

**COMISIÓN DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES**  
Periodo Anual de Sesiones 2018-2019  
**Segunda Legislatura**

**ACTA DE LA DÉCIMA OCTAVA SESIÓN ORDINARIA**  
9 de abril de 2019

**NO HUBO ACUERDOS.**

Siendo las nueve horas con seis minutos del martes 9 de abril de 2019, en la sala "Francisco Bolognesi", Palacio Legislativo del Congreso de la República, actuando como **Presidente** de la Comisión de Transportes y Comunicaciones el señor congresista **Monterola Abregu, Wuilian** (FP) y no contando con el quórum reglamentario se dio inicio a una sesión informativa<sup>1</sup> de la Comisión, contándose con la asistencia de los señores congresistas titulares: **Eliás Avalos, Miguel** (FP); **Narváez Soto, Ricardo** (APP) y **Aguilar Montenegro, Wilmer** (FP).

Con la licencia del señor congresista **Ventura Angel, Roy** (FP) y la suspensión del congresista **Moisés Mamaní Choquehuanca** (FP).

En esta estación el señor **Presidente** suspende la sesión para recibir a los invitados a la sesión de la fecha.

**APORTES FINALES AL BORRADOR DEL TEXTO DE LA FÓRMULA LEGAL DE LOS PROYECTOS DE LEY: 3107/2017-CR; 3109/2017-CR; 3142/2017-CR; Y, 3223/2018-CR, QUE PROPONEN LA "LEY QUE REGULA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y PUBLICIDAD DEL ESTADO" DEL CONSEJO DE LA PRENSA PERUANA.**

El señor **Presidente** dio la bienvenida al señor **Bernardo Roca Rey Miro Quesada**, Presidente del Consejo Directivo del Consejo de la Prensa Peruana, quien manifestó lo siguiente:

*[En esta estación se incorpora a la sesión el señor congresista titular **Del Aguila Herrera, Edmundo** (AP)].*

- Los objetivos que persiguen son: 1) el derecho de los ciudadanos a estar bien informados (que es la razón principal). Este derecho tiene dos aspectos, una con la noticia y otra con la parte publicitaria. La información comercial (publicitaria) termina siendo tan importante como la información del día (noticias).
- En el artículo 1 proponen incorporar que el mecanismo de fiscalización debe ser la más adecuada.
- Respecto a los principios consideran que algunos deben ser reformulados, debe considerarse el interés público, la transparencia y la rendición de cuentas, no discriminación. Por otro lado, consideran que el principio de cobertura debe ser reemplazado por uno de "idoneidad en la cobertura" a fin de garantizar el acceso y la adecuada difusión de la información de acuerdo al propósito y características de cada campaña.
- Consideran que la definición de la publicidad estatal debería ser sencilla, la misma que debe incluir a todos los medios empleados por el Estado para comunicarse con la ciudadanía, incluyendo los medios digitales, redes sociales, plataformas "online", la publicidad exterior, los BTL, entre otros.

<sup>1</sup> Se dio inicio a la Décima Octava Sesión Ordinaria de la Comisión a las 09:15 horas, con el quórum reglamentario.

[En esta estación se incorporan a la sesión los señores congresistas titulares **Castro Bravo, Jorge (NA)**; **León Romero, Luciana (CPA)** y el señor congresista accesitario **Trujillo Zegarra, Gilmer (FP)** (congresista accesitario en reemplazo de **Ventura Ángel, Roy**)].

