



COMISIÓN DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

WILIAN MONTEROLA ABREGÚ
PRESIDENTE

CONGRESO DE LA REPÚBLICA PRIMERA LEGISLATURA ORDINARIA DE 2018

COMISIÓN DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

MARTES, 20 DE NOVIEMBRE DE 2018
PRESIDENCIA DEL SEÑOR WILIAN MONTEROLA ABREGÚ

—A las 09:15 h, se inicia la sesión.

El señor PRESIDENTE.— Buenos días, señores congresistas.

Habiendo verificado el *quorum* reglamentario, al contar con la presencia de los señores congresistas Eloy Narváez, Edmundo Del Águila, Miguel Ángel Elías, Dalmiro Palomino, Israel Lazo y la presidencia, con contando con el *quorum* reglamentario, vamos a iniciar nuestra sesión informativa.

Vamos iniciar dando cuenta de los proyectos que han llegado a la comisión. Proyecto de ley 3620/2018, que propone declarar de necesidad pública y preferente interés nacional la reconstrucción del puente Chamorro en el distrito del Carmen de la provincia de Chincha y departamento de Ica.

Proyecto de ley 3601, que propone autorizar al Ministerio de Transportes y Comunicaciones y declara la necesidad pública y preferente interés, la creación de la autoridad de Transporte Urbano de Arequipa, Atuarequipa.

Proyecto de ley 3597, que propone la obligatoriedad de la rampa de acceso para las personas con discapacidad en los vehículos de transporte público.

Proyecto de ley 3572, que propone promover la formalización y masificación de la base tributaria en el transporte público terrestre de carga e interprovincial de ámbito nacional de pasajeros.

Proyecto de ley 3553, que propone regular el transporte escolar privado disponiendo medidas para garantizar el acceso a este, a la seguridad de los menores de edad y los padres de familia y usuarios.

Proyecto de ley 3536, proyecto que propone otorgar un plazo excepcional a fin de que las personas naturales o jurídicas autorizadas para prestar servicio de radiodifusión, cumplan con el pago de sus obligaciones económicas derivada de la prestación de servicio de radiodifusión, a efectos de obtener la renovación o la restitución de sus autorizaciones.

Proyecto de ley 3532, que propone declarar de necesidad pública e interés nacional la aprobación y ejecución del tren de la costa, cuyo ámbito de influencia incluye las regiones Ica, Lima, Ancash, La Libertad, Lambayeque, Piura, en el marco de la legislación vigente; proyecto actualizado por el acuerdo del consejo directivo del 25 de setiembre de 2018, numeral anterior 3345/2013.

Proyecto de ley 3529, que propone el acceso al sistema de seguridad social en salud y pensiones de los prestadores de servicio de transportes público especial de pasajeros de vehículos menores, mototaxi.

Al respecto se da por admitidos los proyectos en cuestión, se ha elaborados los informes de admisibilidad y se están solicitando las opiniones correspondientes.

Estación Informes.

Informes

El señor PRESIDENTE.— Si algún congresista desea hacer informes.

Congresista Elías tiene el uso de la palabra.

El señor ELÍAS AVALOS (FP).— Muchas gracias, señor presidente, un cordial saludo a todos los colegas congresistas, si me permite a mí pasar unas diapositivas, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Autorizado pasar las diapositivas.



El señor ELÍAS AVALOS (FP).— Gracias, quiero informar que en mi semana de representación he estado en el centro poblado de Puquio Santo Alto que queda en la localidad de Chinchabaja, ese sector une a dos centros poblados; uno, que es casualmente Puquio Santo Alto con 97 familias aproximadamente y Cañapay conformado por 132 familias.

Lo particular en este sector es de que por ahí pasa el puente de la antigua panamericana sur, era un puente de más de 150 metros, de una sola vía si más no recuerdo y cuando construyeron la nueva panamericana, pues ese puente ha servido para unir estos dos poblados, el de Puquio Santo Alto y Cañapay respectivamente.

Lo usan para poder transitar de un lugar a otro a sus centros laborales y también para hacer trabajos agrícolas, no hay otra vía de acceso que pueda unir esos dos puentes y la panamericana sur, la nueva, el puente nuevo está a 80 metros, pero no tiene vereda, es solamente vehicular.

Este es el puente de la antigua panamericana sur, esos son los poblados que ya he mencionado, obviamente que como no han tenido mantenimiento por años, por ahí pasa vehículos menores están en estas condiciones, peligroso por cierto, porque con una venida de agua fuerte puede remover los cimientos y causar daño y también aislamiento a estos centros poblados.

Hay gran cantidad de basura acumulada, los pobladores se quejan de que no tienen defensas ribereñas, entonces, fuimos hablar con las autoridades respectivas, en este caso el alcalde de Chinchabaja y nos dijo algo muy particular, que sí hay defensas ribereñas pero cuando las maquinarias han ido a limpiar esa zona han acumulado la tierra a ambos lados, ha borrado las defensas ribereñas o sea, las rocas, el enrocado que tiene ese sector ha sido según el alcalde, borrado por la limpieza que realizaron.

Por eso señor presidente, le solicito a través de su presidencia se invoque a Provías Nacional a tomar medidas urgentes y realizar las acciones correctivas para mejorar la infraestructura de este puente, que quizás con un buen análisis, una buena inspección pueda servir para su fin, que es el de unir a estos dos pueblos y solamente sea peatonal.

No hay puente peatonal en esas zonas, reitero señor presidente, solamente está el puente de la panamericana sur donde no tiene veredas para que los pobladores puedan transitar por ahí con seguridad.

Muchas gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, vamos a oficiar a Provías Nacional.

Damos la bienvenida al congresista Ushñahua.

Algún congresista más, desea hacer informe.

Congresista Eloy Narváez tiene el uso de la palabra.

El señor NARVÁEZ SOTO (APP).— Gracias, presidente, saludando a todos los colegas y a los asistentes.

En la semana de representación he estado en mi región Ancash presidente, y quiera muy brevemente informar sobre el estado situacional de la vías en esta región.

Todavía está pendiente la recuperación de la carretera de Pativilca Huaraz, después que fue afectada con el niño costero, si bien es cierto que hay una transitabilidad en la zona, falta todavía hacer toda la recuperación de la vía que en un tramo importante se perdió el asfaltado.

En el tramo de Casma Huaraz, sabemos que ya se ha hecho un contrato con una empresa para la recuperación de esta vía, pero todavía no sabemos cuándo se inicia la obra.

La otra carretera donde también escuchamos quejas de los ciudadanos, es la carretera de Sihuas Pomabamba, de Pomabamba hacia San Luis Huari, que es una carretera incluso que el mismo ministro, el actual Presidente de la República se comprometieron en que lo iban a meter fuerza, porque esta es una carretera longitudinal muy importante en Ancash.



Sabemos que se está haciendo algún trabajo pero hay bastante quejas de los ciudadanos, porque ahí la transitabilidad realmente es un problema incluso se generan accidentes.

En lo que es la vía de evitamiento en la ciudad de Chimbote, presidente, también si ustedes recuerdan las autoridades dijeron que ya de todas maneras este año se iniciaban, hay un trabajo previo que está haciendo Provías Nacional, pero todavía está por concluirse y esperamos de la visita que hemos hecho que para fines de enero esté listo el trabajo previo de tal manera, que ya a esta empresa Autopista del Norte pueda ya finalmente empezar hacer la vía de evitamiento en sí.

En la ruta de Casma Huaraz esto estamos hablando de la panamericana, **(2)** un tramo de la panamericana de Casma hacia Chimbote perdón, en esta ruta se instalado un nuevo peaje, donde se vienen haciendo cobros y hay quejas de los ciudadanos porque dice, como van a estar cobrando los peajes cuando esta empresa todavía no ha cumplido en culminar la recuperación de esta vía y esto está causando un tremendo malestar.

Y en la parte del desvío hacia Tortugas en eta zona de la panamericana, se hizo un óvalo, eso hemos denunciado ya hace dos años y sigue produciéndose accidentes en esta zona, hace poco no más ha habido dos accidentes nuevos y la empresa acá en la comisión con la presencia incluso de Provías Nacional, se comprometieron que iban a poner letreros y no lo han hecho.

Entonces, ya pues presidente es hora ya de que nuevamente se le invite, aprovechando que el colega Elías también ha planteado lo mismo, creo que sería bueno que venga el jefe de Provías Nacional y de la empresa de Autopista del Norte que vengan acá que nos informen, queremos exactamente porque nuestros ciudadanos siguen muriéndose en esta pista pese a que hemos denunciado oportunamente y ellos se comprometieron que iban a poner más letreros.

Ahí estaba el congresista Roy Ventura cuando ha sido presidente de la comisión, se comprometieron ellos y ellos nos dijeron no que está técnicamente hecho el óvalo, todo, nos hablaron bonito pero sin embargo, en los hechos es que a cada rato sigue aumentando los accidentes en esta zona.

Esto es básicamente lo que quería informar y agradezco a todos ustedes por su atención.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Eloy Narváez, vamos oficiar al jefe de Provías y que todos que tengan algún inconveniente con este sector, hagan llegar por oficio su pedido para poder absolverlo en una sesión.

Damos la bienvenida al congresista Roy Ventura, a la congresista Mercedes Aráoz y congresista Wilmer Aguilar, contando el *quorum* reglamentario, vamos a nosotros a pasar a nuestra novena sesión ordinaria de la Comisión de Transportes y Comunicaciones, se hace constar la licencia de la congresista Luciana León.

Vamos iniciar con la aprobación de las actas, señores congresistas se les ha remitido electrónicamente el acta que fue dispensada de su trámite de la aprobación para ejecutar los acuerdos, lo que ya se ejecutaron, se requiere que cumplamos con la formalidad de aprobar el acta de la octava sesión ordinaria, para ello vamos nosotros a pasar al voto.

Los que estén a favor.

Los que están en contra.

Los que estén en abstención.

Aprobado por unanimidad.

Pasamos a la estación despachos.

DESPACHO

El señor PRESIDENTE.— Ya dimos cuenta la estación despachos, ahora vamos a pasar nuevamente a la sesión de informes.

Informes



El señor PRESIDENTE.— Me pidió el uso de la palabra el congresista Israel Lazo, tiene el uso de la palabra.

El señor LAZO JULCA (FP).— Muchas gracias, señor presidente, saludar a todos colegas congresistas, en esta semana de representación estuve por la ciudad de Huancayo es una vergüenza como años tras años Provías Nacional no asume su responsabilidad para poder dar el mantenimiento en más de 2 kilómetros, entre el parque industrial y la quebrada Honda, al ingreso de la ciudad de Huancayo.

Señor presidente, a través de su presidencia quisiera que se tenga que citar al señor jefe de Provías para que él pueda informar, porque se supone que existen presupuestos para poder dar mantenimiento a estas vías, sin embargo, no se digna ni siquiera en recibir a los alcaldes que tienen estos problemas de estas pistas deterioradas y que causan muchos problemas en los transportistas.

A través de la presidencia, le solicitaría que se invite a jefe de Provías Nacional, para que haga un informe respecto a los problemas que tienen todo el país.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Israel Lazo, vamos a cursar su pedido conforme lo dijimos anteriormente, con el pedido también del congresista Narváez, congresista Elías.

Congresista Wilmer Aguilar tiene el uso de la palabra.

El señor AGUILAR MONTENEGRO (FP).— Presidente, saludar a usted y también a todos los colegas que nos acompañan, es importante en la Comisión de Transportes y Comunicaciones poder llamar la atención al Ejecutivo y voy a ser muy preciso.

