

SENADO DE PUERTO RICO

P. del S. 379

13 de febrero de 2009

Presentado por los señores *García Padilla, Dalmau Santiago* y la señora *Vázquez Nieves*

Referido a las Comisiones de Gobierno; y de Turismo y Cultura

LEY

Para enmendar el Artículo 2 de la Ley Núm. 141 del 29 de abril de 1949, según enmendada, a fin de que las agencias del Gobierno de Puerto Rico pauten los anuncios publicados a través de la televisión únicamente durante la transmisión de programas de producidos localmente.

EXPOSICION DE MOTIVOS

Ante el fenómeno socioeconómico de la globalización, la industria de las comunicaciones ha experimentado una transformación que exige a los participantes de la misma reinventarse continuamente para garantizar actualidad y vigencia. La producción de programas de televisión local en Puerto Rico dejó de ajustarse a la realidad del Siglo XXI. Con la competencia que representa la televisión por Cable, los canales locales enfrentan la realidad de tener que hacer grandes inversiones en producción, distribución y digitalización, entre otros costos, para poder estar a la altura de lo que espera el público puertorriqueño. Esto, a su vez, provoca que la inversión desproporcionada en equipos y soluciones redunde en una asfixia económica del proyecto, que termina muriendo víctima de sus propias deudas.

Resulta importante señalar que las producciones locales no tienen tan solo un significado geográfico, sino además uno fuertemente sociológico. En los grandes medios de comunicación se envía un mensaje del cual la audiencia toma un rol pasivo, mientras que el receptor en una comunidad local se identifica más con el proceso y, por tanto, tiene más elementos de juicio para analizar el mensaje.

En vista de lo anterior, resulta necesario buscar alternativas que hagan viable la producción local de televisión. Así las cosas, se trata de buscar medidas que alleguen recursos a las producciones locales, de manera que la audiencia pueda estar servida sin que se vea alterada la mínima calidad exigida para un medio de difusión tan importante.

Aunque el sector privado es el principal anunciante a través de los medios de comunicación, el Gobierno de Puerto Rico tiene campañas y anuncios que necesitan de publicidad para poder hacerse sentir dentro del campo competitivo de la televisión.

Esta Asamblea Legislativa reconoce la realidad antes reseñada y entiende que en los casos de los anuncios publicados a través de la televisión, las agencias del Gobierno de Puerto Rico deben pautar en los mismos únicamente durante la transmisión de programas de televisión producidos localmente.

DECRETASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

1 Artículo 1.- Se enmienda el Artículo 2 de la Ley Núm. 141 del 29 de abril de 1949, según
2 enmendada, para que se lea como sigue:

3 “Artículo 2.- Publicación de Avisos al Público

4 [(a)] Las agencias del Gobierno de Puerto Rico publicarán sus notificaciones,
5 citaciones, edictos, subastas y demás anuncios a través de la radio, televisión, diarios y revistas
6 en Puerto Rico y exclusivamente con cargo a las partidas y asignaciones que tuvieran para tal
7 fin.

8 (a) Las notificaciones, citaciones, edictos y subastas deberán ser publicados en periódicos de
9 circulación general en Puerto Rico. Dichas publicaciones deberán identificar
10 claramente la agencia gubernamental que promulga los mismos, excepto en anuncios
11 sobre maltrato de menores, violencia doméstica y crimen en que el medio de
12 comunicación sufrague por lo menos el setenta y cinco por ciento (75%) del costo de
13 la difusión del anuncio. En los casos de anuncios relacionados con trámites
14 administrativos, como subastas, avisos y edictos, se prohíbe el uso de fotografías de

1 los Jefes de Agencias y funcionarios, excepto cuando el Gobernador o el funcionario
2 que éste designe autorice la presentación de una figura para enviar un mensaje a la
3 ciudadanía de control, calma o continuidad de servicios. Disponiéndose, sin
4 embargo, que cuando convenga mejor al interés público se publicarán las
5 notificaciones, citaciones, edictos, subastas y demás anuncios de las agencias del
6 Gobierno de Puerto Rico, en Estados Unidos y otros países.

7 (b) Se podrán publicar los avisos a que hace referencia esta sección en periódicos de
8 circulación regional, siempre que se cumpla con los siguientes requisitos:

9 (1) Se haya publicado el aviso de acuerdo a lo dispuesto en el inciso (a)
10 de esta sección;

11 (2) que el periódico regional publique y circule una cantidad mayor de
12 cuarenta mil (40,000) ejemplares;

13 (3) que el asunto a ser publicado esté directamente relacionado con la
14 región donde se pretende la publicación, y

15 (4) que una agencia independiente dedicada a la auditoría de circulación
16 certifique la circulación del periódico regional.

17 *(c) En el caso de los anuncios publicados a través de la televisión, las agencias del*
18 *Gobierno de Puerto Rico pautarán los mismos únicamente durante la transmisión*
19 *de programas de televisión producidos localmente, cuyo contenido sea*
20 *recomendado en su clasificación para público en general. Se entenderá por*
21 *programas de televisión producidos localmente aquellos que cuenten con un*
22 *mínimo de un cincuenta (50) por ciento de talento puertorriqueño mediante*
23 *remuneración económica. Disponiéndose que se entenderá por talento*
24 *puertorriqueño todo aquel artista, músico, literario o productor que:*

- 1 (1) *haya nacido en Puerto Rico o sea hijo de puertorriqueño domiciliado*
2 *en Puerto Rico; o*
- 3 (2) *sea ciudadano de Estados Unidos domiciliado en Puerto Rico; o*
- 4 (3) *sea un extranjero con residencia legal en los Estados Unidos y*
5 *domiciliado en Puerto Rico.*

6 Las disposiciones de este Artículo no serán de aplicación a la publicación de avisos por
7 la Compañía de Turismo, la Administración de Fomento Económico y las corporaciones
8 públicas, en revistas, folletos y otras publicaciones especializadas que circulan principalmente en
9 Puerto Rico o a turistas.”

10 Artículo 2.- Esta Ley entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.