- Respecto a los requisitos de contratación de la publicidad estatal precisa que estos no deben constituirse en barreras, ni impidan cumplir con sus objetivos, que son: garantizar el derecho a la información y cuidar el buen uso de los recursos públicos.
- Sobre las centrales de medios, es evidente que deben intervenir cuando se realicen campañas a nivel nacional, sin embargo, en lugares específicos no deberían considerarse, no son necesarios.
- En relación a la participación de los medios de comunicación estatales, precisa que la publicidad estatal debe ser contratada sobre la base de los principios de eficiencia, idoneidad en la cobertura, no discriminación e interés público. Por estos motivos, tanto los medios de comunicación públicos, como los privados, los comerciales, los comunitarios deben poder ser elegidos en igualdad de condiciones. Proponen que el artículo 7 debería ser eliminado.
- Respecto a las prohibiciones generales, sugieren incluir en dicho artículo una excepción para que las entidades públicas puedan contratar a medios que no cuenten con autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones en aquellos lugares donde no existen medios formales.
- Sobre los criterios de selección de medios, la ley debería señalar que la contratación de agencias de medios sea facultativa, considerando que los instrumentos y criterios técnicos detallados en el artículo 10 deben ser tomados en cuenta no solo por las referidas agencias de medios, en caso de ser contratadas, sino también por las propias entidades públicas que opten por contratar directamente a los medios de comunicación. Asimismo, el listado de instrumentos y criterios técnicos omiten aquellos otros que sirven para medir a medios o formatos como la publicidad exterior. En ese sentido, proponen incluir en el artículo 9 criterios como la ubicación, audiencia y características de la publicidad exterior.
- Finalmente, respecto al pago por el servicio de publicidad estatal, consideran que la norma debe especificar un plazo para que la entidad contratante emita el referido informe, así como señalar un plazo razonable para que el proveedor pueda sustentar las observaciones que surgieran.
- Hizo entrega a la Presidencia un documento con las recomendaciones y observaciones al borrador de la fórmula legal propuesta.

El señor **Presidente** agradeció la intervención del señor **Bernardo Roca Rey Miro Quesada**, Presidente del Consejo Directivo del Consejo de la Prensa Peruana.

< En esta estación el señor **Presidente** dio la bienvenida a los señores congresistas **Castro Bravo, Jorge (NA)**; **León Romero, Luciana (CPA)** y el señor congresista accesitario **Trujillo Zegarra, Gilmer (FP)** e informó que, contando con el quórum reglamentario, siendo **las nueve horas con quince minutos**, se da inicio a la **Décima Octava Sesión Ordinaria** de la Comisión de Transportes y Comunicaciones, continuando con la agenda de la sesión.

#### **APROBACIÓN DE ACTAS:**

El señor **Presidente** informó que se había remitido electrónicamente a los señores congresistas el acta que fuera dispensada de su trámite de aprobación, para ejecutar acuerdos, y que se requería cumplir con la formalidad de aprobar el **acta de la Décima Séptima Ordinaria**, sometiendo al voto, siendo aprobado por **UNANIMIDAD** con los votos de los señores congresistas presentes.

## DESPACHO:

El señor **Presidente** informó que se había remitido a los despachos congresales, en forma electrónica, la agenda documentada incluyendo la relación sumillada de los documentos recibidos y remitidos por la Comisión.

Asimismo, se dio cuenta de los siguientes proyectos de ley que habían ingresado a la Comisión: a) **Proyecto de Ley 4101/2018-CR**, mediante el cual se propone la "Ley que modifica el Decreto Ley 22467, que exonera del pago de peaje a vehículos militares de las Fuerzas Armadas" y b) **Proyecto de Ley 4102/2018-CR**, mediante el cual se propone la "Ley que modifica la Ley 27336, Ley de desarrollo de las funciones y facultades del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL". Al respecto, se informó que se habían elaborado los informes de admisibilidad, solicitando las opiniones correspondientes.

*[En esta estación se incorpora a la sesión la señora congresista titular **Schaefer Cuculiza, Karla (FP)**].*