En el tema de la longitudinal que comprende los tramos de Cochabamba Cutervo Chiple, ¿por qué la gran importancia?, porque nos articula 3 regiones en el país, costa, sierra y selva.

Una obra que empieza en el 2014 y que el 5 de noviembre de este año ya tenía que estar concluida, realmente es preocupante los trabajos siguen a paso de tortuga, ¿y quién es lo que realmente nos llama la atención y a través de los medios de comunicación y en reuniones públicas grandes?

Son las organizaciones de base, son las personas que transitan por ahí y ven que los trabajos no se avanzan, saludamos en su momento la aptitud del ministro de Transportes y de los funcionarios que visitaron y conocieron de cerca los trabajos que se vienen haciendo.

Pero vemos una irresponsabilidad por parte de la empresa, lo hemos comprobado esta semana porque hay lentitud en el tramo principalmente que comprende Cutervo La Capilla Chiple, incluso estarían retirando parte de la maquinaria con el pretexto de que ya las lluvias empiezan, porque han tenido tiempo formidable para poder trabajar en tiempo de verano y tiempo seco.

Y también, señor presidente de la comisión, pido a usted que se agende y se llame a la persona o las personas que están encargados para hacer el pago por derecho de servidumbre, toda vez que el pretexto es siempre que no se paga y no hay tramos liberados para poder avanzar.

En eso, yo pido a usted señor presidente, y dejó constancia en la comisión, igual haré el trabajo que me corresponde ante el ministerio, el Ejecutivo, para que de una vez por todas se haga un trabajo responsable y se tenga que responsabilizar a la empresa y asuma el trabajo pero con seriedad hasta concluirlo y es más, el día voy a proyectar y dejo constancia también que productos de cortes de tierras sin tener en cuenta la opinión de especialistas, especialmente de geólogos.

Es que un centro educativo primario está a punto de desplomarse y ustedes vean la foto ahí colegas, dejo constancia para que el Ministerio de Transportes pero también Educación, incluso Indeci pueda tomar acciones y coordinaciones inmediatas para que este tipo de cosas no suceda.

Tenemos ahí las aulas de institución educativa de caserío de San Lorenzo en la provincia de Cutervo región Cajamarca, ahí que pertenece al centro poblado de Chipuluc, ustedes ven un muro, pero el muro no es suficiente, vemos personal incluso trabajando en la parte alta con el peligro que la tierra se desplome y abajo.



Podamos tener vidas humanas que nadie lo quiere podamos perder y eso tenemos que prevenir de inmediato, por eso yo pido a la persona del ministerio que ahora está acá para que agende y por favor, se tome acciones inmediatas y a esta comisión se llame para que nos den explicaciones.

Por otro lado, presidente, el tramo que comprende la carretera Cutervo, Socotá, San Andrés, Santo Tomás, Pimpingos, Puerto Cuyca, igual el 5 de junio de 2017 inicia a través de Provías Nacional, tenemos un avance del 11% y un presupuesto importante que hemos comprobado que la empresa también no tiene la maquinaria suficiente, no tiene el personal, falta de pagos a los que vienen trabajando, a los que han proveído materiales en su momento.

Por lo tanto, señor presidente, no esperemos que a veces ocurran accidentes, se pierdan vidas humanas, estaba viendo incluso a la entrada de la ciudad en Cutervo, mire como está en la vía que comprende el tramo, retrocediendo a lo que es la longitudinal de la sierra.

Sí así está en la misma ciudad, imagínese, tiene razón la población de realmente reclamar y pedir que se atienda con urgencia, porque ahí estamos peligrosando que vidas de niños, de personas o de personas que transitan por ahí realmente puedan ocurrir accidentes.

En este tramo de Cutervo, Socotá, San Andrés, Santo Tomás, Puerto Cuyca, presidente, también pedimos que se convoque, se llame a una reunión próxima sesión acá a la comisión, para que la encargada de este trabajo a través de Provías nos dé una explicación porque la demora de la concesionaria y realmente, la población está indignada y no esperemos que se tenga que asumir situaciones sociales toda vez que allá tenemos organizaciones muy grandes, como las ronda campesina y nos han pedido trasladar a ustedes estos pedidos para que se atiendan y se haga justicia.

Por otro lado, tenemos el tramo que comprende el distrito de las hermana provincia de Chota, que en su momento declaramos de interés nacional, a veces dicen que las leyes declarativas no tiene el valor y no tiene la atención de la población, yo diría que no es así, porque en su momento se declaró una vía teniendo en cuenta distritos de la hermana provincia de Chota, de Cutervo, que comprende Tacabamba, Socotá, San Luis de Lúma, La Ramada, San Juan de Cujillo, Choros, Chamaya III.

Ahora, presidente, tenemos ya por parte de los distritos de Chota, están iniciando los trabajos de mejoramiento, tenemos el puente Techín que nos articula con las selva, un puente que su momento le han dado presupuesto y ahora no tiene para continuarlo y producto de la lluvias puede ser que lleve lo que se ha avanzado, por no poner el presupuesto que corresponde a esta importante vía donde hay una población muy grande que nos integra con la región de Amazonas y la región San Martín.

Y finalmente, tenemos el otro tramo presidente, que comprende Chamaya III, en Chamaya III tenemos el tramo específicamente de Socotá, La Lúma, La Ramada, que ya tiene presupuesto del *PAC y aquí también queremos una explicación por escrito, ¿cuál es la demora?, para que de una vez por todas se inicie estos trabajos, toda vez que ya en su momento se ha publicado.

Finalmente, presidente, también a la viceministra de Transportes y Comunicaciones pedir que es reclamo de los centros y puestos de salud, de colegios, de escuelas y también de comisarías, de que realmente ya está programado el tema de la banda ancha del internet.

Es muy necesario, presidente, en su momento ya han visitado los lugares, han focalizado y pese a eso aún no son atendidos, hay un reclamo fuerte, importante que yo espero que a través de la comisión podamos ser escuchados.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Wilmer Aguilar, vamos nosotros a trasladar sus pedidos a Indeci, al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, asimismo al Ministerio de Educación para darle solución a su problema.

Estamos en sección informes, algún otro colega congresista quisiera hacer el uso de la palabra.

Congresista Roy Ventura tiene el uso de la palabra.



COMISIÓN DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

WILFRIDO MONTEROLA ABREGU
PRESIDENTE

El señor VENTURA ÁNGEL (FP).— Muchas gracias, presidente, colegas congresistas y felicitar también que esté aquí la vicepresidenta de la República, la congresista Mercedes Aráoz, porque los pedidos que hacemos el día de hoy también creo que va a tener un peso más importante, para que pueda canalizarlo a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Y el problema que tenemos en nuestras regiones parece que es un símil en todas las regiones, problemas de infraestructura vial, problemas de conectividad, problemas de señalización, de poder también tener un control más estricto hacia las concesionarias de muchas vías, en la región centro tenemos la concesionaria de Devianes, que también se construyó algunos óvalos en el cruce de Tarma, incluso en Las Vegas y el cruce de Cerro de Pasco Huánuco.

Que no cumplen con algunas especificaciones técnicas, pero bueno, ellos se defienden en decir que así le dieron en el ministerio, que podemos hacer, nosotros hemos cumplido con el expediente pero es más sencillo instalar los guardavías para que podamos estar lamentando pérdidas humanas.

Es más importante también poder resaltar de que sean las concesionarias supervisadas por Ositran y Ositran aquí no está jugando un papel importante, Ositran dice solo hago cumplir el contrato de concesión, Ositran dice solo hago el seguimiento a lo que el contrato de concesión dice, pero que no tienen opinión Ositran, no puede recomendar, no puede consultar o estamos esperando nuevamente que haya otro accidente como el de Pasamayo.

Otro accidente como muchas en las carreteras nacionales, para decir Ositran venga usted al Congreso de la República, ya no creemos que podamos seguir teniendo esa aptitud presidente, al contrario fue el mismo sector, no me refiero a la persona sino al sector, que se comprometieron revisar los contratos de concesión y a la práctica, hasta el momento todavía no tenemos respuesta hasta el momento todavía no tenemos respuesta de la revisión de contratos de la concesión.

Algunos pueden decir, no, no se pueden revisar los contratos de concesión porque eso tiene rango de ley, pero cuando nos perjudican salen a decir eso, pero para buscar algún beneficio, **(3)** para buscar alguna adenda con la concesionaria, ahí sí dicen no, busquemos las adendas, busquemos una solución, como lo que también está pasando con muchas vías a nivel nacional.

Quiero decir y presentar el día de hoy un reclamo ante la Municipalidad de Lima porque lo que amenazaba hace unas semanas atrás, la concesionaria Rutas de Lima lo está ejecutando a partir del día de hoy, ha subido cincuenta céntimos más al peaje de Puente Piedra, al peaje de Villa El Salvador, al peaje que tienen también la salida de los amigos de Lurín.

Creemos que esta comisión se debe pronunciar como un acuerdo de comisión rechazando esta alza de peajes, exhortando a la Municipalidad de Lima, a la Contraloría y sobre todo al Poder Ejecutivo, el Poder Ejecutivo que lo encabeza el Presidente Martín Vizcarra, quien dice encabezar la corrupción pero que también pues que nos ayude a recuperar los peajes.

Que nos ayude a tener o la lucha anticorrupción y ya se ha podido demostrar que los peajes son productos de actos de corrupción, ahí necesitamos que el Presidente pueda estar de la mano con las autoridades, tanto la Contraloría, el Poder Judicial, el Ministerio Público, para poder recuperar nuestras carreteras.

Vemos como Provías Nacional tiene mayor participación en el mantenimiento de carreteras pero solo tiene un peaje por ejemplo, desde el cruce de Cerro de Pasco hasta Pucallpa, un peaje para mantener toda esos miles de kilómetros que pueda a ver o también, la salida para la zona de Huánuco a la región Ancash o a la región San Martín.

Provías Nacional es el patito feo del Ministerio de Transportes o el patito feo de las instituciones del Estado porque le dan mayor amplitud de mantenimiento de vías nacionales, cuando la recaudación es mínima, ahí el sector tiene que hacer una evaluación y si es posible la instalación de algunos peajes o la reactivación de algunos peajes con costo social o con un costo moderado para que pueda también ser autosostenible y esperemos que no se pueda entregar más carreteras a nivel nacional.

Presidente, también quería hacer un reclamo referente al distrito de Pozuzo en la provincia de Oxapampa, el distrito de Pozuzo si bien es cierto todos conocemos como una colonia austroalemana,



que bonito las festividades, las fiestas, pero cuando está en desastre en estos momentos, cuando está siendo devastado por la naturaleza, huaycos por diferentes lados y tenemos un alcalde que ya está a punto de salir, que está en la transferencia de cargo, que no hay la voluntad de poder atender a los centros poblados que están aislados.

Y me refiero, no solo porque tiene problemas de transitabilidad sino también centros educativos, centros de salud, que están siendo atacados o vulnerados o maltratados por la naturaleza, hace de que podamos mirar al vecino más cercano y el vecino más cercano es el Ministerio de Transportes, que a través de Provías Nacional Junín o Huánuco puedan atender al distrito de Pozuzo.

Es muy importante estar con la conectividad al 100% en buenas condiciones para que podamos también buscar de una u otra manera el apoyo a estos sectores más vulnerables, a estos sectores que viven de la agricultura, más en este caso del distrito de Pozuzo vive más de la ganadería.

