

## ***“Ley de Iniciativa Universitaria en Publicidad Gubernamental”***

Ley Núm. 255 de 13 de agosto de 2008

Para crear la “Ley de Iniciativa Universitaria en Publicidad Gubernamental”, a los fines de otorgar a las Ramas Ejecutiva, Legislativa y Judicial del Gobierno de Puerto Rico, incluyendo sus corporaciones públicas, así como a los municipios, un marco legal específico para establecer protocolos de cooperación en conjunto a los departamentos de publicidad de distintas universidades para el desarrollo de sus campañas de información a los ciudadanos.

### EXPOSICION DE MOTIVOS

Muchas han sido las iniciativas legislativas para tratar de controlar los gastos en pautas publicitarias que realiza el Gobierno en los distintos medios de información masiva, entiéndase radio, prensa, televisión e Internet, entre otros. Así también, es de todos conocidos que la precaria y difícil situación presupuestaria por la que atraviesa nuestro Gobierno reclama identificar estrategias para allegar fondos suficientes a las arcas del Tesoro Estatal, así como disminuir los gastos en aquellos renglones que, dentro del marco de ley vigente, se permita.

Cabe señalar, que recientemente el Departamento de Asuntos al Consumidor, diseminó una campaña de ahorro denominada “La Importancia del Ahorro”, mediante la cual se persigue desalentar el consumerismo como factor principal del endeudamiento personal. Es menester expresar, que apoyamos esta política pública y las iniciativas por parte de organismos gubernamentales como dicho Departamento, que tienen como punto adicional a su favor ser desarrolladas a través de una inversión mínima de recursos gubernamentales. Precisamente, la campaña señalada fue realizada gratuitamente por estudiantes del Departamento de Publicidad Comercial del Recinto de Carolina de la Universidad de Puerto Rico y su profesor el señor Luis Márquez. Como evidencia del profesionalismo de su trabajo, estos estudiantes hicieron una encuesta entre jóvenes de dieciocho a treinta y ocho años, revelando hallazgos que reflejan importantes estadísticas para la economía personal y de las familias en general.

Por lo tanto, reconocemos como finalidad muy legítima los esfuerzos del Gobierno, a través de las Tres Ramas Constitucionales y los Municipios, para informar a los constituyentes de aquellas decisiones, propuestas y servicios, entre otros, que afecten la calidad de vida de los mismos. No obstante, debemos buscar las avenidas e instrumentos para que dichos gastos de publicidad no requieran una cantidad significativa del presupuesto anual de Puerto Rico, sobretodo cuando tomamos en consideración que contamos con los recursos en nuestras universidades y en otros organismos que hacen un trabajo de calidad a dichos fines y proveen un marco adecuado para la transmisión y divulgación de estos mensajes que son necesarios para todos los ciudadanos.

A tono con lo anterior, el propósito principal de esta Ley es enmendar el marco legal vigente a los fines de establecer una Ley Especial que propicie acuerdos de cooperación mutua entre universidades y las Ramas Ejecutiva, Legislativa y Judicial del Gobierno de Puerto Rico, incluyendo sus corporaciones públicas, así como los municipios, que permitan la máxima utilización de los recursos disponibles y que a su vez, incentive la utilización de nuestros jóvenes

universitarios capaces de crear iniciativas impactantes, como lo sería en este caso, la creación de pautas publicitarias en nuestros medios de comunicación. Brindar esta oportunidad a nuestra juventud universitaria significaría para ellos la reivindicación de su talento y su profesionalismo, dentro de las oportunidades de ganar experiencia, que de seguro los ayudará en su desarrollo como profesionales productivos de nuestra sociedad.

*Decrétase por la Asamblea Legislativa de Puerto Rico:*

**Artículo 1. — Título** (18 L.P.R.A. § 1092 nota)

Esta Ley se conocerá como “Ley de Iniciativa Universitaria en Publicidad Gubernamental”.

