

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

“La persuasión es una técnica mucho más efectiva que la ley a la hora de modificar comportamientos. De hecho, sin persuasión ninguna ley surte efecto”¹

A diario los ciudadanos vivimos y observamos situaciones conflictivas cuya solución requiere algún tipo de normativa, entonces se establecen leyes, reglamentos u ordenanzas, que en la práctica no pasan de ser “amables sugerencias”², ya sea por los limitados recursos disponibles para el control de su cumplimiento o la falta de “compromiso” de los órganos de responsables de hacerlas cumplir.

“Prohibido arrojar basura”; “No vender alcohol a menores de edad”; “Elimine de su casa los criaderos del aedes aegypti”; “Use casco”; “destruir señales es delito”; “Fumar produce cáncer y enfermedades respiratorias”; “No venda su voto”; etc. son advertencias o recomendaciones respaldadas por alguna ley, reglamento u ordenanza sobre las que nadie duda su pertinencia y utilidad social, pero que en la práctica, no tienen efecto alguno debido a que la población o no está suficientemente informada o no es consciente de las consecuencias individuales o sociales vinculadas a su omisión o no cumplimiento, es decir, no ha sido persuadida.

Por otro lado, es un hecho suficientemente demostrado que los medios de comunicación masivos, radio, televisión e Internet, son poderosas herramientas a través de las cuales es posible concienciar a la población y generar cambios de comportamiento a gran escala. Los anuncios, orientados fundamentalmente a los niños y los jóvenes y creativamente elaborados, pueden influenciar positivamente su conciencia o comportamiento futuro, compensar los “malos ejemplos” que hoy reciben de la sociedad de manera a transformarlos en agentes promotores de conductas éticas y conciencia social para la generación de sus mayores.

La gran influencia de la publicidad en la mente y comportamiento futuro de la niñez y la adolescencia, contrasta con la ausencia total de anuncios en radio, televisión e Internet que los informen y orienten en temas tan importantes como la educación, la salud, el medioambiente, los derechos de los grupos vulnerables, las conductas cívicas y el respeto a lo público.

Si desde edad temprana los niños y los jóvenes tienen la oportunidad de ver y escuchar anuncios con contenido positivo, expuestos en forma creativa de manera constante y en un estilo apropiado, las probabilidades de influir en su conducta futura son mucho mayores, por tanto, la “ganancia social” de prevenir en lugar de remediar será sin lugar a dudas, muy positiva.

“Es por ello que hoy en día no podemos negar la gran influencia de la publicidad en nuestras vidas, se podría decir y afirmar que la juventud de ahora es producto, en gran parte, del efecto publicitario al que se ha expuesto, lo que nos lleva a deducir un contexto a futuro, en el que las nuevas generaciones llegarán a ser influenciadas en un cien por ciento por la publicidad”³

Este proyecto tiene por objetivo generar incentivos económicos y de visibilidad para la producción y difusión de anuncios de interés público dirigido a propietarios de medios de comunicación, las empresas y los ciudadanos en general, que deseen utilizar el poder de la publicidad como medio para informar y concienciar fundamentalmente a los niños y los jóvenes acerca de temas de interés público.

Creará un espacio de participación voluntario donde los contribuyentes puedan canalizar parte de sus impuestos hacia temas que respondan a sus intereses, coordinándolos específicamente en publicidad de anuncios que generen un alto impacto en la modificación de comportamientos sobre temas en los que existe consenso ciudadano.

Conjuga los intereses del gobierno, empresas y ciudadanía en general, al fomentar la producción y difusión de anuncios publicitarios orientados a que:

- La sociedad sea consciente de la importancia de la educación y le dé su apoyo,
- La salud pública tenga en la ciudadanía un aliado para la implementación de sus planes,
- La población sea consciente de la necesidad de preservar el medioambiente,
- Se promuevan acciones para el cumplimiento de los derechos de grupos vulnerables y
- Se adopten conductas cívicas y respetuosas de lo que es público.

¹ Baronesa Peta Buscombe, directora ejecutiva, Advertising Association, Gran Bretaña

² Daniel Codas, Ingeniero Civil, paraguayo.

