

Campaña electoral

Campaña electoral es el conjunto de actividades que llevan a cabo los candidatos, partidos, federaciones y agrupaciones que se presentan a las elecciones para dar a conocer su programa, con la finalidad de conseguir el mayor número posible de votos.

Campaña institucional electoral, la que realiza la autoridad que convoca las elecciones para informar sobre los diferentes procedimientos electorales (día de las elecciones, cómo se vota por correo...).

Campaña informativa es aquella que un organismo o institución pone en marcha para informar sobre los logros de su gestión.

• • •

Mientras que las dos primeras pueden llevarse a cabo a lo largo del periodo electoral (que abarca desde la publicación del Decreto de convocatoria de unas elecciones hasta el día de su celebración), la tercera, la campaña informativa, está prohibida durante ese periodo, con algunas excepciones.

{mospagebreak title=La Campaña Electoral}

Campaña electoral

• • • • Es el conjunto de actividades lícitas que llevan a cabo quienes se presentan a las elecciones, es decir, los candidatos, partidos, federaciones, coaliciones o agrupaciones de electores, para conseguir el voto de los ciudadanos.

• La Campaña electoral se caracteriza por que:

- * Sólo están legitimados para realizarla los intervinientes en el proceso electoral ,
- * temporalmente se limita a quince días, los que van desde el día 38 desde la convocatoria de las elecciones hasta el día 52 (dos días antes de la jornada electoral, para respetar el día de reflexión)
- * la Administración facilita gratuitamente locales y espacios para la celebración de actos y para la colocación de carteles.
- * los medios audiovisuales de titularidad pública ofrecen gratuitamente espacios para propaganda electoral
- * los gastos electorales están subvencionados, incluido el mailing electoral.

¿Quiénes puede realizar actos de campaña electoral?

La LOREG establece que sólo los candidatos, partidos, federaciones, coaliciones o agrupaciones pueden hacer campaña electoral, y añade «sin perjuicio de lo establecido en el artículo 20 de la Constitución» (art. 50.3 LOREG).

A tenor de la literalidad del precepto, pudiera pensarse que sólo los «candidatos, partidos, federaciones, coaliciones o agrupaciones» pueden realizar actos de campaña, sin embargo, el último inciso del párrafo, citando el artículo 20 de la Constitución, que regula la libertad de expresión, deja la puerta abierta a que otros actores puedan manifestar públicamente sus preferencias.

La relación de sujetos hecha en el artículo 50 sirve para establecer quiénes tienen derecho a recibir subvenciones públicas para la realización de actos de campaña electoral.

La participación de otros actores en campaña tiene varios precedentes, el más conocido se produjo en la campaña de las primeras elecciones andaluzas, de 1982, cuando el Tribunal Supremo anuló un acuerdo de la Junta Electoral de Sevilla, que había sido ratificado por la Junta Electoral Central, por el que se prohibía a una organización empresarial mostrar públicamente sus preferencias políticas.

Quiénes tienen expresamente prohibida su participación en actos de campaña electoral son los jueces, los policías (incluidos los locales) y los miembros del Ejército.

Límites temporales:

La campaña electoral propiamente dicha comienza el día trigésimo octavo posterior a la convocatoria, dura quince días y termina el día inmediatamente anterior a la votación (día de reflexión). Fuera de esos quince días, no puede difundirse propaganda electoral ni realizarse acto alguno de campaña electoral.

En la práctica, en el periodo que se ha venido en llamar «precampa», que abarca desde el día de la convocatoria de elecciones hasta el inicio oficial de la campaña, el día trigésimo octavo citado, es lícita la realización de cualquier acto de las fuerzas políticas siempre que no contengan una expresa y directa petición del voto.

Es habitual que los partidos coloquen carteles antes del inicio de la campaña electoral, con la condición de que no pueden contener una expresa petición de voto.

{mospagebreak title=Utilización de espacios y locales públicos}

Utilización de medios públicos

Los Ayuntamientos tienen la obligación de ceder, con carácter gratuito, lugares para la colocación de carteles y locales para la celebración de actos electorales.

* Espacios para carteles (art. 56):

Los Ayuntamientos tienen la obligación de reservar lugares gratuitos para la colocación de pancartas, carteles y banderolas, los cuales sólo se podrán colocar en esos espacios, sin perjuicio de que las candidaturas puedan contratar espacios comerciales autorizados para colocar carteles y propaganda electoral.