## INFORMES - PEDIDOS:

- El señor congresista **Elías Avalos, Miguel (FP)** informó que el viernes último había sido invitado el ministro de Transportes y Comunicaciones a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, para dar cuenta de las acciones realizadas por dicho ministerio sobre el siniestro ocurrido en Fiori. Al respecto, reconoció la decisión de realizar una "purga" en dicho sector por las deficiencias encontrada.
- El señor congresista **Aguilar Montenegro, Wilmer (FP)** invitó al Pleno de la Comisión para participar de la reunión que realizaría el viernes 12 en el ministerio de Transportes y Comunicaciones, para tratar temas de infraestructura vial de Cajamarca, con la presencia de las autoridades locales y representantes de la sociedad civil.
- El señor congresista **Narváez Soto, Ricardo (APP)** manifestó su preocupación lo que viene ocurriendo en la región Ancash, en la zona de Conchucos, debido a las intensas lluvias que se vienen presentando, afectando la infraestructura vial en varias zonas. Al respecto solicitó que el ministerio de Transportes y Comunicaciones actúen cuanto antes en las zonas afectadas.
- El señor **Presidente** informó que ya había sido instalada el viernes último la Mesa de Trabajo Interinstitucional "Evaluación de la problemática de los terminales terrestres informales para identificar los vacíos legales que permiten su funcionamiento; así como, para evitar y sancionar el maltrato físico y verbal a los inspectores de la SUTRAN". Asimismo, que se había realizado una visita de inspección al terminal terrestre "Marco Polo".
- El señor congresista **Trujillo Zegarra, Gilmer (FP)** informó que autoridades locales de la región La Libertad se encontraban en la ciudad de Lima para reunirse con el Primer Ministro y el ministro de Transportes y Comunicaciones para tratar temas de infraestructura vial de dicha región. Al respecto, manifestó su preocupación que la empresa "Obrainsa" habría abandonado las obras que tienen a su cargo. Al respecto, requirió que la Comisión solicite al Ministerio de Transportes y Comunicaciones información detallada de lo que viene ocurriendo y las acciones realizadas por dicho ministerio para la culminación de la obra en los plazos establecidos.

- La señora congresista **Schaefer Cuculiza, Karla** (FP) solicitó a los representantes de los medios de comunicación a tener más seriedad en sus publicaciones, porque se había publicado (Canal N) que su persona apoyaba a los informales, rechazando tal publicación. Solicitó a dicho medio su rectificación.

*[En esta estación se incorpora a la sesión el señor congresista titular **Flores Vilchez, Clemente** (PPK)].*

- La señora congresista **León Romero, Luciana** (CPA) mostró su preocupación por las declaraciones vertidas por el ministro de Transportes y Comunicaciones en un medio escrito y publicada el fin de semana último. Al respecto, solicitó se cite al ministro de Transportes y Comunicaciones para que informe sobre las acciones realizadas respecto a la informalidad existente en el transporte, para evitar siniestros como la ocurrida, sobre la educación vial y cuáles son las políticas a implementar para dar solución a los problemas expuestos.

*[En esta estación se incorporan a la sesión los señores congresistas titulares **Aramayo Gaona Alejandra** (FP); **Guía Pianto, Moisés** (PPK); **Castro Bravo, Jorge** (FA); **Martorell Sobero, Guillermo** (FP); **Tucto Castillo, Rogelio** (FA) y el señor congresista accesitario **Villanueva Mercado, Armando** (AP)].*

- La señora congresista **Aramayo Gaona Alejandra** (FP) apoyó lo solicitado por la congresista **León Romero, Luciana** (CPA). Manifestó que la entrevista publicada el fin de semana último revela que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones no ha avanzado nada en esta gestión, no se dispone de un modelo para implementar un terminal terrestre, no existe una gestión de rutas, de paraderos lo que generaría muertes en el país. Solicitó que se amplíe la agenda para que se convoque al ministro de Transportes y Comunicaciones para que informe al respecto.
- El señor congresista **Flores Vilchez, Clemente** (PPK) invocó al Pleno de la Comisión a participar activamente de la Mesa de Trabajo Interinstitucional, especialmente en las visitas de inspección que se viene realizando a los terminales informales. Cuestionó la decisión del alcalde de la Municipalidad de San Martín de Porres en clausurar un terminal terrestre que cuenta con la infraestructura adecuada, lo que motivó que los buses se trasladen a las calles. Refirió que el bus siniestrado es un bus nuevo, del año 2017. Señaló que el ministerio de Transportes y Comunicaciones tiene el compromiso de resolver los problemas expuestos. La señora congresista **Schaefer Cuculiza, Karla** (FP) ratificó lo señalado por el congresista Flores.