³ Milagros Elvira Castro Gora, “Influencia de la publicidad en el comportamiento de los jóvenes y adolescentes”, 2008

Consiente del gran impacto que tienen las campañas de publicidad masiva, la propuesta PROHÍBE que éstas sean utilizadas para fines proselitistas de cualquier naturaleza, o para fines ideológicos o religiosos.

Para fines operativos, será la Secretaría Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicación (SENATICs), quien realizará las correspondientes acciones para dar cumplimiento a lo estipulado en la propuesta. Se propicia el control ciudadano, como instrumento a fin de velar el cumplimiento de lo establecido en este proyecto de Ley.

Establece que la producción, y emisión de los anuncios en la franja horaria comprendida entre las 07:00 y las 22:00 horas, serán consideradas como gastos, a precios de mercado, por los licenciarios de medios de comunicación que operan con fines comerciales. Igualmente, las empresas y ciudadanos en general que deseen difundir los anuncios a través de Internet y en los sitios web autorizados por el Consejo, considerarán estos aportes como gastos. Este mismo criterio rige para aquellas empresas o ciudadanos que decidan producir anuncios y los cedan a favor de la SENATICs.

De esta manera se establece un primer incentivo económico a para que los anuncios lleguen al público objetivo, a través de diferentes medios de comunicación como televisión, radio e Internet.

A fin de reconocer el apoyo a esta propuesta, y como segundo incentivo, los anuncios podrán identificar - según corresponda - a los medios de comunicación, empresas y ciudadanos en general que apoyen en la producción o emisión de los anuncios.

Como tercer mecanismo de incentivo, anualmente se establecerá una premiación para quienes hayan contribuido con la producción de los anuncios de mayor impacto, y para aquellas empresas o licenciarios que demostrasen compromisos extraordinarios para su difusión.

La SENATICs, será la encargada del registro de los licenciarios, empresas y ciudadanos que decidan apoyar la iniciativa en su difusión o producción, de manera tal a generar los documentos con los cuales podrán certificar en sus registros contables, los gastos realizados.

La implementación de la presente propuesta, representa un importante apoyo al cumplimiento de al menos 22 artículos establecidos de la Constitución Nacional, entre los cuales se encuentran:

Artículo 7 - DEL DERECHO A UN AMBIENTE SALUDABLE

Toda persona tiene derecho a habitar en un ambiente saludable y ecológicamente equilibrado. Constituyen objetivos prioritarios de interés social la preservación, la conservación, la recomposición y el mejoramiento del ambiente, así como su conciliación con el desarrollo humano integral. Estos propósitos orientarán la legislación y la política gubernamental pertinente.

Artículo 26 - DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE PRENSA

Se garantizan la libre expresión y la libertad de prensa, así como la difusión del pensamiento y de la opinión, sin censura alguna, sin más limitaciones que las dispuestas en esta Constitución; en consecuencia, no se dictará ninguna ley que las imposibilite o las restrinja.

No habrá delitos de prensa, sino delitos comunes cometidos por medio de la prensa.

Toda persona tiene derecho a generar, procesar o difundir información, como igualmente a la utilización de cualquier instrumento lícito y apto para tales fines.

Artículo 27 - DEL EMPLEO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El empleo de los medios de comunicación es de interés público; en consecuencia, no se los podrá clausurar ni suspender su funcionamiento.

No se admitirá la prensa carente de dirección responsable.

Se prohíbe toda práctica discriminatoria en la provisión de insumos para la prensa, así como interferir las frecuencias radioeléctricas y obstruir, de la manera que fuese, la libre circulación, la distribución y la venta de periódicos, libros, revistas o demás publicaciones con dirección o autoría responsable.

Se garantiza el pluralismo informativo.

La ley regulará la publicidad a los efectos de la mejor protección de los derechos del niño, del joven, del analfabeto, del consumidor y de la mujer.

Artículo 28 - DEL DERECHO A INFORMARSE

Se reconoce el derecho de las personas a recibir información veraz, responsable y ecuánime.