Hasta la modificación de 1994 no se aplicaba ningún criterio proporcional para el reparto de estos espacios, sino que todas las candidaturas disponían de igual superficie y análoga utilidad en cada uno de los emplazamientos disponibles. Con la nueva redacción, se reparten atendiendo al número de votos que cada uno obtuvo en elecciones equivalentes en dicha circunscripción.

La modificación de 1994 también introdujo la limitación del gasto, que, en este tipo de publicidad, no podrá exceder del 25% del límite de gastos previstos para la correspondiente campaña.

-

Procedimiento para solicitar espacios gratuitos para la colocación de carteles electorales:

Dentro de los siete días primeros tras la convocatoria, los Ayuntamientos comunican a la Junta Electoral de Zona los emplazamientos disponibles para la colocación gratuita de carteles.

La distribución de dichos espacios y locales se realiza por la Junta Electoral de Zona, previa petición de los representantes de las candidaturas, y atendiendo al número total de votos que obtuvo cada partido en las anteriores elecciones equivalentes en la misma circunscripción.

El segundo día posterior a la proclamación de candidatos, la Junta Electoral de Zona comunica al representante de cada candidatura los lugares reservados para sus carteles.

Las solicitudes de emplazamiento para la colocación gratuita de carteles debe hacerse en el plazo que fije la Junta Electoral de Zona, lo que implica que los representantes de las candidaturas que no efectúen la solicitud correspondiente en el plazo prescrito no tienen derecho a colocación gratuita de carteles en los emplazamientos designados (â€)

No estando fijado el plazo para realizar tal solicitud, ha de entenderse que corresponde a la Junta Electoral de Zona su determinación, si bien, dado que el segundo día posterior a la proclamación de candidatos la Junta Electoral de Zona comunicará al representante de cada candidatura los lugares reservados para sus carteles, el plazo deberá finalizar el mismo día de la proclamación en orden a hacer posible tal distribución por la Junta Electoral de Zona (09/10/97)

* Locales y lugares públicos para actos de campaña (art. 57):

Los Ayuntamientos deben poner a disposición de las candidaturas, de forma gratuita, locales oficiales y lugares públicos para realizar actos de campaña.

La distribución de estos locales se realiza atendiendo a las preferencias de los partidos y en función del número de votos obtenido por cada fuerza política en las últimas elecciones equivalentes.

La obligación de los Ayuntamientos se limita a la cesión gratuita de los locales, sin que sea su obligación facilitar otros medios materiales, como megafonía, sillas, vallas...

-
Procedimiento para solicitar locales:

Los Ayuntamientos, dentro de los diez días siguientes al de la convocatoria, deben comunicar a la Junta Electoral de Zona y a la Junta Electoral Provincial, los locales oficiales y lugares públicos que ponen a disposición de las candidaturas, así como los días y horas en que cada uno puede ser utilizado.

Esta relación se publica en el Boletín Oficial de la Provincia dentro de los quince días siguientes a la convocatoria

A partir de la publicación, los representantes de las candidaturas pueden solicitar ante las Juntas Electorales de Zona la utilización de los locales.

El cuarto día posterior a la proclamación de candidatos, las Junta Electoral de Zona atribuyen los locales y lugares disponibles en función de las solicitudes y cuando varias sean coincidentes, atendiendo al criterio de igualdad de oportunidades y, subsidiariamente, a las preferencias de los partidos, federaciones o coaliciones con mayor número de votos en las últimas elecciones equivalentes en la misma circunscripción.

Para la distribución de los locales y lugares, la Junta Electoral Central fijó los siguientes criterios:

1. - Las candidaturas que no concurrieron a las anteriores elecciones equivalentes estarán en último lugar de preferencias.

2. - Las que concurrieron al anterior proceso y no concurren a éste, no tienen derecho alguno.

