



ORGANISMO NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES

Garantía de la Voluntad Popular

ESCUELA ELECTORAL

I ESCUELA DE PERSONEROS

NOVIEMBRE – 2007

**ABOG. JOSE MANUEL VILLALOBOS CAMPANA
GERENCIA DE FISCALIZACIÓN ELECTORAL**

MÓDULO 2

- **LA CAMPAÑA ELECTORAL
PUBLICIDAD/PROPAGANDA
ELECTORAL**
- **LA NEUTRALIDAD**



LA CAMPAÑA ELECTORAL

PROPAGANDA ELECTORAL / PUBLICIDAD

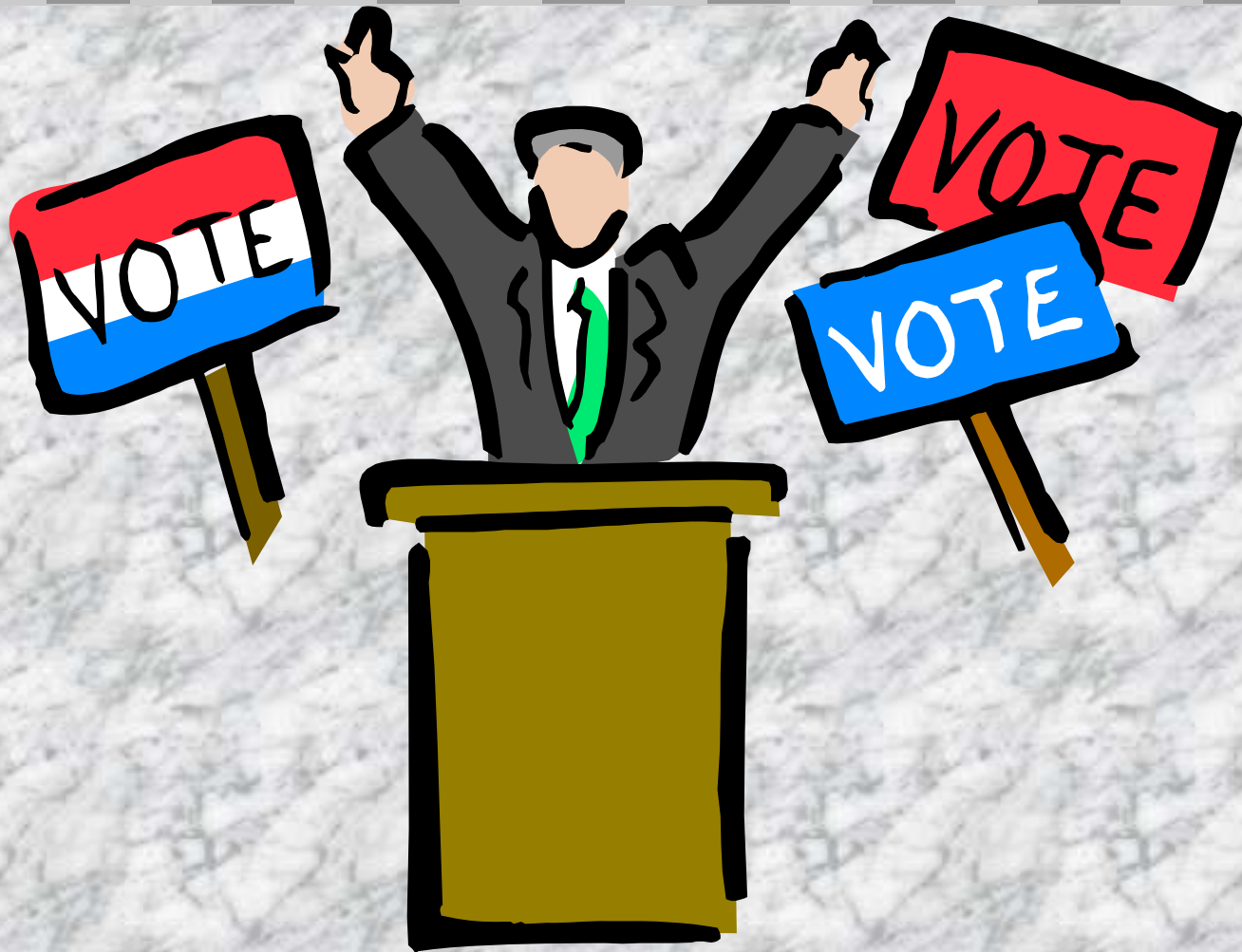
- Introducción
- Conceptos
- Regulación
- Formas de realizarla
- Publicidad en los medios
- Franja electoral
- Plazo, límites y prohibiciones de la propaganda
- Consideraciones finales