Las fuentes públicas de información son libres para todos. La ley regulará las modalidades, plazos y sanciones correspondientes a las mismas, a fin de que este derecho sea efectivo.

Toda persona afectada por la difusión de una información falsa, distorsionada o ambigua tiene derecho a exigir su rectificación o su aclaración por el mismo medio y en las mismas condiciones que haya sido divulgada, sin perjuicio de los demás derechos compensatorios.

Artículo 38 - DEL DERECHO A LA DEFENSA DE LOS INTERESES DIFUSOS

Toda persona tiene derecho, individual o colectivamente, a reclamar a las autoridades públicas medidas para la defensa del ambiente, de la integridad del hábitat, de la salubridad pública, del acervo cultural nacional, de los intereses del consumidor y de otros que, por su naturaleza jurídica, pertenezcan a la comunidad y hagan relación con la calidad de vida y con el patrimonio colectivo.

Artículo 46 - DE LA IGUALDAD DE LAS PERSONAS

Todos los habitantes de la República son iguales en dignidad y derechos. No se admiten discriminaciones. El Estado removerá los obstáculos e impedirá los factores que las mantengan o las propicien. Las protecciones que se establezcan sobre desigualdades injustas no serán consideradas como factores discriminatorios sino igualitarios.

Artículo 48 - DE LA IGUALDAD DE DERECHOS DEL HOMBRE Y DE LA MUJER

El hombre y la mujer tienen iguales derechos civiles, políticos, sociales, económicos y culturales. El Estado promoverá las condiciones y creará los mecanismos adecuados para que la igualdad sea real y efectiva, allanando los obstáculos que impidan o dificulten su ejercicio y facilitando la participación de la mujer en todos los ámbitos de la vida nacional.

Artículo 54 - DE LA PROTECCIÓN AL NIÑO

La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de garantizar al niño su desarrollo armónico e integral, así como el ejercicio pleno de sus derechos protegiéndolo contra el abandono, la desnutrición, la violencia, el abuso, el tráfico y la explotación. Cualquier persona puede exigir a la autoridad competente el cumplimiento de tales garantías y la sanción de los infractores.

Los derechos del niño, en caso de conflicto, tienen carácter prevaleciente.

Artículo 55 - DE LA MATERNIDAD Y DE LA PATERNIDAD

La maternidad y la paternidad responsables serán protegidas por el Estado, el cual fomentará la creación de instituciones necesarias para dichos fines.

Artículo 56 - DE LA JUVENTUD

Se promoverán las condiciones para la activa participación de la juventud en el desarrollo político, social, económico y cultural del país.

Artículo 57 - DE LA TERCERA EDAD

Toda persona en la tercera edad tiene derecho a una protección integral. La familia, la sociedad y los poderes públicos promoverán su bienestar mediante servicios sociales que se ocupen de sus necesidades de alimentación, salud, vivienda, cultura y ocio.

Artículo 58 - DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS EXCEPCIONALES

Se garantizará a las personas excepcionales la atención de su salud, de su educación, de su recreación y de su formación profesional para una plena integración social.

El Estado organizará una política de prevención, tratamiento, rehabilitación e integración de los discapacitados físicos, psíquicos y sensoriales, a quienes prestará el cuidado especializado que requieran. Se les reconocerá el disfrute de los derechos que esta Constitución otorga a todos los habitantes de la República, en igualdad de oportunidades, a fin de compensar sus desventajas.

Artículo 60 - DE LA PROTECCIÓN CONTRA LA VIOLENCIA

El Estado promoverá políticas que tengan por objeto evitar la violencia en el ámbito familiar y otras causas destructoras de su solidaridad.

Artículo 70 - DEL RÉGIMEN DE BIENESTAR SOCIAL

La ley establecerá programas de bienestar social mediante estrategias basadas en la educación sanitaria y en la participación comunitaria.

Artículo 71 - DEL NARCOTRÁFICO, DE LA DROGADICCIÓN Y DE LA REHABILITACIÓN

El Estado reprimirá la producción, y el tráfico ilícito de las sustancias estupefacientes y demás drogas peligrosas, así como los actos destinados a la legitimación del dinero proveniente de tales actividades. Igualmente combatirá el consumo ilícito de dichas drogas.