3. - Los criterios de distribución han de aplicarse teniendo en cuenta las anteriores elecciones equivalentes (28/04/95 y 24/05/95)

Según la doctrina de la Junta Electoral Central, el criterio de igualdad de oportunidades ha de entenderse en el sentido de, existiendo locales o lugares disponibles en número suficiente, dar satisfacción, mediante la asignación de los mismos, a todas las candidaturas concurrentes; en caso de no ser suficientes los locales y lugares asignados o de, respecto de un mismo local, coincidir las pretensiones de utilización de varias de las entidades políticas concurrentes en cuanto a la fecha de su disposición, deberá entenderse agotada la virtualidad del criterio de igualdad de oportunidades y, en consecuencia, aplicar el subsidiario de la preferencia de las entidades políticas con mayor número de votos en las últimas elecciones equivalentes en la misma circunscripción (09/10/97)

{mospagebreak title=La campaña en los medios}

Medios de comunicación

La utilización de los medios de comunicación para la realización de la campaña electoral debe ser estudiada teniendo en cuenta el tipo de medio de que se trate (prensa escrita, radio o televisión) y el carácter público o privado de su titularidad.

-

Contratación de espacios publicitarios para propaganda electoral

-

Uso de espacios gratuitos en las televisiones de titularidad pública

-

Información electoral en medios de comunicación durante la campaña

Contratación de publicidad:

La contratación de espacios publicitarios en medios de comunicación para hacer campaña electoral está limitada a:

• Prensa escrita

• Emisoras de radio de titularidad privada.

Las tarifas para esta publicidad electoral no serán superiores a las vigentes para la publicidad comercial y no podrá producirse discriminación alguna entre las candidaturas en cuanto a la inclusión, tarifas y ubicación de esos espacios de publicidad, en los que deberá constar expresamente su condición.

La prohibición de contratar publicidad está regulada en la Ley Orgánica 2/1998, de 3 de mayo, reguladora de la publicidad electoral en emisoras de televisión privada, en la Ley Orgánica 10/1991, de 8 de abril, de publicidad electoral en emisoras de radiodifusión sonora municipales y en la Ley Orgánica 14/1995, de 22 de diciembre, de publicidad electoral en emisoras de televisión local por ondas terrestres.

El gasto máximo que cada candidatura puede hacer en esta publicidad no puede superar el 20% del límite de gasto previsto para ese proceso electoral.

En ningún caso es posible contratar espacios publicitarios en emisoras de televisión, tanto públicas como privadas, incluidas las emisoras locales y por cable, ni en los medios de comunicación de titularidad pública (p.e. radios de ámbito estatal, autonómico o local)

Como contrapartida, los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones de electores que se presentan a las elecciones tienen derecho a espacios gratuitos de propaganda electoral en las emisoras de radio y televisión de titularidad pública.

Espacios gratuitos en emisoras de radio y televisión de titularidad pública:

Durante la campaña, los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurren a las elecciones tienen derecho a espacios gratuitos de propaganda en las emisoras de televisión y de radio de titularidad pública. Este derecho no es de aplicación en los medios escritos, aunque sean de titularidad pública.

La distribución de esos espacios se hace atendiendo al número total de votos que obtuvo cada partido, federación o coalición en las anteriores elecciones equivalentes. En el caso de elecciones a cualquiera de las dos Cámaras de las Cortes Generales solamente se tienen en cuenta los resultados de las precedentes elecciones al Congreso de los Diputados.

•

Por otra parte, si el ámbito territorial del medio o el de su programación fueran más limitados que el de la elección

convocada, la distribución de espacios se hace atendiendo al número total de votos que obtuvo cada partido, federación o coalición en las circunscripciones comprendidas en el correspondiente ámbito de emisión

Para tener derecho a estos espacios es imprescindible presentar candidaturas en más del 75% de las circunscripciones comprendidas en el ámbito de difusión del medio correspondiente.

La distribución de tiempo gratuito de propaganda electoral en cada medio se efectúa de acuerdo con el siguiente baremo:

-

Diez minutos para quienes no concurren o no obtuvieron representación en las anteriores elecciones equivalentes.

-

Quince minutos para quienes, habiendo obtenido representación, no hubieran alcanzado el cinco por ciento del total de votos válidos emitidos en el territorio nacional o, en su caso, en las circunscripciones comprendidas en el ámbito de difusión o de programación del respectivo medio.

-

Treinta minutos para quienes, habiendo obtenido representación, hubieran alcanzado entre el cinco y el veinte por ciento del total de votos válidos

-

Cuarenta y cinco minutos para quienes hubieran alcanzado, al menos, un veinte por ciento del total de votos válidos.