También presidente, y creo que están aquí funcionarios del Ministerio de Transportes, el pedido es hacia la instalación de antenas de comunicación, la campaña Buena Onda ya no está dando resultados, todos tienen un horno microondas en su domicilio, un horno microondas genera más rayos que una antena de telefonía, ahí creemos que se pueda masificar la instalación de antenas para poder dar calidad en las comunicaciones.

Las empresas de telefonía son buenos para cobrar mensualmente 60 soles, 80 soles, pero que en la práctica no llegan ni a cubrir con una buena señal para los de la región Pasco, exclusivamente que represento a la región Pasco, para que puedan tener también calidad en el servicio de las comunicaciones.

Muchas gracias, presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Roy Ventura, vamos nosotros oficial a la Municipalidad de Lima Metropolitana y Ositrán, a que se debe la subida del peaje de las Rutas de Lima.

Damos la bienvenida al congresista Mamani, al congresista Castro y al congresista Martorell.

Algún congresista más, desea hacer informes, pedidos.

Sino para pasar, pedido, congresista Dalmiro Palomino tiene usted la palabra.

El señor PALOMINO ORTIZ (FP).— Presidente, muy buenos días.

—El congresista se expresa en idioma quechua.

Le voy a traducir presidente, para que no vaya...

El señor PRESIDENTE.— No se preocupe, si he entendido, congresista Palomino, en la página 7 está su pedido congresista Palomino, no se preocupe.

El señor PALOMINO ORTIZ (FP).— Gracias, presidente.

El señor PRESIDENTE.— Algún colega congresista más, que quisiera hacer pedidos para pasar a orden del día.

Entonces, vamos a pasar a la orden del día.

ORDEN DEL DÍA

El señor PRESIDENTE.— Como primer punto tenemos la sustentación del proyecto de ley 3107, a cargo de la señora congresista Mercedes Aráoz Fernández, autora de la iniciativa mediante el cual propone definir la función de la comunicación que corresponde al Estado Peruano respecto a sus acciones, actividades, programas, proyectos y otras necesidades comunicacionales.

En relación al derecho del ciudadano a ser informado de estos aspectos a través, de una adecuada comunicación gubernamental o publicidad estatal.

Congresista Mercedes Aráoz, puede usted hacer la sustentación de su proyecto.



La señora ARÁOZ FERNÁNDEZ (PPK).— Muchas gracias, señor presidente, creo que este debate sobre la publicidad y la comunicación estatal debió suceder hace mucho tiempo, no es su responsabilidad señor presidente, si no que se decidió y se optó por una norma de manera apresurada que resulto ser cuestionada por el Tribunal Constitucional, porque restringía el derecho de recibir información del ciudadano.

Yo creo que la propuesta que traemos acá a la mesa, es una propuesta que actualiza y moderniza nuestro sistema de comunicación estatal que no era completo, teníamos un marco legal, pero que ayuda a también tener un mejor mecanismo de control y de sanción, le da un poquito más de dientes a las normas que teníamos anteriores y le da también la capacidad de estar más presente de manera más descentralizada el tema de la comunicación estatal, al estar mejor focalizada.

Esto es en general, lo que yo podría decir sobre el marco legal al cual me voy hacer referencia, quiero mencionar como digo, como antecedente era la Ley 28874 que fue emitida el año 2006, era una ley que era bastante positiva para su tiempo, terminaba con prácticas clientelares, nos permitía introducir criterios técnicos obligatorios para la pauta de publicidad del Estado, prohibía la propaganda bajo responsabilidad y hacia posible entre otras cosas, tender un plan estratégico de publicidad y también una fiscalización periódica que había sido insuficiente.

Estaba sobre todo el rol que tenía el sistema nacional de control no existía prácticamente en esta materia, si había el reporte al Congreso por ejemplo cada cierto tiempo, cada trimestre si no me equivoco, pero no había una posibilidad de tener sanciones adecuadas, y bueno no se llegó a tener durante ese tiempo, el 2006 hasta el 2015 en que tome cargo la PCM que comenzamos a elaborar un reglamento, queríamos tener un reglamento y no lo logramos tener.

Existía la prohibición expresa de que los funcionarios públicos no podían aparecer en las piezas publicitarias, hoy que no tenemos un marco legal explicito, porque es cierto que al derogarse la Ley Mulder de alguna manera podemos volver a la ley anterior, sin embargo, podemos ver ejemplos como este que es el caso de un alcalde, el alcalde de la Municipalidad de Chorrillos y pongo esto como ejemplo, porque debe haber en todas las regiones el mismo ejemplo.

Que ponen su publicidad personal, eso no puede ser, eso está prohibido por la ley anterior y en nuestra ley se le da sanciones más fuertes hasta el nivel de poder llegar a ser que este funcionario podría ser sancionado a un nivel de que no podría regresar ni siquiera a ser electo.

Podríamos llegar plenamente a un nivel de sanciones bien altas, hoy día no tenemos la herramienta por eso es la urgencia de tener una norma lo más pronto posible, ojala que al término de esta legislatura tengamos el dictamen y ojala llegara a pleno porque de verdad, yo creo que hay muchas ideas interesantes, pero tener esta situación, es una situación no permitirle o sea, que un alcalde o un funcionario público use la publicidad para hacerse publicidad asimismo y propaganda, esto se llama propaganda eso no es publicidad, es dañino para nuestra economía.

El señor PRESIDENTE.— Permítame congresista Aráoz, permítame dar la bienvenida al congresista Edgar Ochoa.

Continúe por favor.

La señora ARÁOZ FERNÁNDEZ (PPK).— También había algunas distorsiones en el mercado, por ejemplo el hecho de que los medios privados cobraran en promedio el doble al Estado, ¿por qué?

Porque las entidades públicas se las conocía como mal pagadoras, esto sobre todo hasta antes de los 90 era algo usual, pero después el Estado se volvió el mejor pagador, ahora el tema es que no son clientes regulares, no había una previsión adecuada de lo que es la publicidad.

Había una exigencia adicional de carta fianzas y sanciones drásticas al proveedor, las campañas eran sorpresivas y la mayoría no habían una planificación y el tema de pedir cabecera de tanda, ¿qué significa ser cabecera de tanda?

Ser el primero en la lista de la publicidad a veces en hora punta o sea, los medios de comunicación planifican sus espacios de publicidad y hay temporadas por ejemplo, y épocas en donde pues hay



preferencias, la navidad por ejemplo es una temporada donde vas a preferir la publicidad comercial que te va a pagar más y sobre todo le paga más en etapas como la navidad, es un buen ejemplo donde la publicidad privada tiene el sentido de pagar más porque hay un interés particular, pero el Estado siempre pedía cabecera de tanda y eso pues encarecía también el costo de la publicidad para nosotros.

Por otro lado tenía otro problema adicional que es importante señalar, el tema de las centrales de medios, es necesario usar centrales de medios porque son órganos profesionales normalmente, que actúan como una entidad que nos ayudan a identificar las mejores servicios, quienes son los mejores proveedores en el mercado para los fines y objetivos de nuestra publicidad.

Tienen que hacernos el estudio, pero que sucedía en la ley anterior que no estaba bien regulada, en cambio en la nuestra ya introducimos regulación, sucedía que aparecían, vamos a llamar proveedores llamados centrales de medios de maletín y cobraban un monto mínimo al Estado, podrían cobrar 5 mil soles por lo tanto consideraban una adquisición de menor cuantía.

Pero cobraban 20% a la publicidad, al proveedor de la publicidad que es el medio de comunicación, se contrataba por ejemplo una publicidad de 10 millones de soles, el señor cobraba al Estado entre comillas 5 mil soles, pero en realidad estaba ganando 2 millones de soles sobre la base del costo de la publicidad.

Entonces, estos casos se dieron en el Gobierno anterior, el más conocido es el caso del famoso caso chocherín donde teníamos a un individuo que hacía este tipo de triangulación y engañaba al público y que esto ya está en, es conocido ya en la Contraloría tiene una intervención directa en esto, ¿no?

Creo que es importante evitar estos problemas porque lo que nuestra propuesta cambia el rol de lo que sería las centrales de medios y nos permitiría controlar eso, le vamos a pagar el servicio efectivo y se prohibiría la que ellos cobren al proveedor del servicio de publicidad, de tal manera, que es preferible pagar un poco más por el correcto servicio antes que estar teniendo una persona que está haciéndonos estas trampas, inclusive cobraban hasta dos veces el valor de lo que era su comisión a los privados, (4) a las entidades proveedoras de servicios. Hay denuncias de ese tipo.

Adicionalmente le damos el tema de hacerlo por concurso público, características que permiten que el control y la transparencia en la contratación de estos servicios sea claro, evitar tener los servicios de menor cuantía, que es donde aparecen estos personajes extraños y que pueden hacer trampas en el servicio.

Luego, el tema de cómo va la inversión en publicidad estatal. La tendencia es como la han visto, la época donde mayor publicidad estatal se hizo, ha sido en el Gobierno del presidente Ollanta Humala.

Ha habido tasas de crecimiento en el gobierno de Alan García, también, pero donde vemos las tasas más crecientes fueron en el Gobierno de Ollanta Humala.

En el caso del 2017, del Gobierno de PPK, recordemos que tuvimos el Fenómeno El Niño, y lo que tuvimos que gastar, efectivamente, en mayor inversión estatal, pero no es que hubiera un crecimiento absoluto, enorme, en ese momento.

En el mismo año 2016, cuando nosotros llegamos al Gobierno, ya se habían gastado todos los recursos prácticamente y nos dejaron 6 millones de soles del monto total para poder utilizarlo. Ya el gasto se había hecho en el primer semestre, había un gasto muy abultado. Tema que es sensible pero lo manifiesto.

Por eso creo que hay que mirar y no plantear límites a la publicidad, esos límites establecen en realidad en cuanto a qué calidad de servicio publicitario queremos tener. Nuestra preocupación debe ser: calidad, transparencia, eficacia en el gasto y dar cuentas.

El dar cuentas es súper importante y también sanción si hay mal uso de los recursos, y creo que por ahí es donde debemos caminar con un proyecto de ley que nos permita realmente tener, también, desde el Congreso, la perspectiva de tener la supervisión sobre esto.



Y el otro tema, que creo que hay que resaltar, es el tema de la participación que deben tener los medios locales en general, Gobiernos locales y regionales, su presencia en los medios de comunicación y también el Gobierno nacional en la torta publicitaria.

Lo que hemos visto es un alto nivel de centralismo en el los medios o los grandes medios, no hemos trabajado para hacer posible que los medios locales tengan una mayor participación, Y eso es un grave error.

¿Y eso por qué sucede?, porque la forma de medir que tenemos, tanto lectoría como sintonía, son medidas que son de carácter más o menos centralista. En el caso de la televisión, por ejemplo, Ibope mide principalmente la ciudad de Lima y en pocas ciudades con pocos niveles de medición. Entonces, tenemos problemas de medición de sintonía.

En lectoría, lo mismo, y no sabemos si estamos llegando al cliente que efectivamente queremos llegar. Si yo quiero llegar a una comunidad quechua hablante que está en, no sé, en la zona altoandina, probablemente yo tengo que llegar con una radio local, no llegar con —digamos, ahí quiero hacer una campaña— quiero llegar con ese tipo de lenguaje en su estructura. Si yo lo hago por los medios tradicionales no llego a ellos.

Entonces, lo interesante esta propuesta es que introducimos formas de incorporar a los sectores los medios de difusión local, radio, televisión, la misma prensa escrita, en menor medida porque no en todos los casos, por ejemplo, en el caso del ámbito rural la penetración del internet es mucho menor, en el ámbito urbano es mayor, pero en el campo, como digo, podemos entrar mucho más con la radio; tienen impactos diferentes.

