el artículo 289 del Código Electoral para que se lea de la siguiente manera:

"Artículo 289. Multas por la difusión ilegal de propaganda y resultados de encuestas de opinión

Se impondrá multa de diez a cincuenta salarios base:

- a) A las personas físicas o jurídicas públicas o privadas que incumplan lo establecido en los artículos 136, 138, **139** y 140 de este código, siempre y cuando la conducta no esté sancionada como delito en este mismo código.
- b) Al partido político o a la persona física o jurídica que contrate propaganda electoral para ser publicada durante la veda publicitaria.
- c) **A las personas jurídicas públicas o privadas o personas físicas que no acaten la orden girada por el TSE o sus delegados de retirar propaganda prohibida siempre y cuando la conducta no esté sancionada como delito en este mismo código."**

Rige a partir de su publicación.

Jf Guller B	Jf Guller B
Jonathan Acosta Jolo	Jolo
Ariel Robles Bts	A
Rocio Alvarez Moura	RAM
Antonio Ortega Gutierrez	TA
Priscilla Vindas Salazar	PVA