Quienes no cumplan el requisito de presentación de candidaturas en el 75% de las circunscripciones, podrán tener derecho a quince minutos de emisión en la programación general de los medios de ámbito estatal si hubieran obtenido en las anteriores elecciones equivalentes el 20 por ciento de los votos emitidos en el ámbito territorial de dicha Comunidad (desconexiones)

La competencia para la distribución de espacios corresponde a la Junta Electoral Central, a propuesta de una Comisión integrada por un representante de cada partido, federación o coalición que concurriendo a las elecciones convocadas cuente con representación en el Congreso de los Diputados.

Se considera que cuentan con representación en el Congreso, aquellas formaciones políticas que consiguieron escaños tras las elecciones, no quien, habiendo sido elegido en una formación determinada, se presenta por otra en las nuevas elecciones.

Habitualmente, la Junta Electoral Central delega en las Juntas Electorales Provinciales la distribución de los espacios en las programaciones regionales o locales de los medios de comunicación de titularidad estatal y de aquellos otros medios de ámbito similar que tengan también el carácter de públicos.

En estos casos se constituye también una Comisión con las mismas competencias y con una composición que tiene en cuenta la representación parlamentaria en el Congreso de los Diputados en el ámbito territorial respectivo y que actúa bajo la dirección de la Junta Electoral Provincial.

En Ceuta y Melilla, en las que se elige a un solo diputado por circunscripción, se ha de constituir también una Comisión, aunque con el representante de la única entidad política con representación en el Congreso, quien ha de elevar la correspondiente propuesta a la Junta Electoral.

El papel de las Juntas Electorales es el de comprobar que la propuesta de la correspondiente Comisión se adecua a los criterios establecidos en la ley, acordando en consecuencia la distribución de espacios de conformidad con la propuesta elevada por la Comisión, modificando lo que sea necesario para que se ajuste al necesario pluralismo político o resolviendo las discrepancias que pudiera haber.

Un caso especial es el de las coaliciones. Para determinar los espacios gratuitos que corresponden a una entidad política que en las anteriores elecciones concurre formando parte de una coalición electoral, ha de dividirse el número total de votos obtenidos por la coalición por el número total de escaños conseguidos por la misma y multiplicar esa cifra por el número de candidatos de la entidad política que obtuvieron escaños. Si alguno de los partidos que formaron parte de la coalición no concurre a estas elecciones, sus votos y escaños se distribuirán entre las restantes entidades en esa proporción. A estos efectos no se tendrán en cuenta los cambios de adscripción de parlamentarios habidos durante la legislatura.

Es importante destacar que la LOREG no impone a los medios de comunicación de titularidad pública la obligación de facilitar medios técnicos (cámaras, platos, personal...) para grabar los espacios gratuitos de campaña electoral, excepto si las entidades políticas desean emitir en directo estos espacios.

Los espacios gratuitos de propaganda electoral atribuidos a las entidades políticas son intransferibles, de manera que no cabe su cesión o transferencia entre entidades políticas; en caso de que la entidad adjudicataria no haga uso del espacio no se traspa a otro ese derecho.

Normas especiales para los medios de comunicación durante el periodo electoral

La LOREG establece que la organización de los medios de comunicación de titularidad pública deben garantizar el pluralismo político y social, así como la neutralidad informativa durante el llamado periodo electoral.

La instrucción de la JEC de 13 de septiembre de 1999 establece los procedimientos para:

* La presentación de recursos contra actos y decisiones del Director y de los órganos de administración y dirección de los medios de comunicación de titularidad pública que puedan tener incidencia electoral.

* La emisión de entrevistas o debates con representantes de las entidades políticas que se presentan a las elecciones.

Estas normas son de aplicación a los medios de comunicación de titularidad pública, a las emisoras de televisión privada, a las emisoras de radiodifusión sonora municipales y a las emisoras de televisión local por ondas terrestres.

Los recursos a los que se refiere esta Instrucción sólo pueden versar sobre la violación del respeto al pluralismo político y social o a la neutralidad informativa de los medios, de acuerdo con el siguiente procedimiento:

* Únicamente están legitimados a interponerlos los representantes de las entidades políticas que concurren a las elecciones, quienes disponen de un plazo improrrogable de 24 horas para presentarlo, con la aportación de los medios de prueba que estimen convenientes.

* En las veinticuatro horas siguientes, el Secretario de la Junta Electoral¹ recabará los informes pertinentes por los hechos denunciados a los órganos directivos del medio de comunicación y lo comunicará al resto de entidades políticas que concurren a las elecciones, por si quisieran presentar alegaciones.

* Las Juntas Electorales disponen de un plazo de cinco días naturales para su resolución, dentro de los que pueden realizar cuantas pruebas estimen convenientes.