**Artículo 2. — Política Pública** (18 L.P.R.A. § 1092)

Será política pública del Estado Libre Asociado de Puerto Rico fomentar el desarrollo integral de la juventud puertorriqueña en el área de comunicaciones mediante la creación de esta Ley, que tendrá como propósito fundamental la creación de espacios y oportunidades para que la juventud sea instrumento para la realización de campañas publicitarias en estrecha colaboración y cooperación con las Ramas Ejecutiva, Legislativa y Judicial del Gobierno de Puerto Rico, incluyendo sus corporaciones públicas, así como los municipios, de modo que se maximice y se incentive las capacidades profesionales de nuestros estudiantes universitarios.

**Artículo 3. — Creación** (18 L.P.R.A. § 1093)

Los Presidentes de la Cámara de Representantes y del Senado de Puerto Rico, el Presidente del Tribunal Supremo, en conjunto con la Administración de Tribunales, así como el Gobernador y los Alcaldes en sus respectivos municipios, tomarán todas las provisiones y formularán las directrices necesarias a los fines de que las agencias u organismos gubernamentales, incluyendo las corporaciones públicas y las dependencias o unidades a su cargo, que tengan la intención de iniciar campañas publicitarias masivas, conozcan que cuentan con un marco legal específico para establecer Protocolos de Cooperación con las distintas universidades establecidas y acreditadas en nuestra isla que tengan en su oferta cursos en publicidad.

Dichos Protocolos de Cooperación permitirán la formalización de una estrecha colaboración con el fin primordial de ofrecerles a los estudiantes de publicidad la oportunidad de desarrollar las campañas masivas en los medios de comunicación, entendiéndose prensa, televisión, radio e Internet, entre otros. El marco conceptual para su diseño, implantación y operación, deberá estar acorde y atemperado a las leyes y reglamentos aplicables del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, así como al fin público que revisten estas campañas.

**Artículo 4. — Deberes y Responsabilidades** (18 L.P.R.A. § 1094)

Los Presidentes de la Cámara de Representantes y del Senado de Puerto Rico, el Presidente del Tribunal Supremo, en conjunto con la Administración de Tribunales, así como el Gobernador y los Alcaldes en sus respectivos municipios, tomarán todas las provisiones y formularán las directrices necesarias a los fines de que todos los secretarios, presidentes, directores ejecutivos y coordinadores de agencias y organismos gubernamentales o dependencias o unidades a su cargo, incluyendo las corporaciones públicas, tomen conocimiento de la facultad específica que se autoriza en esta Ley. Una vez informadas e implantadas las directrices necesarias a estos fines, los funcionarios a cargo de estos departamentos, agencias, organismos y dependencias en las distintas ramas del gobierno y los municipios, incluyendo las corporaciones públicas, tendrán los siguientes deberes y responsabilidades de la forma individual que más adelante se menciona:

(a) Tendrán la responsabilidad de identificar, aglutinar, desarrollar e implantar todo el plan de trabajo relacionado con la creación, desarrollo e implantación de esta Ley.

(b) Rendirán a la Oficina del Contralor de Puerto Rico un informe anual sobre la creación y progreso de lo propuesto en esta Ley.

(c) Establecerán e implantarán Protocolos de Cooperación específicos para el desarrollo de la Campaña de Publicidad de la que se trate, cónsono con la política pública establecida en esta Ley, sujeto a que tengan como objetivo un fin público legítimo, según se defina dicho término en el ordenamiento jurídico vigente, y a que delimiten a toda campaña publicitaria que se desarrolle,

1. redunde en beneficio de la salud, la seguridad, la moral y el bienestar general de todos los ciudadanos;
2. esté destinada a una actividad de carácter público o semipúblico;
3. informe sobre los intereses y objetivos de la entidad gubernamental, en consonancia con sus deberes y funciones o la política pública establecida;
4. informe sobre programas, servicios, oportunidades y derechos, o adelanta causas sociales, cívicas, culturales (no religiosas), económicas o deportivas; e
5. informe sobre el establecimiento, modificación o cambio de una política gubernamental.

