

SENADO DE PUERTO RICO

P. del S. 1029

4 de abril de 2014

Presentado por la señora *Santiago Negrón*

Referido a la Comisión de Gobierno, Eficiencia Gubernamental e Innovación Económica

LEY

Para enmendar el Artículo 12.001 de la Ley Número 78- 2011, según enmendada, conocida como “Código Electoral de Puerto Rico para el Siglo XXI” y el Artículo 19 de la Ley 103 - 2006, conocida como “Ley de Reforma Fiscal”, a los fines de prohibir al gobierno y a las instrumentalidades públicas que incurran en gastos para la compra de tiempo y espacio en los medios de difusión pública con el propósito de exponer sus programas, proyectos, logros, realizaciones, proyecciones o planes.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Los gastos de difusión pública por parte del Gobierno están regulados por la Ley 103 -2006, conocida como “Ley de Reforma Fiscal”. Dicho estatuto contiene una prohibición en cuanto a la erogación de fondos públicos cuyo fin sea promocionar o dar publicidad a la gestión de las agencias, con la salvedad de que tal publicidad encamine un fin público. La definición contenida en la Ley sobre lo que constituye un fin público es tan amplia y ambigua que hace prácticamente inoperante la prohibición dispuesta en dicha Ley. Esta situación ha provocado que por años, el Gobierno destine sumas exorbitantes a gastos de publicidad. Según las partidas del presupuesto 2013-2014, los gastos en publicidad de las agencias de gobierno ascienden a 324 millones de dólares. A pesar de la magnitud del gasto, no hay un ente fiscalizador que pueda auditar el contenido de tal publicidad.

La ineficacia de la “Ley de Reforma Fiscal” queda subsanada, cada año electoral, cuando se activa la disposición del Artículo 12.001 de la Ley 78 - 2011, según enmendada, conocida como “Código Electoral para el Siglo XXI” que convierte a la Comisión Estatal de Elecciones en responsable de determinar si responde a un fin público lo que las agencias, rama legislativa, rama judicial, municipios e instrumentalidades pretenden promocionar.

Es incuestionable que lo que constituye un uso indebido de fondos públicos en año electoral, no se convierte en aceptable por un mero asunto de calendario. Por ello, es de vital importancia extender el efecto de las disposiciones del Artículo 12.001 de la Ley Número 78 del 1 de junio de 2011, según enmendada, conocida como “Código Electoral de Puerto Rico para el Siglo XXI” para restringir la publicación de anuncios a aquellas instancias que se mencionan en la Ley como permisibles y convertir dicho artículo en el único criterio legal a la hora de contemplar la difusión de publicidad por parte del Gobierno. Para ello se enmienda el artículo 19 de la Ley 103-2006, conocida como “Ley de Reforma Fiscal”, con el propósito de que la discreción sobre lo que constituye un fin público para propósitos de publicidad, recaiga en la Junta Examinadora de Anuncios de la Comisión Estatal de Elecciones al aprobar u objetar los anuncios propuestos por las agencias.

Por otra parte, la penalidad dispuesta en el Artículo 12.001, *supra*, actualmente le es de aplicación a la agencia, municipio o instrumentalidad que violente tal estatuto. Tal disposición permite que los verdaderos responsables de la infracción gocen de impunidad. Para lograr consecuencias que realmente constituyan un disuasivo, mediante esta ley, la penalidad le será de aplicación a la persona que violente la prohibición o que actúe en contravención de la determinación de la Junta Examinadora de Anuncios de la Comisión Estatal de Elecciones.

En tiempos de estrechez fiscal y en los que el Gobierno está haciendo un llamado a la austeridad y a los recortes en las distintas ramas de gobierno, resulta necesario que los gastos de publicidad cuyo único fin real es realzar la imagen de la administración sean reducidos dramáticamente para que finalmente se utilicen fondos públicos en lo necesario e indispensable.