• El señor congresista **Eliás Avalos, Miguel** (FP) informó que enviaría a la Comisión el informe final de las investigaciones del siniestro, que concluyen que se originó debido a un corto circuito.

• El señor congresista **Aguilar Montenegro, Wilmer** (FP) recomendó que los esfuerzos que vienen realizando las diferentes comisiones puedan integrarse en la Mesa de Trabajo Interinstitucional implementado por la Comisión de Transportes y Comunicaciones.

• El señor congresista **Castro Bravo, Jorge** (NA) refirió que si en la Mesa de Trabajo de la Comisión no participa el Ministro de Transportes y Comunicaciones no se obtendrán los resultados esperados, porque es el órgano rector del sector. Cuestionó que no exista una política de Estado para afrontar las necesidades respecto a la infraestructura vial, específicamente en los relacionado a los terminales terrestres adecuados.

- La señora congresista **Aramayo Gaona Alejandra** (FP) invitó al Pleno de la Comisión para que participe de la reunión que sostendría el miércoles 10 con el Alcalde de la Municipalidad de Lima Metropolitana, con el objeto de hacerle entrega de las propuestas del Congreso respecto a mejora del sector transporte.
- El señor congresista **Martorell Sobero, Guillermo** (FP) manifestó que los peruanos no están acostumbrados a respetar las normas, que una muestra de ello es la economía que tiene un 75% de informalidad. La informalidad se origina porque no se respetan las normas. Puso como ejemplo lo ocurrido con la implementación del uso del cinturón de seguridad en los vehículos. Concluyó señalando que falta articular el trabajo de las instituciones que tienen que ver con el sector transporte. Que este trabajo debería realizarse en la Mesa de Trabajo Interinstitucional.
- El señor congresista **Narváez Soto, Ricardo** (APP) solicitó que se continúe el desarrollo de la sesión por respeto a los invitados.
- El señor congresista **Tucto Castillo, Rogelio** (FA) en la semana de representación había visitado en Huánuco las oficinas del SUTRAN, al respecto informó que el responsable de dicha oficina había hecho una denuncia (sobre cobro de cupos) a la Jefa de la SUTRAN sobre los inspectores, debido a que estos "dejaban pasar muchas cosas" (faros rotos, cantidad de choferes, pasajeros formales, entre otros). Solicitó sobre el caso expuesto se cite a la Superintendente de SUTRAN y a la jefa de la SUTRAN de Huánuco.
- El señor congresista **Del Aguila Herrera, Edmundo** (AP) se adhirió al pedido presentado por la señora congresista **León Romero, Luciana** (CPA). Respecto a la licencia otorgada al terminal Marco Polo señaló que sólo autorizaba el funcionamiento de la empresa de transporte "Flores" y no a las 60 empresas de transportes, situación que habría sido originado por el grupo "Flores", originando los problemas de informalidad. Que, la municipalidad le habría solicitado un estudio de impacto vehicular a la empresa "Flores" para que puedan seguir operando las demás empresas.

Concluido las intervenciones de los señores congresistas, el señor **Presidente** manifestó que se continuaría con la agenda de la Sesión.

#### ORDEN DEL DÍA:

**APORTES FINALES AL BORRADOR DEL TEXTO DE LA FÓRMULA LEGAL DE LOS PROYECTOS DE LEY: 3107/2017-CR; 3109/2017-CR; 3142/2017-CR; Y, 3223/2018-CR, QUE PROPONEN LA "LEY QUE REGULA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y PUBLICIDAD DEL ESTADO" DE LA SOCIEDAD NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.**

El señor **Presidente** dio la bienvenida al señor **Jorge Baca Álvarez Marroquín**, Director Ejecutivo de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión, y le concedió el uso de la palabra, quien manifestó lo siguiente:

- Respecto al artículo 3, proponen la inclusión del numeral 3.3, "exclúyase también a los alcances de la presente ley la publicidad comercial que realizan las entidades públicas de derecho privado, para promover la adquisición o contratación de sus productos o servicios. Este tipo de publicidad se rige por la ley de represión de la competencia desleal". Puso como ejemplo a las cajas de ahorro, universidades, entre otros. La presente ley solo debería regular la publicidad institucional.
- En relación al artículo 4, de los principios de la publicidad estatal, proponen una modificación del principio del literal d, referido a la cobertura, "idoneidad de cobertura, las acciones, actividades, programas, proyectos y otras necesidades comunicacionales se realizan mediante los mecanismos y medios necesarios para alcanzar el máximo

- nivel de cobertura, persuasión y efectividad que el público al cual se dirige, de acuerdo al nivel que se realizan, sea este local, regional o nacional". Además, proponen incluir en este artículo tres principios: 1) transparencia, 2) no discriminación y 3) interés público.
- Sobre el artículo 7, proponen se elimine, en concordancia con las propuestas preliminares. La publicidad persigue una finalidad de información y comunicación, en ese sentido la contratación de los medios de comunicación debe efectuarse bajo criterios objetivos, garantizando que la publicidad llegue a la mayor cantidad de personas y de la manera más adecuada, tomando en cuenta que el producto o servicio se está brindando. Es contrario al principio de no discriminación lo señalado en los numerales 7.1 y 7.2, del artículo 7. El artículo 7 establece una preferencia en el medio público sobre el privado, la transparencia y la no discriminación supone una igualdad de condiciones para todos.
  - Respecto al artículo 5, proponen la modificación del título, que solo se refiera a la publicidad institucional.
  - En relación al artículo 6, numeral 6.2, recomiendan que la obligatoriedad de la contratación de una central de medios se determine por criterios objetivos, como, por ejemplo, cobertura nacional o monto de inversión. Además, debe incluirse una indicación, que estos requisitos deberían exceptuarse en situaciones excepcionales, tales como en los casos de desastres, emergencias, crisis sanitarias o médicas, esto sin perjuicio de emitirse un informe técnico – legal que comprenda los mencionados requisitos, además, de la justificación de la excepción. Para un gobierno regional no aplica la contratación de una central de medios.

**APORTES FINALES AL BORRADOR DEL TEXTO DE LA FÓRMULA LEGAL DE LOS PROYECTOS DE LEY: 3107/2017-CR; 3109/2017-CR; 3142/2017-CR; Y, 3223/2018-CR, QUE PROPONEN LA "LEY QUE REGULA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y PUBLICIDAD DEL ESTADO" DE LA ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE MEDIOS.**

El señor **Presidente** dio la bienvenida al señor **Francis Allison Oyague**, representante de la Asociación de Agencias de Medios, y le concedió el uso de la palabra, quien manifestó lo siguiente:

*[En esta estación se incorpora a la sesión el señor congresistas **Ochoa Pezo, Édgar (NP)**].*

- Señaló que los intereses de las agencias de medios van de la mano con los intereses del Estado Peruano y de todos los peruanos.
- Que, la finalidad de la publicidad estatal es diferente a la de la publicidad comercial. La comercial busca captar clientes (usuarios o consumidores de servicios) mientras que la estatal busca el bienestar común.
- Quien se encarga de que la cobertura sea la adecuada de cada campaña publicitaria, del público objetivo a donde se quiere llegar, justamente son las agencias de medios, que, de manera objetiva, en base a estudios, determinan cuáles son los medios de comunicación que deben ser subcontratados en cada campaña para llegar al público objetivo que debe llegar la comunicación que pretende hacer el Estado.
- La publicidad estatal, de no existir los mecanismos de fiscalización, podría significar una especie de premio o castigo para los medios de comunicación, en función de si se alinean o no con el discurso del gobierno de turno, lo que podría significar una alteración de las reglas de juego del "fair play" democrático.
- Las agencias de medios es el único mecanismo mediante el cual se puede asegurar que el Estado contrate a los medios de comunicación de maneja objetiva y no política.
- Para que se puedan cumplir los principios de eficiencia y transparencia es vital la presencia e intervención de las agencias de medios. Se muestran de acuerdo con las excepciones en los casos de emergencia, en el caso de montos bajos de publicidad, como las que administran los gobiernos locales.