* Si de los hechos denunciados se dedujera que podrían ser constitutivos de delito, la Junta Electoral dará traslado de los mismos al Ministerio Fiscal.

En cuanto a la emisión de entrevistas o debates, el procedimiento fijado por la JEC prevé que las emisoras que, durante los periodos electorales, decidan emitir debates o entrevistas con representantes de las entidades políticas concurrentes a las elecciones deben comunicarlo a la Junta Electoral competente con cinco días de antelación al inicio de la emisión, indicando:

- * fecha y hora de emisión,
- * entidades políticas que van a intervenir,
- * aceptación por parte de las mismas y
- * duración del programa.

La Junta Electoral competente, por el ámbito de difusión del medio de que se trate, publicará un anuncio en el correspondiente Boletín para que las entidades políticas puedan consultar la comunicación remitida por el medio y formular los recursos que estimen oportunos, en el plazo de un día desde la publicación.

Acuerdos de la LOREG relacionados con la celebración de debates y entrevistas:

La celebración de debates entre representantes de candidaturas pueden ser programadas por la D.G. del Ente Público de RTVE. La programación de esos debates debe hacerse respetando el pluralismo político y social y la neutralidad informativa, y por tanto, sin detrimento del derecho de acceso a los debates de las candidaturas que cuenten con representación parlamentaria y que deseen participar en los mismos. La ordenación, en su caso, en uno o varios debates plurales o bilaterales es cuestión que debe quedar al criterio de la DG del Ente Público RTVE en cuanto responsable de los servicios informativos del mismo, sin detrimento del derecho de las candidaturas referidas y respetando el pluralismo político y social y la neutralidad informativa (5/6/89).

La organización o no de esos debates es competencia de la DG del Ente a tenor del artículo 11 del Estatuto de la Radio y la Televisión, y que en el caso de que se programaran los citados debates deberá tenerse en cuenta lo siguiente:

a) que la programación de esos debates deberá hacerse respetando el pluralismo político y social y la neutralidad informativa y, por tanto, sin detrimento del derecho de acceso de las candidaturas que cuenten con representación parlamentaria y que deseen participar en los mismos;

b) la ordenación, en su caso, de uno o varios debates plurales o bilaterales es cuestión que quedará a criterio de la DG del Ente en cuanto responsable de los servicios informativos del mismo, sin detrimento del derecho de las candidaturas aludidas en la letra anterior y respetando el pluralismo político y social y la neutralidad informativa, y previa audiencia de dichas candidaturas.

En su caso el DG del Ente deberá remitir a esta JEC con la antelación suficiente la decisión adoptada, a los efectos de que por la misma se pudiesen ejercer, en su caso, las funciones que le atribuye el art. 66 LOREG, en orden al conocimiento y resolución de los recursos que pudieran formularse, en tiempo hábil, para evitar posibles perjuicios irreparables (3/10/89).

Jurisprudencia de la JEC

- Debate en una televisión privada: Ante el recurso planteado por la programación en una televisión privada de un debate entre los líderes de los dos partidos con mayor representación parlamentaria, la JEC acordó que no era

contrario al artículo 66 LOREG, sin perjuicio de reconocer el derecho de las demás candidaturas con representación parlamentaria a participar en otros debates bilaterales o plurilaterales que pudieran organizarse o a que se ofrezca suficiente y adecuada información de las citadas entidades políticas, para mantener la proporcionalidad adecuada entre ellas durante la campaña electoral (21-5-93; 31-5 y 7-6-94; 11-5-95; 7-2 y 11 y 17-5-96)

- La silla vacía: La JEC estimó un recurso presentado por un partido político y ordenó que se retirara una silla vacía de un debate al considerar que la presencia de dicha silla para un representante que expresamente ha rehusado su participación en los debates atenta contra el derecho de la correspondiente entidad política a aceptar o rehusar libremente la participación en los debates y puede contribuir a lesionar la imagen del partido recurrente (3-6-99) Resolución que fue confirmada por el Tribunal Supremo, quien consideró que era la solución que más se ajustaba a los principios de neutralidad informativa y pluralismo político: se lo exige a dar cuenta de la actitud de ese partido y por ello hacer innecesario visualizarla a través de la presencia de esa silla vacía durante toda la emisión del debate, lo que podría interpretarse como un juicio de reproche hacia ese partido (STS, 3ª, Sec 7ª, de 10-10-2000, rec. 219/1999)