INTRODUCCIÓN

En un proceso electoral, las organizaciones políticas intentan, con sus campañas electorales, dar a conocer sus planteamientos e ideas, movilizar a sus simpatizantes e influir y politizar a la población, con el fin de captar sus preferencias políticas.

Para este último objetivo se recurre sobre todo a la propaganda electoral, la cual tiene una diversidad de manifestaciones y técnicas.



INTRODUCCIÓN

En democracias pluralistas como la nuestra, se puede decir que la Campaña Electoral incluye dos aspectos:

- Las actividades tradicionales de proselitismo político (mítines, volantes, altoparlantes, pintas, etc).
- La publicidad electoral realizada en los medios de información (la prensa, la radio y la televisión).

CONCEPTOS

■ PROPAGANDA

Del latín: “Propagare” = reproducir, expandir, propagar.

“Persigue influir en la opinión de los ciudadanos para que adopten determinadas conductas. Es el conjunto de acciones que, técnicamente elaboradas y presentadas, particularmente por los medios de comunicación colectiva, influyen en los grupos para que piensen y actúen de determinada manera” [1].

[1] Diccionario Electoral. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL), San José, 2000.



CONCEPTOS

■ PROPAGANDA ELECTORAL

“Actividad Lícita desarrollada durante los procesos electorales, que tiene como finalidad persuadir a los ciudadanos a votar en favor de alguna organización política o candidato en contienda”.

La propaganda electoral debe hacerse dentro de los límites que señala la ley.

LOE, Art. 181°

CONCEPTOS

■ PROPAGANDA Y PUBLICIDAD:

“La propaganda no difiere en esencia de la publicidad, concepto éste último que supone dar a conocer algo, publicarlo, una forma de propagarlo con la finalidad de estimular la demanda de bienes y servicios. La propaganda electoral no es otra cosa que publicidad política, que inspirada en el sistema norteamericano, tiende a extenderse a la mayor parte de las naciones capitalistas y aunque el producto que se busca vender no es otra cosa que un candidato, un programa o unas ideas, las técnicas utilizadas son las mismas de las ventas de mercancías, en las cuales se utilizan “slogan de fuerte impacto emocional, que en nada difieren de la promoción de un cosmético o una bebida” [1].

[1] Diccionario Electoral. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Centro de Asesoría y Promoción Electoral (CAPEL), San José, 2000. Pág. 1031.

CONCEPTO

■ PROPAGANDA POLÍTICA

Actividad relacionada con la política en general y sus autores, que pueden ser desde ciudadanos, asociaciones, partidos políticos, y hasta gobernantes.

Su desarrollo no siempre está vinculado con un proceso electoral determinado, sino más bien se orienta a que, quien ostenta el poder lo mantenga, y quienes son oposición, la ejerzan.



REGULACIÓN

■ **NORMAS APLICABLES:**

- Ley Orgánica de Elecciones, N° 26859 Art. 181° a 195°
- Ley de Partidos Políticos, N° 28094 Art. 37° a 41°
- Ley de Radio y Televisión, N° 28278 Art. 45° a 48°.
- Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, N° 28296.