¿Qué hemos hecho mientras creamos la ley?, es crear un mecanismo de medición alternativo. Dos, en realidad, mecanismos de medición que además nos ayudan a formalizar la industria y a permitir que tengamos una certeza de cómo medimos.

Estamos introduciendo el BAR, que es un sistema de medición que se llama Base Actualizada de Radiodifusores. Las concesiones que tienen los radiodifusores hoy día no se están actualizando ni se están mirando todo el tiempo, esto ha sido una propuesta además que nos han hecho los radiodifusores, sobre todo los de provincias, tener una forma de estar presentes, ser medidos y darles el soporte adecuado.

Y, segundo, hemos hecho un convenio con el INEI, para hacer una encuesta que nos permita establecer claramente, como no se puede medir adecuadamente sintonía o lectoría, cómo ha sido la lectoría y la sintonía de las familias, sobre todo en las provincias, también incluye Lima, pero está incluyendo provincias.

Podemos hacer preguntas que nos permite medir con mayor precisión a través de la Enaho, encuesta nacional de hogares, cómo estamos penetrando y es información es útil para la toma decisiones de atender adecuadamente a las poblaciones que tenemos que atender.

Esto es parte del proceso de lo que estamos trabajando en ese modelo de publicidad estatal.

¿Cuáles son los principios básicos?, optimizar la inversión del Estado; hacerlo descentralista y plural; incluimos, por ejemplo, la obligatoriedad de usar lenguas originarias.

Entonces, tenemos que incluir obviamente estos conceptos de nuestras culturas originarias y ser correctamente representadas y atendidas; y la mejora de los mecanismos de transparencia y fiscalización que tiene que estar presente.

Para dar un rápido paseo, como decía, se quiere optimizar la inversión del Estado, ¿cómo?, tenemos que buscar un modelo de contratación anual, prever con anticipación la contratación, eso se puede hacer, es un correcto planeamiento, son pocos los instantes en que nosotros tenemos que hacer campañas de emergencia, para eso habrá un espacio, pero lo que tenemos es prever la publicidad.

Sí yo sé que tengo que hacer la campaña escolar en febrero, marzo, preveo toda mi publicidad para la campaña escolar febrero, marzo. Yo puedo adelantarme para cuándo vienen los exámenes de medio



COMISIÓN DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

WILIAN MONTEROLA ABREGU
PRESIDENTE

año, cuando los chicos están preparándose para algún examen de admisión, por ejemplo, que son a medio año.

Todo eso se puede trabajar haciendo un modelo de contratación anual coordinada y con certezas de que van a ser planificadas.

Centralizar de alguna manera el presupuesto público para negociar tarifas como cliente importante de los medios privados, ese es otro elemento que optimiza.

Si tenemos los presupuestos van a ser sectoriales cuando correspondan, pero sí con un criterio previsto y revisado que está en este artículo 7 de la propuesta, que de alguna manera me da criterios para poder negociar tarifas como un cliente grande, porque si lo atomizamos terminamos pagando tarifas mayores.

Colocar incentivos para eliminar distorsiones en las tarifas de los medios privados. Hay varias cosas que estamos incluyendo, mencioné el caso de las centrales de medios, reducir los sobrecostos que pueden haber cómo pedirle la cabecera de tanda, puede ser un elemento donde yo reduzco los sobrecostos y sincerar costo de servicio de las centrales de medios, que como digo es fundamental para que avancemos. Eso es en la optimización.

El artículo 13, que busca ser descentralista y plural, como digo, busca mecanismos técnicos para medir los niveles de los medios a nivel nacional, como mencioné, se usa este mecanismo BAR y la encuesta del INEI para validar la medición de los medios locales, inclusive hoy en día ya hay otros mecanismo de validación que irán apareciendo.

Estamos usando mecanismos anticuados de medición, por ejemplo, en la parte de lo que es la comunicación vía internet, hay mecanismo particulares para la medición de cómo estamos llegando a determinados usuarios, tenemos que usar eso para poder llegar adecuadamente.

Introducir criterios de cobertura geográfica o penetración, y no solamente de alcance, porque con alcance que es sintonía y lectoría, no llegamos a la población.

Si nosotros sabemos que queremos llegar, penetración adecuada en un nivel de centro poblado particular, o cómo cubrimos una zona, la región centro por ejemplo, sabemos que podemos hacerlo con esos criterios nuevos, no quedarnos solamente con indicadores que sirven para una ciudad pero no sirven para todo el país.

Además nos permiten al Estado estar en todos lados, porque el problema que tenemos es que el Estado no está en todos lados en su comunicación. Y, también, tener como digo, una comunicación que sea realmente efectiva.

Como dije, culturas originarias es el otro elemento fundamental. Emisión del lenguaje en lenguas originarias también es importante.

En las zonas de la selva tenemos múltiples lenguas, si queremos llegar en algunas comunidades, tenemos que reconocer las lenguas que se hablan en esa región y llegar a través de los medios comunicación que están en la zona.

Identificar los medios locales con programación en lenguas originarias y establecer que los medios públicos comuniquen información de interés público en lenguas originarias. Eso es importante también.

Hace poco hicimos un ejercicio con lo del INEI, un piloto y nos muestra claramente cómo Canal 7 sí llega a la población urbana que habla lenguas originarias, a través de la programación que hay en las mañanas en asháninka, en quechua y aymara.

Tenemos una posibilidad de llegar, si tenemos ese tema, y son noticias lo que escuchan, es decir, esa medición nos ha permitido medir que en ciudades también hay gente que quiere escuchar en su propia lengua. Entonces, es interesante ver esta correlación.

La mejora en los mecanismos de transparencia y fiscalización. En el artículo 17, el artículo 18 y 19 de la propuesta, tratan de evitar la contratación a dedo de las centrales de medios. Lo que proponemos, por ejemplo, en la propia norma es tener una selección de las centrales de medios que sea con un jurado, que permita realmente entrar a un concurso público y ese tipo de actividades.



Acá está mal la numeración ligada a eso, es el artículo 12, el 13 y 14 que están ligados a esto.

Dar mayores prerrogativas al Sistema Nacional de Control para fiscalización. Ahí sí entran el 17, 18 y 19. Podemos hacer posible que la Contraloría entre con mayor fortaleza a la fiscalización del proceso para saber cómo se están usando los fondos públicos. Y también con sanciones escalonadas y efectivas para funcionarios públicos.

Creo que esto también es interesante, porque las sanciones, como decía antes, no teníamos claridad de las sanciones. Acá podemos pasar desde una amonestación, el despido, hasta la inhabilitación para ejercer el cargo público hasta por 10 años. Podemos ser bastante drásticos cuando el comportamiento del funcionario electo o designado sea incorrecto en el uso de estos elementos.

Bueno, básicamente esto, presidente, es en general, yo puedo con mucho gusto plantear temas más concreto sobre la norma, pero creo que esta cobertura, hemos hecho un estudio bien profundo, yo recuerdo que hace algunos meses atrás cuando estábamos en la PCM, enviamos un proyecto de ley.

Ese proyecto de ley se quedó chiquito, dadas las consultas que comencé a hacer entre todos los usuarios de la publicidad estatal, los posibles proveedores, la gente de medios de comunicación locales y las asociaciones que las representan, las asociaciones de marketing, están prácticamente todos los actores de la industria involucrados, hemos llegado hasta consensos de cómo diseñar esta norma con ellos.

La Norma que yo presenté inicialmente realmente quedaba muy corta y veía solamente la forma tradicional que tenemos desde el Estado de actuar, muy simple, incorporaba de manera muy ligera los temas de descentralización por ejemplo.

Pero hoy día creo que la norma que hemos traído a la mesa es una norma mucho más rica, estoy segura que la podemos enriquecer acá en el debate, señor presidente, pero creo que nos da una buena base para trabajar, y yo creo que con la colaboración de todos los colegas congresistas podemos sacar algo que realmente permite, como digo, cumplir con nuestro objetivo.

Optimizar la inversión del Estado, hacerla descentralista y tener mecanismos de transparencia y fiscalización mucho más clara y de sanción también.

Gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Aráoz.

Si algún congresista desea participar de lo contrario vamos a pasar al siguiente tema.

Congresista Miguel Ángel Elías, tiene el uso de la palabra.

El señor ELÍAS ÁVALOS (FP).— Presidente, por su intermedio a la congresista Aráoz.

Es difícil que llegue la publicidad a los canales y a las radios pequeñas en provincia, lo digo por experiencia. Cuando una radio de un centro poblado, inclusive el de las propias provincias, quiere poner publicidad estatal, lo hacían por intermedio de los *brokers* y ellos pagaban lo que les daba la gana.

Es decir, tenía un precio para el Estado que era altísimo, pero a los medios locales les pagaban un sencillo, propiamente dicho.

Ustedes dicen que por intermedio del BAR y del INEI, van a controlar esto, ¿cómo?, esa sería la pregunta, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Elías.

Tenemos acá al congresista Ochoa, que tiene también un proyecto en el mismo sentido de publicidad estatal, y si le damos un...

Congresista Aráoz, por favor.

La señora ARÁOZ FERNÁNDEZ (PPK).— Justamente, no es que (5) ellos vayan a controlar. Lo que tendríamos es una entidad que se llama Concorvtv, que ya existe, está en el Ministerio de Transportes, se hizo Concorvtv por la Ley de Radio Difusión, existe tal.



Concortv ha estado midiendo y vigilando el tema por ejemplo, del cumplimiento de la Ley de Radiodifusión, pero esto puede también administrarlo Concortv, tener esa información que es provista, tanto por el BAR, que es información de registro en el Ministerio de Transportes, más el tema del INEI que es la encuesta, que podemos recoger esa información y medir.

Así evitamos el tema que estas centrales de medios son los benditos *brokers*, tenemos que evitarlo. Hay más de 2000 entidades públicas a nivel de las regiones y los gobiernos locales, no todo está centralizado en las entidades públicas que están en Lima, pero esas deberían ser capaces de usar esta información, usar a los *brokers* sólo como quien les hace el estudio para saber cómo llegar mejor, quiénes son los mejores radiodifusores para el propósito que tiene su norma.

Se me ocurre ahora Agrorural o algo que tenga que ver con Provias Nacional, tendrían que llegar a esas zonas y contratar pero sobre la base información certera y no a través de estos mecanismos, como digo, de estas normalmente entidades que han actuado, porque no todas son informales, pero ha habido mucha informalidad en el sector de lo que es centrales de medios, que eso hay que reducirlo.

Por eso la norma evita eso regulándolo mejor y con mayor información.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Aráoz.

Tiene el uso de la palabra el congresista Castro.

El señor CASTRO BRAVO ().— Buenos días, señor presidente; buenos días, colegas congresistas.

Es absolutamente necesario regular esto, es cierto, sin embargo, creo que la primera solicitud que tenemos que hacerle a usted, que por su intermedio nos haga llegar, nos parece importante, todas las propuestas para analizarla de manera profunda.

En primer lugar, ¿por qué?, porque el gasto por publicidad no puede incrementarse tan alto, porque podría estar significando después, realmente hacia adelante, de repente una carga tan pesada para el presupuesto público.

Volvamos al tema, se estaba hablando de la Ley Mulder. En un momento nosotros aquí planteamos esa regulación cuando estaba la discusión acerca del caso de Mulder, pero ¿qué pasó ahí? el Consejo Nacional de la Prensa Peruana quería prácticamente todo o nada y Mulder también.