- Les preocupa el artículo que prohíbe el pago de comisiones a las centrales de medios, esto debido a que este monto es el pago de los servicios que reciben las centrales de medios, no se trata de una comisión por ser un "simple intermediario", sino es el pago a todo lo que se invierte profesionalmente, como el de monitorear las campañas, que son realizadas por otras empresas, para saber si los espacios contratados se han cumplido.
- Puso como ejemplo la última campaña electoral. Señaló que ONPE gastó 20 millones de soles, la agencia de medios que se encargó de gestionar esta inversión cobró menos de 2 mil soles a la ONPE. Se cobró este monto porque cobraría la comisión a los medios de comunicación, que iban a recibir la publicidad.
- En la práctica, eliminar el pago de comisiones significaría encarecer el costo de la publicidad estatal, que iría en contra del principio de eficiencia.
- Si ni hubiera existido el pago de comisiones la publicidad de ONPE le hubiera costado al Estado "varios millones más". Que no les preocupa la regulación, pero sí la prohibición. Lo que significaría que se incremente el presupuesto o reducir la "tanda" publicitaria, consecuentemente "el mensaje hubiera llegado a menos peruanos".
- El pago de comisiones se da entre privados y está sujeto a las reglas del mercado, incluso algún medio podría negarse a pagar, que está sujeto a negociación.
- Les preocupa "las agencias de maletín", situación que está ajeno a la asociación que representa.
- Históricamente está demostrado que el Estado ha pagado más en la publicidad cuando no intervenían las agencias de medios. El año 2018 el 52% fue lo gastado en publicidad sin agencia de medios y que sólo en el 48% han intervenido las agencias de medios. En ambos casos los medios de comunicación cobraron "exactamente igual al Estado", cuando hubo o no hubo las agencias de medios, concluyendo que la presencia de estos no encarecería los costos en la publicidad estatal. Las entidades "más serias" del Estado han optado por las agencias de medios.
- Rechaza las afirmaciones que las agencias de medios estarían cobrando doble. Las agencias cobran montos simbólicos al Estado, porque acceden a estos contratos mediante contrataciones directas, cobrando a los medios de comunicación que se elija los costos de sus servicios.
- Si una agencia de medios destina el dinero del Estado de manera injustificada a cualquier medio de comunicación estaría cometiendo un delito, según la norma de "corrupción entre privados".
- En respuesta a las preguntas de los señores congresistas **Elías Avalos, Miguel (FP) y Ochoa Pezo, Édgar (NP)** afirmó que las agencias de medios cobran por sus servicios a los medios de comunicación alrededor del 15%, la misma que está sujeto a las reglas del mercado, monto que, de eliminarse, se estaría trasladando a los costos de la publicidad para el Estado.

**APORTES FINALES AL BORRADOR DEL TEXTO DE LA FÓRMULA LEGAL DE LOS PROYECTOS DE LEY: 3107/2017-CR; 3109/2017-CR; 3142/2017-CR; Y, 3223/2018-CR, QUE PROPONEN LA "LEY QUE REGULA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y PUBLICIDAD DEL ESTADO" DE LA COORDINADORA DE MEDIOS LOCALES DEL PERÚ.**

El señor **Presidente** dio la bienvenida al señor **Edgar Guevara Soto**, Director Coordinadora de Medios Locales del Perú, quien manifestó lo siguiente:

- Los radiodifusores de las provincias del Perú se sienten los menos favorecidos por el Estado.
- En el Perú existen alrededor de 7,000 medios de comunicación, de radio y televisión, siendo mayoritariamente regionales y locales. Pocas veces se les presta atención a estos medios, de las provincias y de los distritos.