REGULACIÓN

- Ley de Elecciones Regionales N°27683
- Ley de Elecciones Municipales N° 26864
- Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972
- Reglamento de Difusión y Control de la Propaganda Electoral para las Elecciones Regionales y Municipales Res. 1233-2006-JNE.
- Reglamento de Financiamiento y Supervisión de Fondos Partidarios Resolución Jefatural 060-2005-J/ONPE 21° a 28°, 56° y otros.



FORMAS DE REALIZAR PROPAGANDA ELECTORAL

- Exhibir letreros.
- Instalar altoparlantes.
- Hacer propaganda en medios de comunicación y en carteles ubicados en sitios determinados por las municipalidades.
- Distribuir: boletines, folletos, afiches, posters, volantes, camisetas, calendarios, llaveros, lapiceros u otros objetos similares.



¿QUIÉNES REALIZAN PROPAGANDA ELECTORAL?

- Los Partidos Políticos, Alianzas Electorales y las Organizaciones Políticas Locales a través de sus candidatos, afiliados y simpatizantes.
- Los personeros.
- La ciudadanía en general.

MENSAJES
PROPAGANDA.

SON LOS RESPONSABLES POR LOS
CONTENIDOS EN SU



PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS

Se debe entender que la publicidad que contratan los partidos en los medios, no es otra cosa que propaganda electoral, la cual es una actividad lícita que adquiere una importancia decisiva durante la realización de los procesos electorales, pues influye significativamente en la decisión final de los electores.



CONDICIONES DE LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS

- Igualdad de condiciones para todas las organizaciones.
- Tarifas no pueden ser superiores a las tarifas comerciales promedio.
- Tarifas deben ser hechas públicas, dos días después de la convocatoria.
- La publicidad está permitida desde los sesenta hasta los días previos al acto electoral. (Esta norma coaliciona con lo dispuesto por el artículo 190° de la LOE).
- En elecciones generales, el partido podrá contratar publicidad por espacio máximo de 5 minutos al día en cada estación de radio y televisión.
- La publicidad sólo puede ser contratada por el Tesorero de la organización política.



FRANJA ELECTORAL

Es el acceso gratuito que se da a los partidos políticos, a los medios de radiodifusión y televisión, de propiedad privada o del Estado, desde 30 hasta los 2 días previos a la realización de elecciones generales.

El Estado pone a disposición de los partidos su infraestructura para la producción de los espacios a difundir.



DURACIÓN Y FRECUENCIA DE LA FRANJA ELECTORAL

En cada estación de radio y televisión la franja es difundida entre las 19 y 22 horas, y dura:

- 10 minutos diarios entre los 30 y 15 días anteriores al acto electoral.
- 20 minutos diarios entre los 14 y 06 días anteriores al acto electoral.
- 30 minutos diarios entre los 05 y 02 días anteriores al acto electoral.

La mitad del tiempo total disponible se distribuye equitativamente entre todos los partidos inscritos en el proceso electoral.



DURACIÓN Y FRECUENCIA DE LA FRANJA ELECTORAL

La otra mitad se distribuye proporcionalmente a la representación congresal con que cuenta cada partido, según lo determine la GSFP.

Los partidos que participen por primera vez en una elección disponen de un tiempo equivalente al del partido que tenga la menor adjudicación.



PLAZO, LÍMITES Y PROHIBICIONES

PLAZO:

La ley orgánica de elecciones no ha fijado una fecha de inicio de la propaganda electoral; sin embargo, si ha establecido una fecha límite para hacerla.

En el artículo 190°, se señala que “desde dos días antes no pueden efectuarse reuniones o manifestaciones de carácter político”, y que “desde 24 horas antes se suspende toda clase de propaganda política”.

La ley de partidos si fija un plazo para la contratación de publicidad en los medios.



PLAZO, LÍMITES Y PROHIBICIONES

LIMITES: las organizaciones políticas, sin necesidad de permiso de la autoridad política o municipal, pueden:

- Exhibir letreros, carteles o anuncios luminosos, en las fachadas de las casas políticas, en la forma que estimen conveniente.
- Instalar en dichas casas políticas, altoparlantes, que pueden funcionar entre las 8am y 8pm. La autoridad respectiva fija la intensidad sonora.
- Instalar altoparlantes en vehículos especiales, dentro de la regulación anterior.