En todo caso, por eso es que llegamos a ese nivel de extrapolación, fue una situación bastante tensa, pero el problema estaba en que el Consejo Nacional de Prensa quería prácticamente que le financien todo, hay que ser sincero.

Entonces, tampoco el Estado no puede, lamentablemente, no tenemos la cantidad de recursos suficientes para atender toda la publicidad, eso también tiene que ser conscientes.

Lo que tenemos nosotros que sí regular en términos para que, de una u otra manera no signifique un peso muy grave dentro del presupuesto nacional.

Segundo tema es cuando se habla, por ejemplo, contratemos de manera anual, por eso es necesario revisar bien los conceptos. Si bien es cierto la contratación anual resulta siendo importante porque bajaría los costos, pero nosotros no necesitamos hacer publicidad anual; nosotros no somos una fábrica de gaseosa, de cerveza o de cigarros o de whisky para hacer propaganda permanentemente durante todo el año.

Por eso se habla de campañas, nosotros hemos hablado siempre, hay que dar publicidad en términos de campaña. Hay la campaña de anemia, correcto, 15 días, un mes, pero tenemos que ir dosificando porque no tenemos.

Con nuestros recursos económicos tenemos que ser muy sinceros, no son infinitos, en todo caso ese es uno de los graves problemas de los últimos años. ¿Porque nos vimos obligados a revisar esto? no vimos obligados a revisar esto porque habían crecido exponencialmente los gastos en publicidad.

Ahora, que se habían estado haciendo mal o bien no sabemos porque no hemos hecho la evaluación correspondiente, pero sí es absolutamente necesario que esta regulación tiene que ser más o menos en



términos adecuados, de acuerdo a la disponibilidad presupuestaria que tengamos, es lógico, sin dejar a atender las necesidades básicas, por supuesto, como dice la congresista Aráoz.

Pero vuelvo a repetir, nuestros recursos no son infinitos, y los recursos que nosotros tenemos que brindarle a la población son de extrema necesidad, y dentro de eso lógicamente tenemos que priorizar.

Y uno de los grandes problemas que tenemos en el país, en el Presupuesto la República, es que no priorizamos. De cada 100 soles que se invierte en el sector público, a los sectores más empobrecidos llega 10 soles, en muchos de los casos, ni el 10% del total. Y eso es lo que nosotros tenemos que ir modificando a través de la estructura presupuestaria.

Pero, ¿cuál es el tema de fondo en todo caso? y nos parece importantísimo entrar al terreno que siempre se hablaba, en resumen, siempre hemos hablado de una regulación, es válido absolutamente, pero esto tiene que estudiarse bien en qué márgenes, en qué términos, de tal manera de no crearnos un problema en términos de publicidad, que no sea una carga pesada para el presupuesto nacional, ni tampoco dejemos de anunciar y de publicitar como se debe ser absolutamente necesario para llegar a todos los rincones del país.

En ese sentido va mi apreciación, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Castro.

Vamos a hacerle llegar las 6 copias de los proyectos que tenemos en la comisión. Asimismo, hacerle conocer que, efectivamente, la ley va a ser bien consensuada, bien analizada, tenemos que hacer una holística que beneficie a todos.

Vamos a darle el uso de la palabra al congresista Wilmer Aguilar y luego el congresista Ventura.

El señor AGUILAR MONTENEGRO (FP).— Presidente, preciso nada más para la colega que está presentando el proyecto de ley, nos parece valioso tener en cuenta el tema intercultural, toda vez que en nuestra regiones tenemos una riqueza enorme en este tema.

Por otro lado, en las sesiones de representación que hemos tenido con medios locales y regionales, también piden y sugieren para que realmente se les tenga en cuenta a ellos. Incluso han hecho llegar borradores importantes, que en su momento podamos hacer llegar a la comisión y a los autores de los proyectos para que se tenga que enriquecer y sobre todo fortalecer este tipo de iniciativas.

Asimismo, hay un gran sector de la población que realmente se informa a través de las radios locales, ahí por ejemplo tenemos avances importantes en el tema de infraestructura vial y otros temas que se pueden ir orientando específicamente a la población a través de sus medios.

Es verdad que la televisión no cubre todo ese espacio, especialmente en parte de la selva y parte de la sierra por la situación geográfica, que a veces se vive situaciones delicadas.

Por lo tanto, pedimos a usted, señor presidente, que los autores nos compartan parte de esas iniciativas para poder profundizar mayor el tema y dar las opiniones que contribuyan a fomentar sobre todo y fortalecer este tipo de iniciativas.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Aguilar.

Efectivamente, se está haciendo mesas de trabajo con los medios locales a nivel de las regiones, la semana pasada hemos tenido la visita de un grupo de medios locales, entonces, vamos a escuchar a todos los actores.

Congresista Roy Ventura, tiene el uso de la palabra.

El señor VENTURA ÁNGEL (FP).— Muchas gracias, presidente.

Saludo la presencia de los autores de este proyecto importante, presentado también por el congresista Ochoa, que integra la bancada Nuevo Perú.



Que a recomendación del Tribunal Constitucional, y aquí tenemos que acatar lo que diga el Tribunal Constitucional, no por el hecho que se haya perdido por mayoría vamos a salir despotricando del Tribunal Constitucional, al contrario hay que saber ganar, hay que saber perder, esto es la democracia y en democracia ganan los que tienen la mayoría de votos y hay que saber aceptar lo que la votación así lo amerite.

En ese escenario, presidente, cuando estuve como presidente de la Comisión de Transportes, se aprobó por amplia mayoría que pueda restringirse el gasto en publicidad estatal, ¿por qué? y aquí lo hemos visto, cómo es que se han podido gastar un millón de soles al día en publicidad estatal.

Mientras tanto, teníamos...

Me pide una interrupción la congresista Aráoz.

El señor PRESIDENTE.— Congresista Aráoz.

La señora ARÁOZ FERNÁNDEZ (PPK).— Creo que está mal informando porque no se ha gastado un millón de soles diarios en publicidad. De verdad, hay que evitar mal informar al público, nos están grabando y creo que no ha sido ese nivel de gasto.

Realmente el gasto que tiene el Estado es bastante menor y hablamos de todos los gobiernos locales, regionales, universidades, hablamos de cajas municipales, hay un montón de actividades.

Y una cosa es publicidad, que son las empresas públicas que hacen este tipo de cosas y otra es la comunicación estatal, que es comunicar el mensaje para determinadas acciones.

Entonces, no digamos una cifra que es incorrecta, le pediría por favor.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Aráoz.

Congresista Ventura.

El señor VENTURA ÁNGEL (FP).— Bueno, la fuente que yo tengo y está transparentado en los informes que da la Presidencia del Consejo de Ministros.

Y en los informes de Presidencia del Consejo de Ministros, vemos que en 18 meses se ha gastado más de 570 millones de soles en el rubro publicidad estatal.

No lo digo yo ni tampoco quiero decir que los que han sido presidentes del Consejo de Ministros han mentado a la Comisión de Presupuesto, porque es trimestralmente, como lo dije, que informan cuánto se ha gastado en publicidad estatal.

Y lo más preocupante es que los contratos de esos rubros en publicidad estatal no están siendo bien transparentados, uno puede buscar en el portal de OSCE, en el portal Transparencia, no hay los contratos y aquí claramente lo han manifestado algunos congresistas, cuánto es lo que facturaba cada empresa televisiva.

Es por eso que se optó que se restrinja y se pueda financiar campañas en desastres naturales y campaña electoral, esa fue la propuesta del congresista Armando Villanueva y del congresista Mauricio Mulder.

Así también, está aquí un proyecto de ley y esperemos que sea considerado, el Proyecto 2515/2017, como autor César Villanueva Arévalo.

¿Qué es lo que dice el señor congresista César Villanueva Arévalo?, que se modifique el artículo 27, expresamente el literal "g".

Lo que pasa, presidente, es que en el Gobierno de Ollanta Humala, en el Congreso de Ollanta Humala se presentó la Nueva Ley de Contrataciones del Estado y en esa ley —que pasó por un tubo por la Comisión de Fiscalización, que ese entonces lo presidía el actual ministro de Justicia, congresista Vicente Zaballos, pasó en dos semanas una ley tan importante, la Nueva Ley de Contrataciones del Estado.



El presidente de la Comisión de Economía también pasó por un tubo estos proyectos, por la bancada de Solidaridad y la bancada de Toledo, pasó rápido estos proyectos importantes que no se han debatido, que no se han ampliado, y que fueron aprobados en menos de 18 días.

Este proyecto tan importante y ahí es donde consideran en el artículo 27, "excepciones para mandar un proceso de licitación", todos sabemos que en un proceso de licitación se forman los TDR, se hacen las bases, se convoca la licitación, se firman los contratos, pero con este bendito artículo 27 se incrementaron los rubros no sólo de publicidad estatal, exoneraron al rubro de publicidad estatal, es decir no hay concurso público para el gasto en publicidad estatal, para el gasto en consultoría, para el gasto de alquiler de bienes y muebles, por eso es que OSCE contrataba por 10 millones, el Midis contrataba sus oficinas por 15 millones.

Exceptuaron también defensa jurídica del Estado, por eso es que el Estado paga a abogados para defender a los propios funcionarios. Se ha exceptuado, presidente, las capacitaciones que entre comillas daban algunas empresas consultoras.

Es así que el congresista Armando Villanueva presentó el Proyecto de Ley 2515, para que retiren el literal "g", para que publicidad estatal no sea exonerado de un proceso de selección.

Creemos, también, presidente, que pueda transparentarse todo gasto de las instituciones públicas para el financiamiento a las empresas privadas. Vemos como los caficultores vienen a reclamar la exoneración de sus deudas, los arroceros beneficios para el sector agrario, los paperos, pero que el Gobierno les dice "no hay plata, para ustedes no hay plata, señores".

Pero si vienen los medios de comunicación, los dueños de los diarios, ahí sí vamos a buscar alguna manera de cómo darles plata a ustedes, porque ustedes son el autobombo, porque ustedes en consultoría también 17 millones para acá, para subir en las encuestas. Eso tenemos que regularlo, señor presidente.

Después, las exigencias al proveedor. Si tanto nos quejamos, cómo es que personas que denuncian al Estado, por otro lado quieren sacarle la vuelta y siguen contratando con el Estado. **(6)**

También hay medios de comunicación que le deben millones y millones al Estado, esos medios de comunicación tienen que ser exceptuados de contratar en el rubro de publicidad estatal, presidente, le cobran las tarifas más altas, Coca Cola, Backus, Telefónica ellos, pagan las tarifas más altas, pero para el Estado, para el ministerio le cobran el doble, porque dicen que no, el medio de comunicación tiene que llegar hasta lo más recóndito posible, pero cuando hace un seguimiento y usted creo que se ha reunido hace unas semanas con los representantes de los medios regionales, las repetidoras no reciben ni un sol, las repetidoras no les transfieren ni un céntimo para que puedan retransmitir el gasto en publicidad estatal.

Creemos, presidente, que todo debe ser transparentado, los contratos, los concursos públicos, por qué período están contratando, y sobre todo cuál es el objetivo del contrato.

Si se ha gastado millones y millones por la campaña "Maltrato a la mujer", para reducir el índice de maltrato a la mujer, no hemos logrado el objetivo, campaña para la anemia, millones y millones de soles, en vez de comprar, por ejemplo, cacao combinado con hierro chocolatito, que rico los niños hubiesen comido y hubiésemos reducido los índices de anemia, o consumir la leche de nuestros hermanos del distrito de Pozuzo, del COE Pozuzo, que ahorita están pasando por las inclemencias del tiempo, en ese tipo de actividades hubiese dado gusto de que el Estado invierta, pero no.