La ley reglamentará la producción y el uso medicinal de las mismas.

Se establecerán programas de educación preventiva y de rehabilitación de los adictos, con la participación de organizaciones privadas.

Artículo 73 - DEL DERECHO A LA EDUCACIÓN Y DE SUS FINES

Toda persona tiene derecho a la educación integral y permanente, que como sistema y proceso se realiza en el contexto de la cultura de la comunidad. Sus fines son el desarrollo pleno de la personalidad humana

y la promoción de la libertad y la paz, la justicia social, la solidaridad, la cooperación y la integración de los pueblos; el respeto a los derechos humanos y los principios democráticos; la afirmación del compromiso con la Patria, de la identidad cultural y la formación intelectual, moral y cívica, así como la eliminación de los contenidos educativos de carácter discriminatorio. La erradicación del analfabetismo y la capacitación para el trabajo son objetivos permanentes del sistema educativo.

Artículo 75 - DE LA RESPONSABILIDAD EDUCATIVA

La educación es responsabilidad de la sociedad y recae en particular en la familia, en el Municipio y en el Estado.

El Estado promoverá programas de complemento nutricional y suministro de útiles escolares para los alumnos de escasos recursos.

Artículo 89 - DEL TRABAJO DE LAS MUJERES

Los trabajadores de uno y otro sexo tienen los mismos derechos y obligaciones laborales, pero la maternidad será objeto de especial protección, que comprenderá los servicios asistenciales y los descansos correspondientes, los cuales no serán inferiores a doce semanas. La mujer no será despedida durante el embarazo, y tampoco mientras duren los descansos por maternidad.

La ley establecerá el régimen de licencias por paternidad.

Artículo 90 - DEL TRABAJO DE LOS MENORES

Se dará prioridad a los derechos del menor trabajador para garantizar su normal desarrollo físico, intelectual y moral.

Artículo 123 - DE LA INICIATIVA POPULAR

Se reconoce a los electores el derecho a la iniciativa popular para proponer al Congreso proyectos de ley. La forma de las propuestas, así como el número de electores que deban suscribirlas, serán establecidas en la ley.

Artículo 128 - DE LA PRIMACIA DEL INTERES GENERAL Y DEL DEBER DE COLABORAR

En ningún caso el interés de los particulares primará sobre el interés general. Todos los habitantes deben colaborar en bien del país, prestando los servicios y desempeñando las funciones definidas como carga pública, que determinen esta Constitución y la ley.

Artículo 140 - DE LOS IDIOMAS

El Paraguay es un país pluricultural y bilingüe. Son idiomas oficiales el castellano y el guaraní. La ley establecerá las modalidades de utilización de uno y otro.

Las lenguas indígenas, así como las de otras minorías, forman parte del patrimonio cultural de la Nación.

Esta iniciativa considera apelar a la intención de los ciudadanos comprometidos con el Paraguay, entre los cuales se están los licenciarios, en colaborar en la construcción de una sociedad mejor.

Utilizando mecanismos de incentivo, apelando a la conciencia de la ciudadanía y a las acciones de responsabilidad social empresarial, se creará un espacio en el cual se faciliten que aquellas intenciones se hagan realidad.

Influir positivamente, persuasión mediante, en el comportamiento futuro de la población más joven, es una acción que tendrá una ganancia social positiva para todos en el mediano plazo, y para ello la herramienta más efectiva a utilizar es: la publicidad.

Este es un proyecto de los ciudadanos, para los ciudadanos y será gestionado con apoyo ciudadano, busca complementar los esfuerzos que realizan las madres, los padres, las familias, las organizaciones de la sociedad civil y el sistema educativo, para informar y concienciar a los niños y los jóvenes en temas que son de urgente intervención, utilizando la publicidad como herramienta y generando incentivos para la convocación de voluntades de licenciarios de medios de comunicación, empresas y la ciudadanía en general.