**Artículo 5. — Consideraciones adicionales** (18 L.P.R.A. § 1095)

Las disposiciones de esta Ley no serán interpretadas de manera que se entienda que:

(a) autorizan quitarle discreción a los profesionales de la comunicación que laboran en las distintas dependencias gubernamentales sobre los recursos a seleccionar, de acuerdo a las necesidades particulares de la agencia u organización a la que sirven; o

(b) que autorizan delegar en las instituciones universitarias la facultad para pautar y comprar espacio y tiempo en los medios de comunicación, excepto en los casos en que dichas instituciones cuenten con el personal especializado, de manera que se pueda capitalizar la inversión por medio de descuentos por volumen negociados entre la dependencia gubernamental que se trate y los medios.

Se autoriza, además, la revisión de todo acuerdo o contrato vigente entre cualquier entidad de las Ramas Ejecutiva, Legislativa y Judicial del Gobierno de Puerto Rico, incluyendo sus corporaciones públicas, así como de los municipios, con el propósito de incluir cláusulas en las que se establezca la discreción de la parte contratante para solicitar servicios a terceros.

### **Artículo 6. — Cláusula de Separabilidad** (18 L.P.R.A. § 1092 nota)

Si cualquier cláusula, párrafo, artículo, inciso o parte de esta Ley, fuere declarada nula o inconstitucional por un tribunal competente, la sentencia a tal efecto dictada no afectará, perjudicará, ni invalidará el resto de esta Ley, incluso ni de los incisos del mismo artículo. El efecto de dicha sentencia quedará limitado a la cláusula, párrafo, artículo, inciso o parte de la misma que así hubiera sido declarada nula o inconstitucional.

### **Artículo 7. — Vigencia**

Esta Ley entrará en vigor sesenta (60) días después de su aprobación.

Nota. Este documento fue compilado por personal de la [Oficina de Gerencia y Presupuesto](#) del Gobierno de Puerto Rico, como un medio de alertar a los usuarios de nuestra Biblioteca de las últimas enmiendas aprobadas para esta Ley. Aunque hemos puesto todo nuestro esfuerzo en la preparación del mismo, este no es una compilación oficial y podría no estar completamente libre de errores inadvertidos; los cuales al ser tomados en conocimiento son corregidos de inmediato. En el mismo se han incorporado todas las enmiendas hechas a la Ley a fin de facilitar su consulta. Para exactitud y precisión, refiérase a los textos originales de dicha ley y a la colección de Leyes de Puerto Rico Anotadas L.P.R.A.. Las anotaciones en letra cursiva y entre corchetes añadidas al texto, no forman parte de la Ley; las mismas solo se incluyen para el caso en que alguna ley fue derogada y ha sido sustituida por otra que está vigente. Los enlaces al Internet solo se dirigen a fuentes gubernamentales. Los enlaces a las leyes enmendatorias pertenecen a la página web de la [Oficina de Servicios Legislativos](#) de la Asamblea Legislativa de Puerto Rico. Los enlaces a las leyes federales pertenecen a la página web de la [US Government Publishing Office GPO](#) de los Estados Unidos de Norteamérica. Los enlaces a los Reglamentos y Ordenes Ejecutivas del Gobernador, pertenecen a la página web del [Departamento de Estado](#) del Gobierno de Puerto Rico. Compilado por la Biblioteca de la Oficina de Gerencia y Presupuesto.

Véase además la [Versión Original de esta Ley](#), tal como fue aprobada por la Legislatura de Puerto Rico.

⇒ ⇒ ⇒ Verifique en la Biblioteca Virtual de OGP la **Última Copia Revisada** (Rev.) para esta compilación.

Ir a: [www.ogp.pr.gov](http://www.ogp.pr.gov) ⇒ Biblioteca Virtual ⇒ Leyes de Referencia—PUBLICIDAD.