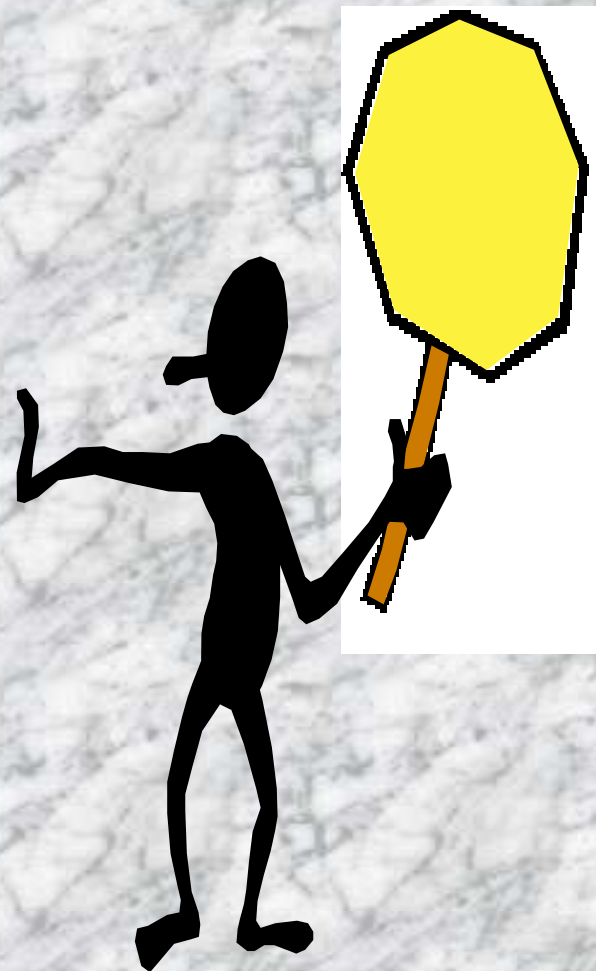
PLAZO, LÍMITES Y PROHIBICIONES

- Efectuar propaganda del partido o de los candidatos, por radio, televisión, cinemas, periódicos y revistas o mediante carteles ubicados en los lugares que determine la autoridad municipal. Deben regir iguales condiciones para todos los partidos y candidatos.
- Fijar, pegar o dibujar carteles en predios de dominio privado, con permiso del propietario.
- Fijar, pegar o dibujar carteles en predios de dominio público, con permiso de la entidad.

PLAZO, LÍMITES Y PROHIBICIONES

PROHIBICIONES:

- Usar oficinas públicas, cuarteles de FF.AA y PNP, locales de la municipalidad, los locales de colegios profesionales, sociedades públicas de beneficencia, entidades oficiales, colegios y escuelas estatales o particulares y los locales de las iglesias de cualquier credo, para realizar conferencias, asambleas, reuniones o actos políticos de propaganda electoral de ninguna especie.
- Pintar en calzadas y en muros de predios públicos y privados, la propaganda sonora aérea, y la propaganda por altoparlantes que no se ajuste a lo dispuesto en la ley.







PLAZO, LÍMITES Y PROHIBICIONES

PROHIBICIONES:

- Usar o invocar temas religiosos de cualquier credo, en la propaganda.
- Destruir, anular, interferir, deformar o alterar la propaganda, cuando ésta se realice conforme a ley.
- Atentar contra la ley, las buenas costumbres, o agraviar en su honor a un candidato o a una organización política.





INTERVENCIÓN DE LOS MUNICIPIOS

- De acuerdo con lo establecido en el artículo 79° de la Ley Orgánica de Municipalidades, N° 27972, numerales 1.4.4 y 3.6.3, son funciones de las municipalidades provinciales y distritales:
“Normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar la fiscalización de la ubicación de la propaganda política”.



