En qué consiste la **VEDA ELECTORAL**
VEDA PUBLICITARIA Y VEDA GUBERNAMENTAL
En Argentina y en Santa Fe.

Analizaremos brevemente la legislación provincial y nacional, y haremos unos comentarios sobre la utilidad e insuficiencia de las regulaciones sobre veda electoral.

Santa Fe Ley provincial 12080
ARTÍCULO 3°.- LIMITACIÓN PROSELITISTA *. Las campañas electorales no podrán iniciarse antes de los treinta (30) días corridos de la fecha fijada para el comicio, no pudiendo extenderse durante las cuarenta y ocho (48) horas previas a la iniciación del acto comicial.-*
Queda prohibida la publicidad proselitista de todo tipo, fuera de dicho plazo.-

ARTÍCULO 6°.- PUBLICIDAD DE LOS ACTOS DE GOBIERNO *. Durante la campaña electoral, la publicidad de los actos de gobierno en cualquiera de sus niveles y categorías, no podrá contener elementos que promuevan la captación directa del sufragio a favor de ninguno de los candidatos a cargos públicos electivos.-*
Los funcionarios públicos que autoricen o consientan la publicidad de actos de gobierno en violación a lo dispuesto en esta norma, serán pasibles de multas de hasta pesos diez mil ($10.000), según lo disponga la autoridad de aplicación.-
Queda prohibido durante quince (15) días anteriores a la fecha fijada para el comicio, la realización de actos inaugurales de obras públicas, el lanzamiento o promoción de planes, proyectos o programas de alcance colectivo y en general, la realización de todo acto de gobierno que pueda promover la captación directa del sufragio a favor de cualquiera de los candidatos a cargos públicos electivos.-

Sin embargo, por mandato de la misma ley provincial 12080, a las elecciones donde también se elijan cargos nacionales, las rige el Código

Electoral Nacional.

Artículo 3: “Para el caso de elecciones a cargos públicos electivos que coincidan simultáneamente en el ámbito nacional, provincial y/o municipal, serán exclusiva y excepcionalmente aplicables las limitaciones temporales dispuestas en la legislación nacional que regula la materia.”

Veamos entonces la ley 19945, Código Nacional Electoral:

Artículo 64 ter. Publicidad en medios de comunicación. Queda prohibida la emisión y publicación de avisos publicitarios en medios televisivos, radiales y gráficos con el fin de promover la captación del sufragio para candidatos a cargos públicos electivos antes de los veinticinco (25) días previos a la fecha fijada para el comicio. La prohibición comprenderá la propaganda paga de las imágenes y de los nombres de los candidatos a cargos electivos nacionales, ejecutivos y legislativos, en los medios masivos de comunicación (televisión, radio e Internet), vía pública, medios gráficos, telefonía móvil y fija, publicidad estática en espectáculos deportivos o de cualquier naturaleza, así como también la publicidad alusiva a los partidos políticos y a sus acciones, antes de los veinticinco (25) días previos a la fecha fijada para el comicio. El juzgado federal con competencia electoral podrá disponer el cese automático del aviso cursado cuando éste estuviese fuera de los tiempos y atribuciones regulados por la ley.

Artículo 64 quater. Publicidad de los actos de gobierno. Durante la campaña electoral, la publicidad de los actos de gobierno no podrá contener elementos que promuevan; expresamente la captación del sufragio a favor de ninguno de los candidatos a cargos públicos electivos nacionales.
Queda prohibido durante los quince (15) días anteriores a la fecha fijada para la celebración de las primarias, abiertas simultáneas y obligatorias y la elección general, la realización de actos inaugurales de obras públicas, el lanzamiento o promoción de planes, proyectos o programas de alcance colectivo y, en general, la realización de todo acto de gobierno que pueda promover la captación del sufragio a favor de cualquiera de los candidatos a cargos públicos electivos nacionales.

La veda electoral es una de esas ficciones que construimos desde el derecho, creyendo que con ellas podemos modificar una realidad que nos tiene cercados.
La idea primigenia era que 48 horas antes del inicio de la elección los votantes tuviesen un poco de silencio para hacer introspección y decidir lo más libremente posible.
La veda no nació con las elecciones, sino en la segunda mitad del siglo XX, porque la veda se explica en la reciente sociedad de medios masivos de comunicación, y en dos preocupaciones:

· La gente es débil y la saturación de mensajes mediáticos la hace actuar acorde a ellos

· Los más poderosos son los que más capacidad de saturación multimedia tienen

Como vemos, dichas presunciones son paternalistas y fervorosas creyentes en el poder de los medios.
Pero la respuesta (la veda) también es ingenua e insuficiente: no podemos al mismo tiempo creer

que la ausencia de propagandas en diarios, radio y televisión evitará la convicción artificial o la influencia de los poderosos.
Como pasa con todas esas ficciones insuficientes, son admitidas por los grupos aparentemente limitados, ya que saben que en la realidad no los perjudican.
Las mismas razones explican las limitaciones para el inicio de la campaña en los medios de comunicación (25 días antes ley 19945, 30 días en la 12080), la limitación en la cantidad de minutos y la asignación estatal de espacios radiales y televisivos.
En definitiva, esas medidas perjudican a los partidos chicos, o nacientes, cuyo cupo es inversamente proporcional a su necesidad de hacerse conocer, y por eso son impulsadas por los legisladores que tienen mayoría en las Cámaras.
La veda no afecta a las operaciones mediáticas que no usan la forma de publicidad, sino que se disfrazan de notas de interés público, o de reporte de actividades de gobierno.
Contra eso intenta interponerse la 'veda

inaugurativa’: se prohíbe que en los últimos 15 días de campaña los gobiernos realicen actos de publicidad de gestión que puedan incidir en la campaña.

Porque al mismo tiempo que es deber republicano hacer conocer lo que hacen los gobiernos (lo bueno pero también lo malo), es ilegítimo utilizar las obras que el gobierno está obligado a hacer como si fueran dádivas estatales.
Sin embargo, como siempre en estas leyes electorales, la redacción es confusa e inconcreta, con lo cual parecería que el único impedido de inauguraciones o anuncios de gestión es el Poder Ejecutivo, y siempre que ello pueda realmente incidir electoralmente (captación directa de sufragio). Así se vuelve nuevamente una norma inaplicable.
Legisladores, oficinas judiciales, asociaciones vinculadas, empresas estatales, no estarían impedidos de actuar exponiendo la gestión de un Ejecutivo que permanece en silencio.
Párrafo aparte merece el uso de las cadenas

nacionales o provinciales de radiodifusión, supuestamente reservadas para graves casos de emergencia (artículo 75, LSCA 26522), y que no deberían utilizarse ni siquiera indirectamente como herramientas proselitistas.
En definitiva, si la intención real fuese impedir que la política intoxique la gestión de gobierno, convirtiendo a la obra pública en un recurso publicitario, hay muchas otras cosas para hacer: limitar las reelecciones, reforzar las estructuras partidarias para que sean los partidos y no los gobernantes quienes sostienen candidatos, establecer controles claros a los recursos que se utilizan en la publicidad electoral, etc.
Mientras tanto, a los ciudadanos nadie puede quitarnos nuestro gran compromiso: pensar, reflexionar, y decidir libremente.