Se ha gastado en campañas, por ejemplo, la campaña, "una sola fuerza" Ocho millones de soles, cuántas casas hubiésemos podido comprar con ocho millones de soles, eso es lo que se pueda regular, presidente, saludamos la iniciativa de que se ha dado inicio a este debate tan importante, poner no digamos candados, sino también exigencias en transparentar los procesos de publicidad estatal, y ojo, que el gasto público, la punta del iceberg es publicidad estatal.

De bajo de publicidad estatal está el gasto fuerte de más de cinco mil millones de soles en el rubro consultoría, consultoría para evaluar a los niños de segundo, consultoría para ver cómo están los colegios, consultoría para evaluar qué medios de comunicación son los que más transmisión tienen,



consultoría para N, u otra cosa, consultoría también está exceptuado de procesos de selección, uno puede contratar a dedo 200 mil soles como 500 mil soles o como 50 mil soles, exceptuando de proceso de selección.

Ahí creo que fue la madre del cordero, fue el momento en el cual se hizo este gasto desmesurado dejando de atender pues, poblaciones vulnerables, dejando de atender a nuestros hermanos agricultores, los ganaderos que exigen proyectos pequeños, yo hubiese querido atender a los 100 distritos más pobres, asignándoles por lo menos dos o cinco millones de soles para que puedan atender las prioridades que tienen, pero no, se ha optado por la decisión del Tribunal Constitucional el cual tenemos que respetarla, tenemos que acatarla para poder regular el gasto en publicidad estatal.

Creemos también presidente, de que este debate se pueda ampliar en otros escenarios, en algún momento dijo el congresista Castro, que los representante de la sociedad nacional de radio y televisión, no, no querían, y era cierto, decían con esto van a poder la venda en los ojos, con esto no vamos a poder hablar esto es un ley mordaza, con esto todos los periodistas se van a quedar callados, también el representante de la Sociedad Nacional de Radio y televisión tenían esa visión, pero cuando se presentó el representante de IRTP también dijo, ellos tienen antenas, la señal de canal siete, llega más lejos y de radio nacional llega más lejos, donde los medios capitalinos no llegan, pero hay recortes, hay maltratos.

Los trabajadores de IRTP, son los patitos feos o los entenados del Ministerio de Economía, ellos también necesitan tener incentivos.

Un buen periodista de canal siete, se lo compran o se lo llevan porque le ofrecen cinco mil, ocho mil o diez mil dólares más, caballeramente dicen, tengo que dar un paso al costado, puedo trabajar cinco, ocho años, ellos trabajan con servicios por tercero, no tienen vacaciones, no tienen liquidación, no tiene beneficios, tienen un contrato de servicios por terceros.

Creo que tenemos que atender también ese espacio que el Estado peruano deba dar prioridad para con los trabajadores de IRTP, con los beneficios, el mejoramiento a la señal, el mantenimiento a la antenas que deben tener IRTP.

Muchas gracias, presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Ventura.

Ahora vamos a pasar al segundo punto.

Congresista Mercedes para que responda por favor.

La señora ARÁOZ FERNÁNDEZ (PPK).— Gracias, señor presidente.

Creo que, les pediría realmente que lean el documento, ha sido consensuado con doce gremios, incluyendo a los gremios de provincias que son los que me han ayudado a armar esta agenda, estoy trabajando con ellos desde el año 2016, antes que comenzara a trabajar esta propuesta, estuve trabajando con ellos por otras razones, justamente porque me enfrenté a los grandes medios de comunicación en materia del uso del horario familiar, y me criticaron y todo, pero uno como político tiene que estar dispuesto a escuchar las críticas, pero pelear por banderas que uno cree firmemente. Y yo sí creía que teníamos que defender el horario familiar.

Entonces, aquí no hago un favor a ninguna sociedad de radio y televisión para que quede bien claro, ellos también están en el análisis, porque tengo que escuchar todas las voces, pero esta es una norma mucho más amplia, que tiene mecanismos de regulación.

Creo que la prohibición es lo peor que se puede hacer, pero también tiene mecanismos de regulación entendiendo la industria, por ejemplo, en el artículo 7.º, señor presidente, se pone claramente las condiciones de contratación de los espacios de comunicación gubernamental, no se pueden hacer concursos para contratar un medio de comunicación que tienen una sintonía diferente a otro medio de comunicación, no compiten entre sí, son modelos de negocios diferentes, pero sí, se puede planificar la publicidad y las campañas de comunicación que son fundamentales, porque ciertamente podemos comprar productos enriquecidos, estamos trabajando, yo estoy apoyando un programa con el CIP, en



materia de papa enriquecida con hierro y eso, pero eso, si no se sabe comunicar la gente no lo va a consumir.

Entonces, hay que comunicarlo, pero para eso hay que planificar la comunicación, porque para bajar los costos, no hace fijando precios, no se hace poniéndole límites a cuanto se compra en publicidad, la compra de publicidad estatal, todo el Estado en general es punto 21 por ciento del presupuesto, o sea es bastante pequeña.

El resultado de lo que nosotros generamos en publicidad del gobierno central en la publicidad, en toda la torta publicitaria que existe en el país es el 10%, o sea, no tenemos ninguna injerencia para influir en su línea editorial.

Aquí lo que había era una ley mordaza para el Estado en su comunicación con la población, no una ley mordaza para los medios de comunicación, yo creo que ellos se equivocaron al usar ese argumento a su favor, no era así, era una ley mordaza al Estado, y que hacía que entidades como las universidades públicas no pudieran comunicarse, que hacía que las cajas municipales no se pudieran comunicar, y ellos son los que mejores preciso dan en términos de interés a los usuarios que son la pequeñas empresas.

O sea, tenemos que estar listos a tender a la población, y para atenderla tenemos que comunicar nuestros servicios, pero la regulación se vuelve fundamental, aquí no es ganadores y perdedores, tenemos que pensar en la población, el ganador tiene que ser nuestros ciudadanos.

Y el ciudadano tiene que saber que en esta norma, nosotros le ponemos la obligación de hacer un plan estratégico que tenga claridad qué cosa tiene, si es pertinente, el impacto social, económico, productivo u otro resultante de esta comunicación estatal.

La definición de los mensajes y campañas, definición de la población o público objetivo, el marco legal acorde a las competencias y funciones de la entidad pública o empresa pública que va a contratar los avisos. La propuesta y justificación de la central de medios, de la selección de la central de medios a contratar.

Previsión presupuestal correspondiente que sustente el gasto a realizar en los procesos de contratación de los medios de comunicación, publicar los contratos para que no haya queja que nos se publican, sí, tienen que ser publicados en su portal web y presentarse dentro de los 10 días siguientes al vencimiento de cada trimestre, los programas, campañas.

Es decir, aquí es una propuesta que es bien completa como le digo, y tenemos a la Contraloría encima, que antes no lo estaba, la Contraloría no tenía capacidad de estar presente.

Sí tenemos que hacer mecanismos de contratación que tengan capacidad, vuelvo a decir, la gran trampa era este jueguito con la selección de las centrales de medios que eran entidades que se contrataban por órdenes de menor cuantía, que terminaban siendo un dolor de cabeza, lo que tenemos que hacer es, contrato un servicio y valoro esa contratación, si no tengo esa contratación después tiene problema el funcionario.

El funcionario no puede elegir, porque no es un experto en medios de comunicación pues, por eso tiene que contratar los servicios de una central de medios que conoce que le puede decir a usted, como pautear adecuadamente la comunicación.

Hay necesidad de hacer consultorías, y para no confundirnos, la consultoría de la capacidad escolar de los dos años era con el INEI para que el INEI mida eso, era una entidad pública con otra entidad pública para que conozcamos un poco más y le demos esa información a la población.

Es importante usar mecanismos que hagan posible la reducción de costos, pero si incluimos algunas de las propuestas que se han presentado, que son o prohibitivas o que generan una intervención de hacer que sea tan igual como son las otras adquisiciones del Estado, estamos confundiendo lo que podemos conseguir a un mejor precio con más eficacia, con menor costo para la población.

Y lo que queremos es llegar a la población al menor costo y con la mayor transparencia, y con la mayor cantidad de sanciones posibles también señor presidente, aquellos que incumplan la ley.



Pero tenemos que ser cuidadosos, porque es una industria muy diferente a la industria no sé pues, a la industria de compra de zapatos, es otro tipo de industrias.

Entonces no podemos hacer modelos de adquisiciones exactamente a las diferentes, acá tenemos que hacer un modelo que adquisición que tenga criterio de selección, transparentes, claros, pero que sepa y reconozca como es la industria de la radio difusión que es un industria bastante más compleja que otras industrias.

Muchísimas gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Aráoz.

Congresista Castro, tiene el uso de la palabra por favor.

Y tomemos en cuenta que el congresista Ochoa, está esperando para su exposición.

El señor CASTRO BRAVO ().— Así es, tiene que esperar, qué vamos hacer.

Señor presidente, creo que en la misma línea de lo que dice, sino aclarando algunas cosas, porque queremos regularizar esto, pero hay que entender, y creo que de alguna manera también la congresista Aráoz, más o menos está en eso, tenemos que compartir e incrementar esa idea, pero hay que diferenciar aquí varios espacios.

Siempre se ha tomado como referencia a las cajas municipales, pero por qué las cajas municipales necesitan otro tratamiento, porque tienen alta competencia en el mercado, tiene pues los bancos, es una guerra de publicidad, es diferente de la labor del Estado en sí, que tiene una acción que es monopólica, no hay dos Estados aquí que entran en competencia, pero sí necesitamos difundir que es diferente el concepto.

Difundir la anemia, ese tipo de cosas, por eso se habla de campañas, en el caso de las cajas municipales tienen que hacer todos los días y todo el año, cada segundo tiene que hacer publicidad, o sea, por eso es que necesitamos cuando nosotros legislemos, tenemos que legislar para grupos A, B, o grupos C. Las magnitudes de la publicidad son totalmente diferentes inclusive, una caja municipal no sé cuánto de su presupuesto anual gastará, pero tiene que gastar una cifra alta, me imagino que puede ser cinco o 10% cuando menos.

Una fábrica de cerveza es indudable que utiliza 20 o 30%, por qué, porque ese es su negocio de alta competencia, pero nosotros como Estado, justamente nuestros costos son bastante mínimos, y no pueden, por eso decíamos tiene que obedecer a algún porcentaje de los cada uno de los presupuestos, en todo caso para las cajas municipales.

Nosotros como Estado para llegar a algunos sectores importantes tenemos que destinar, así como se ha limita en este momento yo creo que es, o se ha pretendido limitar en el caso del Congreso, ¿no? Que no gaste más allá del medio por ciento, o sea, cero punto cuarenta y cinco, de igual forma entremos a tallar en cada uno de los sectores de tal manera que no tenemos exceso en los gastos en cada uno de los ministerios, también pongámosle unos límites a sus consultorías, sin llegar a hacer que el Estado no funcione por supuesto, pero lleguemos a optimizar cada uno de los recursos de tal forma que nos permita actuar de una manera.

Porque en el fondo es, cómo distribuimos lo mejor posible el presupuesto nacional, que eso es la gran carencia de lo que tenemos en este momento, volvemos a repetir, y lo sabe muy bien nuestra congresista Aráoz, no tenemos recursos infinitos, y uno de los grandes problemas es la escasa priorización que la que hacemos en el país, ¿no?