- Declaración de un personaje famoso en TVE en apoyo de una candidatura: la Junta considera que la emisión en un espacio de información electoral de las declaraciones de una persona a favor de una sola de las entidades políticas concurrentes a las elecciones a celebrar el 6 de junio implica en sí misma y si se produce aisladamente vulneración concreta del principio de neutralidad informativa, principio fundamental que el medio ha de garantizar (en aras a preservar el citado principio de neutralidad informativa, TVE habrá de emitir asimismo declaraciones de otras personas conocidas solicitando el voto a favor de las otras candidaturas con representación parlamentaria en los correspondientes espacios informativos de TVE y en condiciones análogas a las que se han dado en relación con el espacio denunciado (28-5-93), debiendo asegurarse que las personas que comparezcan solicitando el voto a favor de cada una de las candidaturas han de ser de análoga popularidad y su mensaje ha de tener la adecuada inteligibilidad (26-6-93)

- Debate en europeas: En las elecciones europeas de 2004 se celebraron debates en tele 5 y Antena 3 entre los cabezas de lista de PSOE y PP, Borrell y Mayor Oreja, con la protesta de IU. La Junta reiteró su tesis de que los debates no son contrarios a derecho si bien las cadenas están obligadas a compensar con mayor información y entrevistas a IU y al resto de candidaturas con representación en el parlamento europeo.

{mospagebreak title=Campaña institucional}

Â Â

Campaña institucional electoral

Es la que realizan los poderes públicos que han convocado las elecciones y cuyo fin es informar sobre:

* la fecha de la votación,

* el procedimiento para votar y

* los requisitos y trámites para poder ejercer el voto por correo,

Esta campaña no puede influir en la orientación del voto de los electores y, además, sólo puede realizarse en espacios gratuitos de los medios de comunicación de titularidad pública.

Â Â Â

Hasta la modificación introducida por la Ley Orgánica 13/1994, de 30 de marzo, la campaña institucional tenía un fuerte componente de incentivación de la participación. Tras la reforma, y en su redacción actual, esta campaña se caracteriza por:

- * quién puede realizarla: exclusivamente quien convoca las elecciones
- * dónde se puede hacer: exclusivamente en espacios gratuitos de medios de comunicación públicos
- * qué contenido debe tener: exclusivamente para informar sobre el día de la votación y sobre el procedimiento para votar y los requisitos para hacerlo por correo
- * límite temporal de realización: como máximo, hasta el día anterior al de la votación.

Sujetos que pueden realizar una campaña electoral institucional

Exclusivamente quien tiene la capacidad, y convoca, las elecciones de que se trate. Es decir, el Gobierno de la Nación para las Elecciones Generales, Locales y al Parlamento Europeo, y los gobiernos autonómicos, para las elecciones a sus correspondientes Asambleas Legislativas. En ningún caso, los entes locales pueden hacer campaña institucional electoral.

Dónde puede realizarse:

Exclusivamente en espacios gratuitos de medios de comunicación de titularidad pública del ámbito territorial correspondiente al proceso electoral de que se trate, suficientes para alcanzar los objetivos de esta campaña. Es decir, por un lado, está prohibida la contratación de espacios publicitarios y, por otro, no se pueden utilizar medios privados de difusión

Contenido de la campaña:

La reforma del 94 precisó el contenido que debe tener: consiste en informar a los ciudadanos sobre la fecha de la votación, el procedimiento para votar y los requisitos y trámite del voto por correo, sin influir, en ningún caso, en la orientación del voto de los electores.

Límite temporal:

La campaña institucional puede durar, como máximo, hasta el día anterior al de la votación: en reiteradas ocasiones la Junta Electoral Central ha establecido la prohibición de realizar cualquier actividad de campaña publicitaria pública

el día de reflexión: el día anterior al de la votación no cabe la realización de ninguna actividad de campaña electoral ni de campaña institucional, ni actividad publicitaria alguna de los poderes públicos que, directa o indirectamente, pueda influir en la orientación del voto de los electores» (Ad. 06/02/95)

Puesto que el artículo 50 de la LOREG no es de los básicos que obliguen a las Comunidades Autónomas, puede haber, y de hecho hay, algunas Comunidades que aún no han modificado su ley y en las que está permitida la campaña de incentivación del voto, en vez de limitarse a informar sobre el procedimiento para votar. Por otra parte, la campaña institucional de los referéndum se rige por su propia norma y no se le aplica esta ley a esos efectos.