La iniciativa popular, derecho ciudadano consagrado en el artículo 123 de la Constitución Nacional, es el camino, por el que se impulsará este proyecto. Conscientes del gran desafío que conlleva cumplir los requisitos para que sea considerado por el Congreso Nacional, este proyecto pretende facilitar los procesos logísticos y administrativos para animar a la participación activa de los ciudadanos en la formulación de otros Proyectos de Ley, como expresión genuina de la voluntad popular.

LEY N° _____

“DE INCENTIVO A LA PUBLICIDAD DE INTERÉS PÚBLICO”

EL CONGRESO DE LA NACIÓN PARAGUAYA SANCIONA CON FUERZA DE

LEY:

CAPÍTULO I

DEL OBJETO

Artículo 1°.- La presente Ley tiene por objeto promover, por medio de incentivos, la producción y la difusión de mensajes en forma de anuncios en medios masivos de comunicación destinados a informar y concienciar a la población sobre temas de interés público. Los incentivos representan estímulos otorgados por el Estado Paraguayo, en favor de los sujetos identificados más adelante, con el fin de fomentar la producción y difusión de los anuncios de interés público. En ningún caso, los mecanismos de incentivo definidos y establecidos en la presente Ley podrán ser utilizados para fines distintos a los previstos en este artículo. Podrán ser sujetos beneficiarios de los incentivos previstos en la presente Ley:

- a. Los licenciatarios de servicios de televisión abierta, de televisión por suscripción y de radios comerciales;
- b. Las empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, empresas e instituciones del sector público, entidades binacionales o ciudadanos en general; y,
- c. Licenciatarios de radios comunitarias.

CAPÍTULO II

DE LAS DEFINICIONES, PROHIBICIONES Y ALCANCE

Artículo 2°.- A efectos de esta Ley, se entiende por:

- a- **Anuncio:** Material de audio o video para difusión en radio, televisión o Internet, de producción nacional y duración no mayor a sesenta (60) segundos, realizado con enfoque inclusivo y en los dos idiomas oficiales, cuyo contenido consista únicamente en mensajes o informaciones sobre los temas de interés público establecidos en el Artículo 4°.
- b- **Incentivos:** Estímulos establecidos por el Estado Paraguayo a fin de promover la producción y difusión de anuncios de interés público. Serán de carácter opcional no obligatorio y de adhesión voluntaria para los sujetos beneficiarios mencionados en el Artículo 1°.
- c- **Donación:** Acto mediante el cual se transfiere gratuitamente el dominio de una cosa, o un derecho patrimonial, a favor del Estado, y éste lo acepta. A los efectos tributarios, toda donación al Estado estará sujeta a lo dispuesto en la Ley N° 125/1991 “*Que establece el Nuevo Régimen Tributario*” y sus modificaciones, y en la Ley N° 302/1993 “*Que exonera del pago de tributos las donaciones otorgadas a favor del Estado y de otras instituciones y modifica el Artículo 184 de la Ley N° 1173/85*”.
- d- **Servicios de televisión abierta o de radios comerciales:** Señal televisiva o de radio, de recepción libre y gratuita habilitada para operación comercial por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) a través del otorgamiento de licencias de Servicio de Radiodifusión Sonora AM o FM, de Radiodifusión Televisiva o de Televisión Digital Terrestre.
- e- **Servicio de televisión por suscripción:** Señal televisiva de acceso no gratuito, habilitada para operación comercial por la CONATEL a través del otorgamiento de licencias de Cabledistribución, de Radiodifusión Televisiva UHF Codificado, de Distribución de Señales de Audio y Televisión Directa al Hogar DATDH o de IPTV.
- f- **Servicio de radios comunitarias:** Señal de radio de recepción libre y gratuita, habilitada para operación sin fines de lucro por la CONATEL a través del otorgamiento de licencia de radiodifusión sonora de pequeña y mediana cobertura.
- g- **Publicidad en Internet:** Espacio contratado para la difusión de anuncios audiovisuales en forma de insertos publicitarios en sitios web.

