Proyecto de Ley N° 7942/2023-CR

CONGRESO de la REPÚBLICA

LUIS ÁNGEL ARAGÓN CARREÑO
Congresista de la República

Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
27 MAYO 2024
RECIBIDO
Firma: Hora: 2:42 pm

PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA LA LEY 28874 LEY QUE REGULA LA PUBLICIDAD ESTATAL, CON EL FIN DE INCLUIR Y AUTORIZAR A LOS PERIODISTAS Y LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN PARA PRESTAR SERVICIOS DE PUBLICIDAD ESTATAL

Los Congresistas de la República integrantes del **Grupo Parlamentario de ACCIÓN POPULAR** que suscriben, a iniciativa del señor Congresista **LUIS ANGEL ARAGÓN CARREÑO,** ejerciendo su derecho de iniciativa legislativa que les confieren los artículos 102 inciso 1) y 107° de la Constitución Política del Perú; y conforme a los artículos 2° y 76° numeral 2 del Reglamento del Congreso de la República, presentan la siguiente iniciativa legislativa:

FORMULA LEGAL

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la siguiente Ley:

LEY QUE MODIFICA LA LEY 28874, LEY QUE REGULA LA PUBLICIDAD ESTATAL, CON EL FIN DE INCLUIR Y AUTORIZAR A LOS PERIODISTAS PROFESIONALES Y LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN PARA PRESTAR SERVICIOS DE PUBLICIDAD ESTATAL

Artículo 1. Objeto de la Ley
La presente ley tiene por objeto modificar la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, **con el fin de incluir y autorizar a periodistas profesionales y licenciados en ciencias de la comunicación que dirigen y trabajan en medios informativos radiales, televisivos y medios digitales, para prestar servicios de publicidad estatal.**

Artículo 2. Modificación del literal b) del artículo 1 y del literal e) del artículo 3 de la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal,

Se modifica el literal b) del artículo 1 y del literal e) del artículo 3 de la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, en los siguientes términos:

> **"Artículo 1. Objetivos de la Ley**
>
> **Son objetivos de la Ley:**
>
> **(...)**

b) Establecer los criterios generales para el uso de los recursos de las instancias de Gobierno Nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad en prensa escrita, radio, televisión, y periodistas profesionales **y los licenciados en Ciencias de la Comunicación, que dirigen y trabajan en los informativos radiales televisivos y medios digitales debidamente colegiados y habilitados en sus colegios profesionales respectivos."**

"Artículo 3.- Requisitos

Bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

[...]

e) Las entidades del Estado que contraten con los medios de comunicación privados, respecto de la radio, televisión y **Periodistas Profesionales y Licenciados en Ciencias de la Comunicación, que dirigen y trabajan en los informativos radiales, televisivos y medios digitales,** deben contratar a aquellos medios que operen en los distritos, provincias y regiones con una programación distribuida de la siguiente manera:

[...]"

Artículo 3. Incorporación de la Quinta Disposición Complementaria Final a la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.

Se incorpora la Quinta Disposición Complementaria Final en la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, en los siguientes términos:

"DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

[...]

QUINTA. - Considérese en el Reglamento de los Requisitos para la Autorización de Realización de Publicidad Estatal establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N° 31515, aprobado mediante Decreto Supremo Nº 064-2023-PCM **a los Periodistas Profesionales y Licenciados en Ciencias de la Comunicación que dirigen y trabajan en los informativos radiales, televisivos y medios digitales, debidamente colegiados y habilitados en sus colegios profesionales respectivos, para la publicidad estatal."**

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: ESPINOZA VARGAS Jhaec Darwin FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 27/05/2024 12:54:56-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: ARAGON CARREÑO Luis Angel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 15/05/2024 16:20:17-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: FLORES ANCACHI Jorge Luis FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 27/05/2024 12:50:08-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: SOTO PALACIOS Wilson FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 16/05/2024 15:49:58-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: DOROTEO CARBAJO Raul Felipe FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 20/05/2024 17:03:20-0500

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTACIÓN

1. ANTECEDENTES

Mediante la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión; así como, fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión.

El artículo 1. de la Ley N° 28874, respecto a los objetivos, establecen los criterios generales para el uso de los recursos de las instancias de Gobierno Nacional, gobierno regional y gobierno local, que destinarán al rubro de publicidad en prensa escrita, radio y televisión y fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contracción de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión.

En el artículo 3 de la Ley N° 31515, Ley que modifica la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, se modifica, entre otros, los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal, disponiéndose en su literal e) que las entidades del Estado que contraten con los medios de comunicación privados, respecto de la radio y televisión deben contratar a aquellos medios que operen en los distritos, provincias y regiones.

2. LA IMPORTANCIA DEL COLEGIO DE PERIODISTAS DEL PERÚ EN LA LEY DE LA PUBLICIDAD ESTATAL.

Con la promulgación de la Ley de Profesionalización N° 15630, durante el gobierno del Presidente Fernando Belaúnde Terry, en 1965, se da el primer paso para la posterior fundación del Colegio de Periodistas del Perú (CPP).

Es así que el 1° de octubre del año 1980, nace como entidad deontológica el Colegio de Periodistas del Perú por la Ley de la República N° 23221, durante el segundo gobierno del Presidente de la República, Arquitecto Fernando Belaúnde Terry, teniendo como grandes impulsores a la Federación de Periodistas del Perú (FPP) y la Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP).