- La Coordinadora de Medios Locales del Perú viene trabajando con alrededor de 800 medios locales, de radio y televisión.
- La primera deficiencia es que, de cada S/ 1000 soles que les correspondería recibir a los medios locales por la publicidad estatal sólo les llega entre el 20% y 30%, la diferencia se queda como "comisiones", para los intermediarios.
- La segunda deficiencia es que la publicidad se difunde en lugares donde no es el público objetivo, resultando ineficiente la publicidad.
- Solicitan transparencia en la distribución de la publicidad, para que no sea asignado solo a un grupo de medios de comunicación. Que todos los medios de comunicación, sin excepción, tengan la opción de poder contratar con el Estado. La publicidad estatal se está contratando sólo entre 200 y 300 empresas, dejando de lado al alrededor de 6,800 medios.
- Solicita que los medios de comunicación de provincias sean visibles al igual que los medios de comunicación de Lima, para poder contratar con el Estado para la publicidad estatal.
- Solicitan la eliminación del artículo 7, porque podría llevar a confusión en la contratación a los medios de comunicación del Estado.

**APORTES FINALES AL BORRADOR DEL TEXTO DE LA FÓRMULA LEGAL DE LOS PROYECTOS DE LEY: 3107/2017-CR; 3109/2017-CR; 3142/2017-CR; Y, 3223/2018-CR, QUE PROPONEN LA "LEY QUE REGULA LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y PUBLICIDAD DEL ESTADO" DE LA ASOCIACIÓN DE LICENCIATARIOS DE SEÑAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE SAN MARTÍN.**

El señor **Presidente** dio la bienvenida a la señora **Cynthia Ramírez Santillana**, Presidente de la Asociación de Licenciarios de Señal de Radio y Televisión de San Martín, quien manifestó lo siguiente:

- Viene en representación de los empresarios de los medios de comunicación de provincias, a los que por muchos años la normativa legal los había dejado de lado, que los había abandonado. Que nunca se les había escuchado. Que sus representados nunca recibieron publicidad estatal.
- Se mostró de acuerdo con el requisito de que sólo se contrate con medios de comunicación que tengan licencia, porque hay muchos que sin tener un medio de comunicación contrata con el Estado.
- Respecto a los centrales de medios, mencionó que en su región le querían cobrar un 70% de comisión, monto que no accedió a pagar. Afirmó que esta situación viene ocurriendo en las provincias. Se mostró a favor de que las centrales de medios no cobren comisiones.
- Solicitan que en el artículo 15 se añada, no solo sanciones a los funcionarios o servidores públicos, sino también para las centrales de medios, por los motivos que había expuesto.
- Puso como ejemplo la contratación de publicidad que hiciera el Jurado Nacional de Elecciones, contratando a los medios de comunicación que no disponían equipamiento, sin verificar su cobertura, su licencia de funcionamiento, contratando a los que le cobrarían menos.
- No están de acuerdo que los gobiernos regionales y locales contraten a las centrales de medios, porque no tendría sentido. Solicitan que se fiscalicen a los gobiernos regionales y locales en la contratación de la publicidad, porque solicitan "comisiones".
- Finalmente, solicitó que se considere en la norma un presupuesto para la publicidad estatal en provincias.



Culminada la intervención de los invitados, el señor Presidente otorgó el uso de la palabra a los señores congresistas para que realicen las preguntas, interviniendo los siguiente:

- La señora congresista **Aramayo Gaona, Alejandra** (FP) afirmó que el texto de la fórmula legal presentada al Pleno de la Comisión tiene "grandes omisiones", solicitó subsanar los siguientes "errores". Consideró que falta incluir en los principios a la transparencia, además de la razonabilidad, proporcionalidad y descentralización del gasto público en publicidad. Además, señaló que no se considera un "Plan Nacional de Comunicación" que debería considerar las demandas comunicacionales de los ministerios, y que se debe publicitar las acciones que trascienden a las políticas públicas, no las políticas públicas propiamente. Se debe incluir la estructura del costo de la publicidad. Respecto al cobro de las "comisiones" refirió que debería considerarse los criterios de razonabilidad y la existencia de certificadoras para evaluar el trabajo de las agencias de medios. Preguntó a los medios de comunicación si tienen tarifas diferenciadas durante las campañas electorales, si las agencias de medios tienen tarifas diferenciadas entre el sector privado y al estado. Cuestionó que se contrate a medios de comunicación que le deben al Estado. Afirmó que debería estar establecido en la ley los criterios de contratación de las agencias de medios y de los medios de comunicación y debería disponer un código de ética.