Artículo 3°.- Queda prohibida la utilización de los anuncios para fines proselitistas de cualquier naturaleza; por tanto éstos no contendrán imágenes o mensajes de autoridades de ninguna institución pública, ni referencia alguna a la gestión de los Poderes del Estado o agrupación política en particular.

Si en cualquier momento se estableciese alguna vinculación con cualquier actividad proselitista, dichos anuncios serán inmediatamente suprimidos.

El contenido de los anuncios no podrá vincularse a ninguna marca comercial o entidad que realice actividades comerciales o con fines de lucro, ni a confesión religiosa o ideológica alguna.

Artículo 4º.- Los anuncios tendrán como objetivo informar y concienciar de forma precisa y efectiva, en particular al público objetivo conformado por los niños y los jóvenes, acerca de las causas y/o los efectos de la problemática social asociada únicamente a los siguientes sectores:

- **Educación y Cultura:** En temas relacionados al abandono escolar, el compromiso de los educadores, la corresponsabilidad familiar, el acoso escolar, la identidad cultural, la promoción de la historia, la música o riqueza turística, y otros temas que contribuyan a mejorar el nivel educativo y cultural de la población.
- **Salud:** En temas relacionados a la alimentación y hábitos saludables, prevención de enfermedades, cuidados pre y post natales, lactancia materna, consecuencias del consumo de alcohol y tabaco, y otros temas que contribuyan a mejorar la salud de la población.
- **Preservación del medio ambiente:** En temas relacionados al manejo responsable de la basura, reforestación y conservación de los bosques, la fauna y la flora, la contaminación de recursos hídricos, la polución sonora o ambiental, y otros temas que contribuyan a la preservación y uso responsable de los recursos naturales.
- **Promoción y protección de los derechos de la infancia, la juventud, la ancianidad, la mujer y personas con discapacidad:** En temas relacionados al trabajo, abandono y abuso infantil, la paternidad responsable, el consumo de drogas, prevención del embarazo adolescente, el respeto y consideración a los adultos mayores, la violencia contra la mujer, la igualdad de oportunidades para ellas y las personas con discapacidad, y otros temas que contribuyan a mejorar las condiciones de vida y las oportunidades para estos grupos.
- **Promoción de conductas cívicas y respeto a lo público:** En temas relacionados a la promoción del voto consciente y su no venta, la educación tributaria y la lucha contra la evasión fiscal, la promoción de la denuncia ciudadana ante hechos de soborno, corrupción o enriquecimiento ilícito, la solidaridad, tolerancia, la no violencia y el espíritu cooperativo, el respeto de las reglas de tránsito, y otros temas que contribuyan a mejorar las relaciones de convivencia respetuosa en la población.

CAPÍTULO III

DE LOS INCENTIVOS IMPOSITIVOS A LA PRODUCCIÓN DE ANUNCIOS

Artículo 5º.- El Estado reconocerá como donaciones de las empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, entidades binacionales o ciudadanos en general, los costos de producción y realización del producto final, a precios de mercado y en la forma establecida en esta ley, de los anuncios producidos por éstos de manera independiente y en cumplimiento a los objetivos de la presente ley, cuyos derechos patrimoniales sean cedidos a título gratuito en favor del Estado.

Artículo 6º.- Los costos de producción y realización de los anuncios a efectos de lo establecido en el Artículo 5º, se considerarán a precios de mercado fijos para cada año y serán obtenidos del promedio de los precios pagados por igual o similar servicio por las instituciones públicas en el último semestre del ejercicio fiscal anterior.

Estos precios por la producción de los anuncios, serán definidos y publicados por la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas (DNCP) a partir de los datos registrados en su correspondiente Sistema de Información de las Contrataciones Públicas (SICP).

CAPÍTULO IV

DE LOS INCENTIVOS IMPOSITIVOS A LA DIFUSIÓN DE ANUNCIOS

Artículo 7º.- El Estado reconocerá como donaciones de los licenciarios del servicio de televisión abierta y radios comerciales, los gastos de emisión a precios de mercado de hasta un máximo de tres (3) anuncios por cada hora, siempre que sean emitidos en la franja horaria establecida entre las 07:00 y las 22:00 horas.