CONSIDERACIONES FINALES

- Actividad lícita desarrollada durante los procesos electorales.
- Dirigida a obtener un resultado, vinculada a un proceso electoral.
- Las Organizaciones Políticas son responsables de la propaganda electoral que realizan.
- No es propaganda electoral, la que **DENIGRE** a los adversarios electorales.



NEUTRALIDAD DE ORGANISMOS Y FUNCIONARIOS PÚBLICOS



CONCEPTO

La Neutralidad de Organismos y Funcionarios Públicos dentro de todo Proceso Electoral, permite garantizar a los participantes igualdad de condiciones respecto de los que desempeñan cargos públicos al momento del Proceso.

Asegurando la imposibilidad de éstos de acceder o utilizar fondos, bienes o servicios públicos para oponerse o apoyar cualquier candidatura, incluyendo la propia.





CONCEPTO

Permite garantizar que el Proceso Electoral se realice conforme a ley, procurando que los **ORGANISMOS y FUNCIONARIOS PÚBLICOS** actúen con total **INDEPENDENCIA, IMPARCIALIDAD y TRANSPARENCIA** durante todo el Proceso, con el fin de **SALVAGUARDAR** el ejercicio legal del derecho de sufragio.

La condición de **Neutralidad** debe ser la característica de los organismos públicos y de las autoridades.



ACTORES QUE DEBEN SER NEUTRALES

- a) Autoridades Políticas y Funcionarios Públicos.
- b) Miembros del JNE y JEE.
- c) Miembros de la ONPE y ODPE.
- d) Miembros de el RENIEC.
- e) Miembros de las FFAA y PNP
- f) Miembros de Mesa de Sufragio.



¿PORQUÉ DEBEN SER NEUTRALES?

1. El derecho a la **LIBERTAD** de **SUFRAGIO** de los ciudadanos **DEBE SER RESPETADO**, no debiendo ser coaccionado por autoridad alguna.
2. Las Autoridades y Funcionarios Públicos deben mostrar **TRANSPARENCIA, EQUIDAD y RECTITUD** en el ejercicio de sus funciones.
3. Deben mostrar **INDEPENDENCIA** en el obrar y en la toma de decisiones.



PROHIBICIONES A SERVIDORES PÚBLICOS

- a) **INTERVENIR** en el acto electoral para impedir o perturbar la libertad de sufragio.
- b) Practicar actos de cualquier naturaleza que **FAVOREZCAN** o **PERJUDIQUEN** a determinado partido o candidato.
- c) **INTERFERIR** bajo cualquier pretexto en el funcionamiento de las Mesas de Sufragio.
- d) **IMPONER** a personas que tengan bajo su dependencia la dirección de su voto o coactar la libertad de sufragio.
- e) **DEMORAR** los servicios de Correo o de mensajería que transporten o transmitan elementos o comunicaciones oficiales referentes al Proceso.



REGULACIÓN

- Ley Orgánica de Elecciones N° 26859, artículos 346°, 347° y 361°.
- Ley de Elecciones Municipales N° 26864, sexta disposición complementaria.
- Ley del Código de Ética de la Función Pública N° 27815, artículo 8° numeral 3.



REGULACIÓN

- Ley Orgánica de Elecciones N° 26859, artículos 346°, 347° y 361°.
- Ley de Elecciones Municipales N° 26864, sexta disposición complementaria.
- Ley del Código de Ética de la Función Pública N° 27815, artículo 8° numeral 3.



CONSIDERACIONES FINALES

- En todo proceso electoral democrático, el Estado debe velar por que se respete el principio de neutralidad, como garantía fundamental de que las elecciones se han realizado dentro del principio de legalidad, y que los resultados son el reflejo fiel de la voluntad popular expresada en las urnas.



JURADO NACIONAL DE ELECCIONES

**“GARANTÍA DE LA
VOLUNTAD POPULAR”**

¡¡¡Gracias por su atención!!!