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

1 Artículo 1.- Se enmienda el Artículo 12.001 de la Ley Número 78 - 2011, según enmendada,
2 conocida como “Código Electoral de Puerto Rico para el Siglo XXI”, según enmendada para
3 que lea como sigue:

4 “Artículo 12.001- Gastos de Difusión Pública del Gobierno de Puerto Rico

5 **[Durante el año en que se celebre una elección general y hasta el día siguiente a la fecha**
6 **de la celebración de la misma,] [s]Se prohíbe a las agencias del Gobierno, la Asamblea**
7 **Legislativa y a la Rama Judicial de Puerto Rico incurrir en gastos para la compra de tiempo y**

1 espacio en los medios de comunicación y así como para compra y distribución de materiales
2 propagandísticos o promocionales con el propósito de exponer sus programas, proyectos, logros,
3 realizaciones, proyecciones o planes. Se exceptúan de esta disposición aquellos avisos y
4 anuncios de prensa expresamente requeridos por ley; las campañas de la Compañía de Turismo
5 para promoción del turismo interno siempre que no incluyan relaciones de logros de la
6 administración o la corporación ni se destaque la figura de ningún funcionario; así como
7 cualquier notificación o convocatoria para procesos de vistas públicas legislativas o
8 administrativas que se publique y circule sin usar los medios de difusión masiva. Además, se
9 excluyen las notificaciones o convocatorias para procesos de vistas públicas legislativas o
10 administrativas que se publique y circule sin usar los medios de comunicación.

11 Asimismo, se exceptúan de la anterior disposición aquellos anuncios que sean utilizados
12 para difundir información de interés público, urgencia o emergencia, los cuales sólo serán
13 permitidos previa autorización al efecto de la Comisión.

14 Cuando se trate de cualquier mensaje, aviso, anuncio de material informativo, educativo,
15 o para promocionar a Puerto Rico como mercado turístico o destino de inversión económica
16 en campañas publicitarias fuera de la Isla que sea publicado, contratado o emitido por la
17 Compañía de Turismo, o la Compañía de Fomento Industrial, la Comisión tendrá un término
18 de dos (2) días laborables para expresar por escrito su aprobación o reparo al mensaje, aviso o
19 anuncio. El término antes mencionado se contará a partir del momento de la solicitud de
20 autorización a la Comisión y en caso de que el mismo expire sin que la Comisión haya
21 expresado su aprobación o reparo se dará por autorizado el mensaje, aviso o anuncio en
22 cuestión. En caso de que la Comisión exprese reparo a la publicación o emisión del mensaje,
23 aviso o anuncio, el mismo deberá estar debidamente fundamentado. En el caso de los
24 anuncios o avisos que son requeridos por ley, a las agencias del Gobierno, a la Asamblea
25 Legislativa y a la Rama Judicial de Puerto Rico, así como a los municipios, la Comisión

1 tendrá un término de dos (2) días laborables para expresar por escrito su aprobación o reparo,
2 al aviso o anuncio para el cual se solicitó la autorización. El término antes mencionado se
3 contará a partir del momento de la solicitud de autorización a la Comisión, y en caso de que
4 el mismo expire sin que la Comisión haya expresado su aprobación o reparo, se dará por
5 autorizado el mensaje, aviso o anuncio en cuestión; y no será necesaria la emisión de
6 documentos de aprobación por parte de la Junta.

7 Las disposiciones de este artículo no serán de aplicación al cargo de Comisionado
8 Residente, lo que se regirán por lo estatuido en la Ley Federal de Elecciones [2 U.S.C. §](#)
9 [441\(a\) \(1\)\(A\) et seq.](#)

10 La violación de esta sección conllevará **[a la agencia o dependencia gubernamental]** *la*
11 *separación inmediata del cargo* y una multa administrativa de hasta diez mil dólares
12 (\$10,000) **[por la primera infracción y hasta veinticinco mil dólares (\$25,000) por**
13 **infracciones subsiguientes]** *al servidor público que autorice la difusión publicitaria.* Los
14 fondos que se obtengan bajo este concepto, pasarán a formar parte del Fondo Especial para el
15 Financiamiento de los Gastos de Automatización de los Procesos Electorales, según se
16 dispone en el Artículo 3.001 de esta Ley.