Artículo 8°.- El Estado reconocerá como donaciones de los licenciatarios del servicio de televisión por suscripción, los gastos de emisión a precios de mercado de hasta un máximo de tres (3) anuncios por cada hora en cualquiera de los quince canales de mayor teleaudiencia, dentro de la franja horaria definida en el Artículo 7°.

Artículo 9°.- El gasto de emisión a precios de mercado de los anuncios a los que refieren los Artículos 7° y 8°, se considerará del que resulte de multiplicar la duración de cada anuncio, expresado en segundos, por el promedio de los precios unitarios según la franja horaria correspondiente, expresado en guaraníes por cada segundo, obteniéndose este promedio de lo pagado por igual o similar servicio por las instituciones públicas en el último semestre del ejercicio fiscal anterior.

Anualmente, los precios unitarios de cada franja horaria para emisiones en radio, televisión abierta o por suscripción, serán definidos y publicados por la DNCP a partir de los datos registrados en su correspondiente SICP.

Artículo 10°.- El Estado reconocerá como donaciones de las empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, entidades binacionales o ciudadanos en general, los gastos que realicen en concepto de publicidad en Internet para la difusión de los anuncios.

La donación se considerará sobre el valor facturado por las empresas que realizan la difusión de anuncios en los distintos sitios web de internet.

CAPÍTULO V

DE LOS INCENTIVOS DE VISIBILIDAD A LA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ANUNCIOS

Artículo 11°.- Sin modificar el contenido del anuncio para la emisión en sus respectivos medios, los licenciatarios de servicios de radio, de televisión abierta o por suscripción, deberán agregar al final de cada anuncio un mensaje complementario en formato de audio o imagen de hasta cinco (5) segundos de duración, observando lo dispuesto en el Artículo 3°, el que deberá contener:

- a) Una aclaración que vincule el anuncio a la presente Ley.
- b) La visibilidad de su apoyo a la presente Ley.
- c) La visibilidad de las productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, o entidades binacionales que hayan cedido a título gratuito en favor del Estado el derecho patrimonial del correspondiente anuncio.

Queda prohibida la mención y la inclusión de imágenes de empresas comerciales en los mensajes complementarios emitidos en radio, televisión abierta o por suscripción.

El Estado reconocerá como donaciones estos mensajes complementarios, y serán computados como parte constitutiva de la duración de cada anuncio para el cálculo del gasto de emisión según lo establecido en el Artículo 9°.

Artículo 12°.- Sin modificar el contenido del anuncio para la difusión a través de Internet, las empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, entidades binacionales o ciudadanos en general que realicen gastos en concepto de publicidad en Internet para la difusión de los anuncios, deberán agregar al final de cada anuncio un mensaje complementario en formato de imagen de hasta cinco (5) segundos de duración que, observando lo dispuesto en el Artículo 3°, deberá contener:

- a) Una aclaración que vincule el anuncio a la presente Ley.
- b) La visibilidad de su apoyo a la presente Ley.
- c) La visibilidad de las empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, o entidades binacionales que hayan cedido a título gratuito en favor del Estado el derecho patrimonial del correspondiente anuncio.

El Estado reconocerá como donaciones estos mensajes complementarios, y serán computados como parte constitutiva de la duración de cada anuncio para los gastos que realicen en concepto de publicidad en Internet según lo establecido en el Artículo 10°.

Artículo 13°.- Los anuncios serán un aporte del Estado al cumplimiento de los principios inspiradores de la programación de las radios comunitarias, por tanto y sin modificar el contenido del anuncio, los licenciatarios de servicios de radios comunitarias que se adhieran voluntariamente a la difusión de los anuncios, deberán agregar al final de cada anuncio un mensaje complementario en formato de audio de hasta cinco (5) segundos de duración que, observando lo dispuesto en el Artículo 3°, deberá contener:

- a) Una aclaración que vincule el anuncio a la presente Ley.
- b) La visibilidad de su apoyo a la presente Ley.
- c) La visibilidad de las productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, o entidades binacionales que hayan cedido a título gratuito en favor del Estado el derecho patrimonial del correspondiente anuncio.