{mospagebreak title=Publicidad Institucional}

Campaña institucional informativa de los poderes públicos

Un problema distinto es el que se plantea respecto de aquellas campañas puestas en marcha por organismos o instituciones para dar a conocer los logros de su gestión.

A partir de 1995, la JEC modificó su doctrina anterior y se mostró mucho más restrictiva respecto a las campañas que los poderes públicos pueden realizar durante el periodo electoral, que abarca desde el día de la convocatoria hasta el de votación, prohibiendo la realización de campañas durante dicho periodo, para que no se vulneren los principios de objetividad, transparencia del proceso electoral y de igualdad entre los actores electorales.

El cambio de criterio de la JEC tuvo lugar, sin embargo, el año anterior, con motivo de las elecciones al Parlamento de Andalucía: un acuerdo de 2 de junio de 1994, prohibió la campaña que estaba realizando la Junta con el lema «Lo hecho en Andalucía: una garantía», porque, según su criterio, excedía de los límites de las campañas que los poderes públicos pueden realizar, ordenando al Consejero de Gobierno (¿) de la Comunidad Autónoma de Andalucía que proceda a la inmediata retirada de las vallas y demás instrumentos publicitarios de la citada campaña que aún permanezcan».

Â Â

Además, por Acuerdo de 21 de junio de 1994 decidió que la difusión de anuncios con el lema «Solo en Andalucía» tanto en tan poco tiempo» el día de reflexión «constituye, objetivamente considerado, vulneración de la normativa electoral por cuanto ni durante la jornada de reflexión ni durante el propio día de la elección pueden los poderes públicos realizar actividad publicitaria alguna que, directa o indirectamente, pueda influir en el voto de los electores».

La JEC fijó sus nuevos criterios mediante el Acuerdo de 24 de febrero de 1995, reiterado el 15 y el 29 de marzo del mismo año, y que ha sido objeto de actualización mediante una Instrucción, de 13 de septiembre de 1999, «sobre el objeto y los límites de las campañas institucionales», que establece:

1.- Sin perjuicio de lo que en cada caso decida la JEC, los poderes públicos no pueden realizar ninguna campaña durante el periodo electoral que atente contra los principios de objetividad y transparencia del proceso electoral y el de igualdad entre los actores electorales.

2.- Quedan excluidas de esa prohibición, siempre que no atenten contra dichos principios:

         a. Las campañas expresamente previstas en la normativa electoral: sobre inscripción en el censo y sobre el procedimiento del votación.

         b. Las que puedan resultar imprescindibles para la salvaguarda del interés público o para el correcto desenvolvimiento de los servicios públicos.

3.- En cualquier caso, estas campañas no pueden contener alusiones a los logros obtenidos durante su mandato por el poder público que realiza la campaña, o imágenes o expresiones coincidentes o similares a las utilizadas en sus propias campañas por alguna de las entidades políticas que se presenten a las elecciones.

La segunda de las excepciones fijadas ha sido objeto permanente de consultas ante la JEC sobre la legalidad o no de determinadas campañas. El criterio que se ha seguido, además de reiterar en sucesivas ocasiones que la JEC carece de competencia para autorizar con carácter previo la divulgación de una campaña oficial, ha consistido en intentar dilucidar si la campaña carece de intencionalidad electoral y entra, por tanto, dentro de la actividad habitual de la Administración Pública correspondiente que, evidentemente no puede verse paralizada durante el periodo electoral.

Hay muchos ejemplos de campañas autorizadas o paralizadas por las Juntas Electorales, en todos los casos, una vez puestas en marcha y, habitualmente, por denuncia de los otros comparecientes en el proceso electoral.

        

Así, por ejemplo, la JEC, el 20 de abril de 1999, resolvió contra el acuerdo de una Junta Provincial autorizando un acto público de entrega de premios convocado por una Comunidad Autónoma, al apreciar el carácter habitual de la convocatoria, prácticamente idéntica a la de los tres últimos años y en idénticas fechas.