17 *Para propósitos de este artículo, la definición de servidor público será aquella contenida*
18 *en la Ley Número 12 del 24 de Julio de 1985, según enmendada, conocida como “Ley de*
19 *Ética Gubernamental”.*

20 Artículo 2.- Se enmienda el Artículo 19 de la de la Ley 103 - 2006, conocida como “Ley de
21 Reforma Fiscal”, para que lea como sigue:

22 “Artículo 19.-Gastos de Difusión Pública del Gobierno

23 **[Se prohíbe a la Rama Ejecutiva y a sus agencias, incurrir en gastos para compra de**
24 **tiempo y espacio en los medios de difusión pública con el propósito de exponer sus**
25 **programas, proyectos, logros, realizaciones, proyecciones o planes. Se exceptúan de lo**

1 anterior, aquellos avisos y anuncios expresamente requeridos y/o autorizados por ley. Se
2 prohíbe a la Rama Legislativa y a la Rama Judicial incurrir en gastos para la compra de
3 tiempo y espacio en los medios de difusión pública con el propósito de exponer sus
4 programas, proyectos, logros, realizaciones, proyecciones o planes. Se exceptúan de lo
5 anterior los costos relacionados con el establecimiento y mantenimiento de las páginas
6 de Internet usualmente establecidas por agencias, tribunales y legislaturas con
7 información sobre la composición y el funcionamiento de sus estructuras y la
8 información sobre servicios, casos o legislación, según aplique, así como cualquier otro
9 modo de información sobre procesos y actividades legislativas e información de interés
10 público. Se exceptúa, además, la compra de tiempo y espacio para la divulgación de
11 calendarios legislativos que no identifique el nombre de ningún funcionario electivo en
12 particular, al igual que la publicación por vía de esquelos o el pago de segmentos
13 adicionales durante la comparecencia del Gobernador ante las Cámaras Legislativas.

14 Asimismo, se exceptúan aquellos anuncios que sean utilizados para difundir
15 información de urgencia, emergencia, salud o de interés público. Para fines de este
16 Artículo, información de interés público es aquella información que:

- 17 (a) Redunda en beneficio de la salud, seguridad, moral y
18 en el bienestar general de todos los ciudadanos;
- 19 (b) está destinada a una actividad de carácter pública o
20 semipública;
- 21 (c) promueve los intereses y objetivos de la entidad
22 gubernamental, en consonancia con sus deberes y
23 funciones o la política pública establecida;

- 1 **(d) promueve programas, servicios, oportunidades y**
2 **derechos, o adelanta causas sociales, cívicas,**
3 **culturales, económicas o deportivas, o**
4 **(e) promueve el establecimiento, modificación o cambio**
5 **de una política gubernamental.]**

6 *Los gastos de publicidad en los que incurra el Gobierno se regirán por lo dispuesto en el*
7 *Artículo 12.001 de la Ley Número 78-2011, según enmendada, conocida como “Código*
8 *Electoral de Puerto Rico para el Siglo XXI”.*

9 En aquellos casos en que cualquiera de las ramas de gobierno o sus instrumentalidades
10 determinen pautar anuncios de televisión de conformidad con los términos establecidos en
11 esta ley, deberán invertir al menos cinco (5) por ciento de las partidas asignadas a estos fines
12 contratando los servicios de las estaciones televisivas de la Corporación de Puerto Rico para
13 la Difusión Pública. Se exceptúa de lo dispuesto en este párrafo los anuncios de televisión
14 pautados por la Compañía de Turismo de Puerto Rico, la Compañía de Fomento Industrial y
15 el Departamento de Hacienda.

16 En ninguna circunstancia será permitido utilizar fondos públicos con el único objetivo de
17 adelantar un fin individual o partidista.”

18 Artículo 3.- Esta Ley comenzará a regir inmediatamente después de su aprobación.