Yo con eso quiero finalizar, pero volvamos a no podemos confundir cajas municipales con la actividad normal del Estado en todo caso, ¿no?

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE.— Muchas congresista Castro.

La señora ARÁOZ FERNÁNDEZ (PPK).— Brevemente, presidente.



Quizá para precisar, la propuesta de ley, hace una diferenciación, y si hubiera estado el congresista más temprano quizás lo hubiera escuchado, hace una diferenciación entre comunicación estatal y publicidad, la publicidad y está en el artículo 4.º y 5.º, en la publicidad de habla de las empresas públicas, y ahí están justamente las que hacen publicidad, y los que hacen comunicación estatal, que son los mensajes que se tiene que hacer para poder comunicar como Estado, las acciones que está haciendo el Estado a favor de la población. (7)

Y por eso, lo que se busca es reducir los costos, pero hacerlo no, poniéndole un tope, porque eso realmente los topes van a ser naturales cuando veamos los resultados de poder reducir los costos donde están, por ejemplo, esos dos millones que yo mencionaba, claro, yo ahorro porque gasto cinco mil soles en una central de medios bamba, ¿no? Pero me gasto dos millones en publicidad, porque ese señor le está cobrando 20% adicional a un ente, ahí me ahorro dos millones de soles, ahí comenzamos los ahorros.

Yo puedo medir como puedo ir ahorrando en función a una correcta planificación, si yo no pido tanda, si yo no pido ciertas cosas que hacen daño al sistema, yo reduzco los costos, desde ese lado es donde está la forma de reducir y hacer más eficiente el gasto, sin ponerle topes, porque hay momentos donde hay que hacer publicidad, sí, la emergencia que teníamos de una sola fuerza, nos unimos todos, hasta el Congreso estuvo unido en este proceso, porque teníamos que llevar el mensaje de cómo llevábamos y proveíamos los servicios y donde llegaban y dónde estaban los productos, sin esa publicidad no llegaba a saber la gente donde recoger lo que necesitaba.

Sí hay que hacer campaña, sí hay que estar presentes como Estado, cualquier gasto mal hecho también tiene un medio de sanción, y ahí es donde tenemos que medir la sanción, la sanción entra a la Contraloría, la Contraloría puede llevarnos hasta demandas que pueden llevar hasta la inhabilitación.

Veamos a ser más eficiente, pero dentro de unas reglas que son de economía social de mercado tal como manda nuestra Constitución.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Aráoz.

Vamos a pasar al segundo punto.

Tenemos la sustentación del Proyecto de Ley 3142, a cargo del señor congresista Edgar Ochoa, autor de la iniciativa mediante el cual propone establecer los mecanismos y criterios mediante los cuales el Estado peruano en todas sus instancias destinaran y contrataran publicidad de prensa escrita, radio, televisión, redes sociales u otras personas naturales y jurídicas dedicadas a la comunicación y publicidad.

Congresista Edgar Ochoa, tiene uso de la palabra para que pueda sustentar su proyecto.

El señor OCHOA PEZO (NP).— Muchas gracias, presidente.

Por intermedio suyo, saludar a los señores congresistas.

Solo quiero señalar, presidente, que el Proyecto de Ley denominado "Regula la publicidad estatal" Tiene un punto de partida central, y este punto de partida central, tiene que ver con el derecho fundamental que tenemos los peruanos y las peruanas de acceder a información sobre lo que el Estado Peruano viene desarrollando, es decir, la iniciativa fundamental se basa en que los peruanos tenemos el derecho de estar informados sobre la previsión de acciones, el desarrollo de acciones, las oportunidades generadas por el Estado para los peruanos, para los ciudadanos.

En ese sentido, presidente, es también un mecanismo de control de lo que el Estado peruano, el sector público está haciendo, y sobre el cual los ciudadanos podemos ejercer sino una percepción, también una acción.

por ello creemos y estamos convencidos que los medios de comunicación son un actor fundamental en el desarrollo del Estado, en la estabilidad democrática, y en la gobernanza de nuestro país.

También es cierto que el punto de partida del proyecto de ley, tiene que ver con el derecho que tiene los profesionales de las comunicaciones al contratar con el Estado, porque una ley anterior antes de ser



declarada inconstitucional impedía prácticamente a los profesionales de la comunicación a tener oportunidades de contratar con el Estado, sería el único sector profesional impedido de contratar con el Estado. Y obviamente el derecho del desarrollo empresarial del país.

Por ello, presidente, quiero comentar que este proyecto de ley fue desarrollado en la región Cusco, con los profesionales de los medios de comunicación del Cusco, por eso quiero agradecer a la Asociación de Periodistas del Cusco, a la Federación de Periodistas de Cusco, al Colegio Profesional de Periodistas y Comunicadores del Cusco, porque con ellos se ha tenido diversas y diferentes reuniones y consensuado, presidente, el texto que hemos presentado. Es un proyecto que tiene legitimidad y legalidad obviamente con los profesionales del Cusco.

En ese sentido, quiero señalar, señor presidente, la situación actual como sabemos nosotros, hacia el 15 de junio de este año, se publica una ley, que es la ley de publicidad Estatal, incluso ha tenido una adjetivación como la ley mordaza, pero sin embargo, ya en octubre de este mismo año el Tribunal Constitucional declara inconstitucional este proyecto de ley, y aquí es importante señalar, presidente, esta percepción que presentó el magistrado del Tribunal Constitucional Eloy Espinoza Saldaña, quien señala que hablar de una prohibición casi absoluta, es entonces romper con una proporcionalidad y cae en una inconstitucionalidad.

entonces, presidente con la declaratoria de esta inconstitucionalidad de la ley, exige hoy más que antes la urgencia de poder debatir una ley que regule la publicidad estatal.

En ese sentido, queremos señalar cual es la problemática a la que pretendemos responder; desde la percepción de los profesionales también del Cusco, se asume de que existe en la normatividad vigente, ahora ya también en la normatividad que ha sido declarada inconstitucional, la vigencia de vulneración de algunos derechos constitucionales.

Por otro lado, presidente, hay un reconocimiento de que los medios de carácter nacional no tienen una presencia, una llegada de carácter local y regional, en la dimensión en la que se debería llegar si es que queremos atender al derecho fundamental de los ciudadanos a estar informados, tanto en el ámbito nacional, regional como en el ámbito local.

Y por otro lado, reconocer que existe en la legislación latinoamericana la regulación sobre la publicidad pero más no la prohibición de la publicidad, amparado en esto, presidente, queremos señalar también que existe la necesidad de establecer un esquema regulatorio de la publicidad estatal que define de manera clara los espacios, las entidades que actúan en la complementariedad del derecho del Estado a informar, y de la población a estar informado.

Así mismo, la normatividad propuesta, incide en la distribución de los niveles porcentuales para invertir en publicidad nacional, en publicidad regional y en publicidad local, en las regiones, provincias y distritos es común la contratación de publicidad estatal con personas naturales y jurídicas, por lo que se debe obviamente incluir un marco regulatorio.

¿Qué propone el proyecto de ley? El proyecto de ley propone establecer mecanismos y criterios, mediante los cuales el Estado peruano en todas sus instancias destinará contratación de publicidad en prensa escrita, radio televisión, redes sociales o eventualmente con otras personas naturales y jurídicas dedicadas a la comunicación y a la publicidad.

Los contratos de publicidad que establezcan no debería exceder el 0.3% de su presupuesto institucional, lo que hemos hecho aquí, presidente, es identificar, por ejemplo, cuánto más o menos es el presupuesto que destina cada sector o cada entidad a efectos de comunicar lo que está haciendo, a efectos de trabajar el tema de campañas y otro tipo de aspectos que mantenga informada a la población, y lo que hemos identificado presidente, es que es aproximadamente el 0.3% de la entidad central, pero creemos además presidente, que esta ley debe tener un carácter de justicia y de descentralización, por ello estamos convencidos que se tiene que descentralizar el presupuesto para la publicidad.

En ese sentido, el proyecto de ley, presenta una fórmula, del presupuesto total que se estima se gasta cada entidad central, el 50% puede tener un carácter nacional, el 40% puede tener un carácter regional y el 10% tendría que tener un carácter local.



Esto es un simple hecho, no solamente de vocación descentralizada, sino también de un acto de justicia, porque el mecanismo comunicacional, señor presidente, tiene que estar fundamentalmente centrado en lo que se llama pertenencia cultural, es decir, los mecanismos comunicacionales, tiene que responder al público objetivo, a las metas y a los objetivos que pretende la publicidad estatal.

Por eso, nosotros en el proyecto de ley, en el artículo 5.º, establecemos por ejemplo, requisitos de la entidad estatal para establecer el tema de la publicidad, y entre ellos, por ejemplo, el inciso A) señala establecer un plan de estrategia publicitaria acorde a los planes estratégicos de la entidad o la dependencia, qué implica, que la entidad estatal que quiera comunicar algo tiene que estar esta comunicación en el marco de un plan estratégico comunicacional; señalar además que este plan estratégico comunicacional, tiene que reconocer el público objetivo las metas y los resultados esperados.

¿Cómo lo lograremos? La idea obviamente es derogar la Ley 28874, y aprobar la nueva ley o una nueva ley que regule la publicidad estatal.

¿Qué es lo que ganamos? ¿Cuál es el valor social de este proyecto de ley? Reducir en gran medida los gastos en lo que las entidades estatales puedan incurrir al no tener una norma de carácter regulatoria como la presente, pero además, presidente, una ley que regule la publicidad Estatal, permite devolver y respetar el derecho de los ciudadanos a estar informados.

Presidente, el proyecto de ley, de regulación de publicidad estatal devuelve al ciudadano peruano el derecho de estar informado sobre lo que su Estado está desarrollando y sobre además, la utilización de sus impuestos en la necesidad de conocer lo que el Estado está ejecutando.

Esto es en concreto presidente, en aras del tiempo en el que estamos ahora inmersos, con todo respeto, presidente, estamos discutiendo el presupuesto de 2019 del sector educación, pero agradezco la invitación para poder presentar este proyecto de ley que insistimos, presidente, devuelve a los peruanos el derecho a estar informados sobre las oportunidades, acciones que desarrolla el Ejecutivo en nuestro país.

Muchas gracias, presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Ochoa.

Algún congresista que desea hacer uso de la palabra.

Congresista Castro tiene el uso de la palabra.

El señor CASTRO BRAVO ().— Vamos a partir por la parte final, señor presidente, cuando nos dice el congresista Ochoa, que el gasto por publicidad no excederá el 0.3%, si hubieran sacado la cuenta cuanto significa el 0.3% de casi mil ciento sesenta y nueve mil millones que vamos a manejar el próximo año, o este que estamos en el orden de los ciento cincuenta y siete mil, estamos aproximadamente superando los quinientos millones de soles anuales.

Y justamente la materia de disputa aquí, fue porque habíamos gastado el año, es de doscientos veintidós millones de soles en el año 2014 creo que ha sido, o el 2016, pero bueno, esa era la recusación que se hizo en ese momento.

Y si ustedes están partiendo de esa teoría ya, no sé, pero parece que no hubieran hecho el cálculo correspondiente, es necesario analizar toda la secuencia histórica de los años anteriores, porque el 0.3%, por eso estamos yendo simplemente a los efectos, ¿no? Es necesario revisar el presupuesto actual y el presupuesto del próximo año y 0.3% resultaría siendo ser una cifra, de repente la cifra que ustedes estudiaron y dentro del cuadro de su proyecto estaría bien, pero fue materia justamente de que el exceso era demacrado en función de, por eso fue el motivo de todos los debates anteriores, ¿no?

Gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Castro.

Damos la bienvenida a la congresista Karla Schaefer.

El señor PRESIDENTE.— Congresista Ochoa.



El señor OCHOA PEZO (NP).— Presidente, la naturaleza del artículo es básicamente poner un marco de techo presupuestal, es decir no es un tema que esté libre ni abierto, esto responde al histórico que se ha estado viendo como entidad central, de hecho es el dictamen el que va determinar si el tope es 0.1%, 0.05%, eventualmente el criterio técnico se podrá establecer, pero sí creemos, presidente, **(8)** que tiene que haber un techo presupuestal y sobre el marco del techo presupuestal tiene que garantizarse que los recursos, presidente, bajen a los niveles regionales y bajen a los niveles locales.

Lo que se ha visto en los últimos años es que la contratación de los medios de comunicación es de carácter nacional. Si nos centramos en una entidad ministerial las campañas o la comunicación de oportunidades ciudadanas son a través de medios nacionales. Muchos de estos, incluso, presidente, habría que ver en la regulación, en programas que hacen mucho daño a la institucionalidad familiar, social, promotoras de violencia, etcétera. Incluso ahí hay que poner una regulación adicional, pero la contratación del Estado en medios nacionales tiene que ser regulado.

Estamos convencidos nosotros de que el Estado tiene que mirar a las empresas comunicaciones por un lado, que son de carácter nacional, donde además, incluso, los profesionales de prensa son trabajadores a sueldo; sin embargo, en el nivel local los profesionales de medios son usuarios de dueños o propietarios de medios, y que ellos tienen que agenciar el pago del alquiler de un espacio, para poder acceder a contratar con el Estado.

Entonces, ahí tenemos que diferenciar. Entonces, se tiene que generar también dinámica económica en el nivel local, pero sobre todo el espíritu de que esto sea descentralizado creemos que es un acto de justicia porque la comunicación tiene que tener pertinencia local.

Muchas gracias, presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Ochoa.

Congresista Mercedes Aráoz, tiene uso de la palabra.

La señora ARÁOZ FERNÁNDEZ (PPK).— Gracias, señor presidente.

Si el monto total del presupuesto gastado ha llegado a ser punto 21 del presupuesto total, pero la propuesta que está planteando es punto tres de presupuesto institucional. Y ahí concuerdo con el congresista Castro, es que cada institución diferente. Entonces, ponerle un tope ciego hace imposible llegar adecuadamente.

Hay empresas públicas que sí necesitan hacer más publicidad, hay otras que van a necesitar hacer menos participación de comunicación, entonces, no tiene un sentido ponerme un tope en genérico en ese sentido.

De igual manera, la asignación presupuestal ciega tampoco tiene sentido. La propuesta que nosotros traemos es una asignación sobre la base de un estudio técnico, sobre la cual uno se basa de cómo llegar al público objetivo, saber exactamente y planificada mente cómo llegar a ese público que puede ser, ciertamente que me lleve a gastar más en provincias, porque estamos asegurándonos que llegue a la población objetiva.

Lo que tenemos que asegurarnos es la calidad del servicio, que sea medible y podamos saber, como lo comentó el congresista Ventura, si tuvimos impacto o no al implementar esa comunicación estatal, no irnos al revés. Ya el otro punto sí me parece más sensible, que es el tema de contratar personas naturales. Justamente ahí es donde podríamos tener los grandes problemas de periodistas que aparecen en los medios de comunicación muy usualmente... Pseudo periodistas, no voy a decir, periodistas, porque yo respeto la profesión de periodistas. Pero pseudo periodistas que contratan en una radio o en la televisión local un espacio de una hora y comienzan a usar a eso como una herramienta, o de alabo de la autoridad local o de disparar contra la autoridad local, depende como le asignen los presupuestos. Creo que eso es el riesgo de hacer una asignación a personas naturales.

Gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Aráoz.



WILIAN MONTEROLA ABREGU
PRESIDENTE

Congresista Roy Ventura.

El señor VENTURA ÁNGEL (FP).— Presidente, con esta ley o con esta iniciativa legislativa no queremos ser tan reglamentaritas. Nosotros lo que tenemos que hacer es dar el marco legal correspondiente para que no se escapen de ese marco. Lo que han hecho el 2014, han abierto la llave. ¡Válgame Dios! Han gastado millones y millones de soles porque no había un marco legal.

No queremos ser tan reglamentarias, porque eso ya el reglamento lo va a tener que dar, cuántos son los topes de acuerdo a un estudio técnico, cuáles van a ser los procedimientos, eso podemos ponerlo en la ley. Que se tiene que transparentar, que tiene que estar los contratos públicamente en la página web para saber si están rindiendo o no el objetivo, si está alcanzando o no el objetivo para qué fueron contratados.

Repito, porque cada momento vamos a estar modificando la ley. Va a ser un zafarrancho. Creemos que podamos hasta antes de diciembre sacar ya una nueva ley, porque se viene la ejecución presupuestal 2019. Nuevamente si dejamos la puerta abierta va a pasar lo que han hecho en distintos gobiernos y posiblemente sea este gobierno porque también este gobierno con el señor congresista Villanueva a la cabeza de PCM al parecer no está enviando los informes. Si ha enviado los informes trimestrales excelente, pero no tengo reporte todavía expreso de que haya llegado los reportes trimestrales de cuánto han gastado en publicidad estatal.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias.

Congresista Schaefer. Y luego usted cierra esto.

La señora SCHAEFER CUCULIZA (FP).— Saludarle, presidente; a los colegas congresistas y todas las personas que nos acompañan.

Que bueno que haya puesto en debate estos dos proyectos. Creo que se generó un vacío con la ley que se aprobó en su momento. Bien lo ha dicho el congresista Roy Ventura.

Nosotros teníamos un gasto en lo que es publicidad, que para mí es muy importante, para manejar temas que debe conocer las personas, las leyes que pueden beneficiarlo y que hay un desconocimiento, una falta de información adecuada a la población en general y para políticas públicas nacionales en tema de salud, educación es muy importante los medios de comunicación. Pero yo creo que acá, presidente, es un tema bastante técnico, que se tiene que hacer un análisis técnico.

Bien lo ha dicho la congresista Mercedes Aráoz, nosotros tenemos que tener, para empezar bien clara que se está contratando a medios formales, porque hay muchas radios piratas, especialmente yo vengo de la región Piura. Y los alcances de esa radio, su rating. Porque por decirle, en las provincias, especialmente en las zonas rurales donde hay menos posibilidad de acceso a la información el medio que se utiliza es la radio.

Y acá lamentablemente hemos visto que en los últimos años por una mala decisión, considero yo, de haber exonerado el artículo 27 de la Ley de Contrataciones sin precio referencial, vimos un gasto expotencial. Por supuesto, los medios de comunicación no iban a decir nada, si eran los grandes beneficiarios. Es como a que a usted le compra un sol y de la noche a la mañana le compran cinco, y es de manera formal. Entonces, yo feliz y no digo nada.

Entonces, sí es importante en lo que es el tema de regulación. Yo estaba trabajando un proyecto especialmente para el uso de las radios regionales, que hay 700, que acá lo hemos recibido con usted, con el congresista Roy Ventura, y congresistas que nos acompañan. Imagínese, de los 1000 millones que se pudo gastar casi en el gobierno del señor Ollanta ni siquiera el 1% habían sido derivados. Y realmente por decirte que tomaban mucho el tema de la anemia.

Cuanto más plata se ha gastado en publicidad —ojo, analicen— hemos tenido peores indicadores de anemia. Entonces, no hay una relación. Yo creo que ha sido mal enfocado, se ha utilizado el medio inadecuado. Aparte de acá de no es solo un tema de que los niños tomen los micronutrientes, sino es un tema de malnutrición, porque las personas tienen la posibilidad de alimentar adecuadamente a sus hijos, pero no lo hacen. Y ojo, acá a los colegas congresistas, hay que reflexionar.



El último indicador terrible dado por Endes, el año pasado, 2017, donde más se incrementa la anemia en primera infancia es en Lima, presidente, 8%, que tiene acceso a los medios pero imagínese. Entonces, acá hay un tema de malnutrición, porque los indicadores en otras regiones sí habían disminuido.

Hay casos tristes, como Rinconada en Puno, que puede llegar a un 72%. Yo tengo casos muy fuertes en Rinconada [...?], por decirle, que teniendo mar cerca a campo, 58, 60% de anemia. Son indicadores alarmantes. Yo acabo de venir de la Cumbre de Lucha contra el Hambre, e imagínense, Paraguay se alerta de tener 6% de anemia, o Paraguay 8% de anemia, presidente, entonces, imagínese.

Entonces, yo sí creo que acá tenemos que trabajarlo de una manera muy técnica para poder llevar esas políticas públicas. Y como bien lo ha dicho el congresista Aráoz, que nos permita monitorear esa información que se está haciendo, porque si a simple ojo vemos la inversión que se ha hecho en los últimos años, dígame que impacto ha tenido. La violencia sigue creciendo. Sí, o sea, la gente realmente ahora denuncia, por eso nos alarmamos, pero la agresividad que vemos en la población, que es un tema también de violencia; no está funcionando las políticas públicas para poder educar, sensibilizar, formar a la población de una manera adecuada.

Entonces, yo creo que acá es importantísimo trabajar ese tema. Hagamos mesas durante este mes que queda y poder sacar ese proyecto de ley, para comenzar un año 2019 de una manera adecuada y de utilizar los recursos públicos realmente para que tengan un impacto.

Gracias, presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Karla Schaefer.

Congresista Ochoa.

El señor OCHOA PEZO (NP).— Muchas gracias, presidente.

Presidente el proyecto de ley en el artículo 5, 6 y 7 habla de requisitos de la entidad estatal para poder contratar de los criterios generales de la contratación, pero además también de las prohibiciones de contratación. Entonces, creo que es ahí donde hay que plantear el marco de regulación. De hecho el Estado no contrata con pseudo periodistas ni con pseudo profesionales, pseudo economistas, pseudo... Contrata con profesionales.

Pero sí, presidente, hay que tomar en referencia que tampoco no puede ser abierto. Por poner un ejemplo, presidente, con todo respeto, por mencionar una empresa nacional —no la mencionar—, de alcance nacional, una empresa de comunicación de alcance nacional, tiene en cada una de nuestras regiones programas descentralizados, espacios descentralizados. Y, entonces, el Estado hace una contrata nacional y luego el ámbito local tiene que buscarse también su mecanismo de financiamiento de ese espacio regional, ya sea noticia, programa X, programa Y. Entonces, ¿qué pasa? El ministerio X contrata con este medio de carácter nacional para un alcance nacional. En el nivel regional él también tiene que hacer una contratación para el alcance regional.

Entonces, presidente, creo que sí tiene que haber un mecanismo de regulación. Por eso nosotros sí creemos que tiene que haber un techo. Habrá excepciones, ¿no es cierto? Sospecho que el Ministerio de Producción y Turismo tendrá otros criterios, o Educación, no sé, eventualmente otras, pero creemos sí, presidente, que tiene que haber también ahí un techo sumado a los criterios y objetivos comunicacionales, que deben estar establecidos en un plan estratégico comunicacional del Estado, presidente.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias, congresista Ochoa.

Colegas congresistas, agradeciéndoles su presencia, siendo las 11:11 h, del martes 20 de noviembre de 2018, se levanta la sesión.

Muchas gracias.

—A las 11:11 h, se levanta la sesión.