        

En junio de 1999 establece que no cabe genéricamente prohibir la inauguración de obras terminadas, sino que, caso por caso, habrá de estarse a las circunstancias de la inauguración y a la utilidad de la obra para el servicio público. Unos meses antes (Acuerdo de 13 de mayo de 1999) desestimó el recurso contra el acto de inauguración de la Oficina de Armonización del Mercado Interior, organismo de la Unión Europea, ya que era un acto organizado por las instituciones europeas en el que iban a participar, junto a personalidades españolas, autoridades europeas representativas de distintos sectores políticos y sociales.

        

Por el contrario, el 23 de febrero de 2000, suspendió la difusión de folletos editados por una Comunidad Autónoma por su similitud con los de un partido político y porque no había razones de salvaguarda del interés público que impidan demorar su difusión hasta después de las elecciones.

        

Algunas comunidades autónomas han aprobado leyes específicas que regulan la publicidad institucional de su Administración, como por ejemplo, Extremadura, Andalucía, Cataluña, Valencia y, recientemente, las Cortes Generales ha aprobado una ley sobre esta materia, por la que se prohíbe la emisión de publicidad al Ejecutivo desde la convocatoria electoral hasta el día de celebración de las elecciones, con la excepción de la relativa al proceso electoral o aquellas campañas imprescindibles para salvaguardar el interés general o para el correcto desarrollo de los servicios públicos en la LOREG.

{mospagebreak title=Mailing electoral}

Â Â Â Â Mailing electoral

Los partidos, federaciones, coaliciones o agrupaciones de electores pueden recibir una subvención extraordinaria para la realización de mailing electoral.

El requisito imprescindible para tener derecho a esta subvención en las elecciones generales es disponer de Grupo Parlamentario en una u otra Cámara.

La cuantía de la subvención es de 20 pesetas por elector en cada una de las en las que haya presentado lista al Congreso de los Diputados y al Senado (cantidad en pesetas constantes; la cuantía para cada elección se fija mediante una Orden del Ministerio de Economía y Hacienda publicada en los cinco días posteriores a la convocatoria de elecciones; en las generales de 2004 fue de 0'18 euros por elector)

Las candidaturas deben justificar la realización efectiva del envío.

Â

El artículo 59 LOREG dice que por Orden Ministerial se fijan las tarifas especiales para los envíos postales de propaganda electoral.

En cada proceso electoral se publica efectivamente una orden ministerial en la que se establecen las normas para la colaboración entre el Servicio de Correos para el envío de propaganda electoral y para el voto por correspondencia.

Todas las órdenes se remiten a las tarifas establecidas por la Orden de Presidencia de Gobierno de 3 de mayo de 1977, que fijó las siguientes tarifas postales para el envío de impresos de propaganda electoral:

Hasta 50 gramos de peso Â Â Â Â 1,00 pesetas

De mÃ¡s de 50 gr. hasta 100 1,50
 De mÃ¡s de 100 gr. hasta 250 3,00
 De mÃ¡s de 250 gr. hasta 500 7,00
 de mÃ¡s de 500 gr. hasta 1.000 12,50
 De mÃ¡s de 1.000 hasta 2.000 22,50
 Por cada 1.000 gr. mÃ¡s o fracci3n 10,00

Estas tarifas no han variado desde 1977, mÃ¡s allÃ de su traducci3n en euros,.

Los envÃ-os deben ostentar en el anverso la inscripci3n "EnvÃ-os postales de propaganda electoral". No es necesario consignar en la cubierta el nombre y domicilio del grupo polÃ-tico remitente, ni la sigla o sÃ-mbolo que lo identifique.

Aunque la entrega en Correos pude hacerse con anterioridad al inicio de la campaÃ±a electoral, la entrega a los destinatarios sÃ-lo se efectuarÃ durante esos quince dÃ-as, junto con el reparto ordinario de la correspondencia, salvo que las circunstancias aconsejen la realizaci3n de repartos extraordinarios.

EstÃ terminantemente prohibido distribuir propaganda electoral el dÃ-a de la votaci3n y el dÃ-a inmediatamente anterior (jornada de reflexi3n)

En octubre de 1989, la copia del Censo inicialmente entregada a las entidades polÃ-ticas por la Oficina del Censo Electoral tenÃ-a datos incompletos de los domicilios de los electores, por lo que la Junta Electoral Central acord3 que la Direcci3n General de Correos y TelÃgrafos, hoy Organismo Aut3nomo, adoptara las medidas necesarias para la efectiva entrega de los envÃ-os postales de propaganda electoral. (faltaban los datos relativos al piso y puerta de muchos domicilios)

Ã

Ã