En la Ley No 23221, se dispone explícitamente que la colegiación es un requisito indispensable para el ejercicio periodístico. Sin embargo, luego se hace referencia del Inciso 4 del Artículo 2 de la Constitución Política del Perú, vigente en el año 1979, que establecía el derecho de todos los ciudadanos, sin distinción alguna, a ejercer el derecho a la información. Por lo tanto, dicha

restricción fue únicamente escrita y no aplicable en la práctica, sólo dada para apaciguar el pedido de algunos periodistas colegiados.

El Colegio de Periodistas del Perú agrupa a los Profesionales del Periodismo y de las Ciencias de la Comunicación, con el objetivo de representarlos, defendiendo sus deberes y derechos, así como también velar por el debido ejercicio de la profesión.

La carrera de Ciencias de la comunicación le brinda al alumno una versatilidad de conocimientos de diferentes índoles. El alumno se recibe con un bagaje cultural importante y un análisis de la comunicación de la sociedad que puede servirle para desarrollarse tanto en la vida como en el ámbito laboral. Además, se puede trabajar tanto de manera dependiente como independiente, realizando un proyecto propio y free lance.

3. LA PUBLICIDAD ESTATAL

Es la información que las entidades públicas difunden con fondos y recursos públicos en medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) a través de mensajes orientados a promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del ambiente, el pago de impuestos, entre otros, así como la difusión de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias, según lo define el literal m. del artículo 3. Definiciones del Reglamento de los Requisitos para la Autorización de Realización de Publicidad Estatal establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N° 31515.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En las diferentes circunscripciones del territorio nacional, especialmente en distritos, provincias y departamentos, a excepción de la Ciudad Metropolitana de Lima u otras grandes ciudades del país, son pocos los medios de comunicación radial o televisivo que prestan servicios, por lo que los periodistas a la fecha tienen la necesidad de prestar sus servicios profesionales para ser parte de la publicidad estatal, porque no están considerados dentro de los medios de comunicación que establece la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal y su modificatoria mediante Ley N° 31515, que solo lo considera a la prensa escrita, radio y televisión.

Los Periodistas y Licenciados en Ciencias de la Comunicación que dirigen y trabajan en los informativos radiales, televisivos y medios digitales, debidamente habilitados y colegiados, dentro del ejercicio profesional, cuentan con la formación correspondiente para poder brindar un servicio profesional dentro de la Ley de la Publicidad Estatal.

II. EFECTO DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

El presente proyecto de ley propone incorporar a los periodistas debidamente formalizados y habilitados que cumplen con las condiciones para prestar sus servicios profesionales a las entidades del estado en el marco de la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.

Para tal fin, tiene por objeto disponer la inclusión de los Periodistas Profesionales y Licenciados en Ciencias de la Comunicación para la contratación de servicios de publicidad estatal, modificando el literal b) del artículo 1 y el literal e) del Artículo 3 de la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, modificado por la Ley N° 31515.

Finalmente, esta propuesta no colisiona con el ordenamiento jurídico constitucional y legal del Estado.

III. ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

El presente proyecto de ley no representa mayores gastos al Estado, puesto que la publicidad estatal está debidamente presupuestado y en la aplicación de las modificaciones que se proponen no se afectarán a los medios de comunicación radial y televisiva que seguirán contratando y con mayor garantía con los Periodistas Profesionales y Licenciados en Ciencias de la Comunicación colegiados debidamente formalizados y habilitados. Al contrario, habrá mayor regulación en lo que a la utilización de los fondos estatales en estas contrataciones se refiere.

El beneficio para la difusión de la publicidad estatal será más efectivo, ya que su alcance será mayor en el número de personas (público objetivo) expresados en porcentaje y/o miles que reciben el mensaje difundido en un medio de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) durante una campaña publicitaria.

IV. VINCULACIÓN CON LA AGENDA LEGISLATIVA SOBRE LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

El presente Proyecto de Ley se enmarca en la Agenda Legislativa para el Período Anual de Sesiones 2023-2024.

Del Acuerdo Nacional que trata en su punto IV. lo del **ESTADO EFICIENTE, TRANSPARENTE Y DESCENTRALIZADO Y ENMARCADO EN EL NUMERAL 29. SOBRE EL ACCESO A LA INFORMACIÓN, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LIBERTAD DE PRENSA**, como Políticas de Estado.

Justamente, la participación de los Periodistas Profesionales y Licenciados en Ciencias de la Comunicación que dirigen y trabajan en los informativos radiales, televisivos y medios digitales, debidamente formalizados y habilitados, es una

Política de Estado, porque se dará mayor acceso a la información, a la libertad de expresión y a la libertad de prensa, en una convivencia sana con los medios de comunicación radial o televisiva, con quienes se contratarán entre empresas y medios informativos formalizados, amos con Registro Único de Contribuyentes (RUC) y Registro Nacional de Proveedores (RNP) y cautelándose debidamente las arcas del Estado, con una difusión de la publicidad estatal con mayor alcance al público objetivo.

Lima, 15 de mayo de 2024.

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: VERGARA MENDOZA Elvis Heman FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 15/05/2024 16:51:17-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: VERGARA MENDOZA Elvis Heman FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 15/05/2024 16:52:36-0500