Al respecto, el señor **Presidente** solicitó a la congresista Aramayo presente por escrito los aportes al borrador del texto de la fórmula legal presentada.

- El señor congresista **Ochoa Pezo, Édgar** (NP) afirmó que su proyecto de ley había sido redactado conjuntamente con el Colegio de Periodistas y con la Asociación de Medios del Cusco. Tiene la impresión que el título del texto de la fórmula legal es "Ley que promueve el fortalecimiento de las centrales de medio". Señaló que se debería atender las demandas de los medios de comunicación y comunicadores de las regiones, que el texto no refleja la realidad del país. Se debería respetar el derecho que tienen los profesionales o periodistas (naturales o jurídicas) de poder contratar con el Estado. Respecto al principio de interculturalidad, señaló que obedece a recoger las percepciones de la cosmovisión local, que no es solamente lo relacionado a la lengua, en ese sentido los profesionales de comunicación locales deberían ser contratados, estos a su vez deberían tener la opción de alquilar espacios en los medios de comunicación. No debería condicionarse solo a la contratación de las centrales de medios. Respecto al numeral 6.2 propone que se de apertura la posibilidad de que los profesionales de comunicación (naturales o jurídicas), debidamente acreditados, tengan la opción de contratar con el Estado. Solicitó que se establezcan topes (0.3%) en los gastos de la publicidad estatal, para controlar el gasto e incluir la descentralización del gasto en publicidad.

El señor congresista **Aguilar Montenegro, Wilmer** (FP) recomendó que se consideren las opiniones de los representantes de las regiones.

- El señor **Guía Pianto, Moisés** (PPK) consideró el cobro del 15% en comisiones es demasiado al, solicitando a las agencias de medios reconsideren esos montos. Asimismo, refirió que hay lugares donde no llega la publicidad del Estado, sin embargo, los periodistas locales si conocen la realidad, quienes podrían llevar al éxito la publicidad estatal.
- El señor congresista **Narváez Soto, Ricardo** (APP) afirmó que a través de la publicidad se puede llegar a los lugares más alejados del país, a las zonas rurales. Los ciudadanos de las zonas rurales tienen derecho a estar informados. La publicidad estatal debe regularse, no prohibirla. La norma debe estar al servicio de informar a todos los ciudadanos.

- La señora congresista **Schaefer Cuculiza, Karla** (FP) informó que había presentado una iniciativa legislativa respecto al tema en cuestión. Cuestionó que nunca se llegara a reglamentar la ley de publicidad estatal por diversos intereses, que fuera exonerada de la Ley de Contrataciones. Precisó que la ley de publicidad estatal debería estar organizada y reglamentada. Señaló que de los millones gastados en publicidad estatal en años anteriores los medios de comunicación locales sólo habían recibido alrededor del 1%. Recomendó considerar a las radios locales porque son los medios que más presencia tienen en las zonas rurales. Llamó a la conciencia a los representantes de los medios de comunicación.

Culminada la intervención de los señores congresistas respondieron las consultas y observaciones: **Francis Allison Oyague**, representante de la Asociación de Agencias de Medios; **Cinthia Ramírez Santillana**, Presidente de la Asociación de Licenciarios de Señal de Radio y Televisión de San Martín; **Bernardo Roca Rey Miro Quesada**, Presidente del Consejo Directivo del Consejo de la Prensa Peruana; y **Jorge Baca Álvarez Marroquín**, Director Ejecutivo de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión.

Siendo las doce horas con veinte minutos del martes 9 de abril de 2019, el señor **Presidente** levantó la Décima Octava Sesión Ordinaria de la Comisión de Transportes y Comunicaciones.



**WUILIAN MONTEROLA ABREGU**  
PRESIDENTE  
Comisión de Transportes y Comunicaciones



**MIGUEL ELÍAS ÁVALOS**  
SECRETARIO  
Comisión de Transportes y Comunicaciones

*Forma parte del Acta, la transcripción de la versión magnetofónica de la sesión, elaborada por el Área de Transcripciones del Congreso de la República.*