Queda prohibida la mención de empresas comerciales en los mensajes complementarios emitidos en las radios comunitarias.

Artículo 14°.- Anualmente, el Estado creará mecanismos para establecer reconocimientos especiales no monetarios para aquellas empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil o ciudadanos en general que hayan contribuido con la producción de los anuncios de mayor impacto, y para aquellas empresas o licenciatarios de televisión abierta, de televisión por suscripción y de radios comerciales o comunitarias que demostrasen compromisos extraordinarios para su difusión.

CAPÍTULO VI

DE LA ENTIDAD DE APLICACIÓN

Artículo 15°.- Facúltase Viceministerio de Comunicación (VICECOM), dependiente del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC) la ejecución de los procesos, tareas y actividades necesarias para la implementación de lo estipulado en la presente Ley, para lo cual tendrá las siguientes atribuciones y funciones:

- a) Constituirse en la dependencia oficial para el registro de las empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, entidades binacionales o ciudadanos en general que deseen acogerse a los beneficios establecidos en el artículo 5° de la presente Ley, y que como donación propongan para su difusión, anuncios de producción propia.
- b) Constituirse en la dependencia oficial para el registro de los licenciatarios de servicios de televisión abierta, de televisión por suscripción y de radios comerciales que deseen acogerse a los beneficios establecidos en los artículos 7° y 8° de la presente Ley, por la donación de la emisión de los anuncios en sus respectivos medios.
- c) Constituirse en la dependencia oficial para el registro de las empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, entidades binacionales o ciudadanos en general, que deseen acogerse a los beneficios establecidos en el artículo 10° de la presente Ley, por la donación de la difusión de los anuncios a través de Internet.
- d) Constituirse en la dependencia oficial para la aprobación de los anuncios propuestos en el inciso a), a ser utilizados en el marco de la presente ley, y en administrador de un portal electrónico para el libre acceso a estos anuncios, los cuales podrán ser utilizados gratuitamente por el público en general.
- e) Recibir para su validación oficial, la declaración jurada por la producción de los anuncios aprobados realizados por empresas, organizaciones de la sociedad civil o ciudadanos registrados y conforme lo establecido en el artículo 6°, aceptar las donaciones, emitir constancia oficial para la declaración de los gastos a ser considerados como donaciones al Estado e iniciar los trámites para su incorporación al patrimonio de la institución. La constancia formará parte del archivo tributario de los licenciatarios o empresas registradas para la difusión de los anuncios
- f) Gestionar y administrar la contratación del servicio de monitoreo de los anuncios emitidos en radios comerciales y canales de televisión abierta o por suscripción, a efectos de validar las donaciones realizadas en estos conceptos.
- g) Recibir mensualmente para su validación oficial, la declaración jurada de las emisiones realizadas por los licenciatarios registrados, especificando el detalle de las emisiones realizadas. Previa verificación de monitoreo para dichas las emisiones y conforme lo establecido en el artículo 9°, aceptar las donaciones, emitir constancia oficial para la declaración de los gastos a ser considerados como donaciones al Estado e iniciar los trámites para su incorporación al patrimonio de la institución. La constancia formará parte del archivo tributario de los licenciatarios o empresas registradas para la difusión de los anuncios

- h) Recibir mensualmente para su validación oficial, la declaración jurada de los registros de difusión en Internet realizados por las empresas registradas, especificando el detalle de la difusión realizada y conforme lo establecido en el artículo 10°, aceptar las donaciones, emitir constancia oficial para la declaración de los gastos a ser considerados como donaciones al Estado e iniciar los trámites para su incorporación al patrimonio de la institución. La constancia formará parte del archivo tributario de los licenciatarios o empresas registradas para la difusión de los anuncios
- i) Publicar un informe anual con los detalles administrativos, financieros, los logros de las acciones realizadas y estadísticas relacionadas al cumplimiento de la presente Ley

El VICEMCOM ejecutará los procesos operativos necesarios para la implementación de lo estipulado en la presente Ley, y se le autoriza la creación de las dependencias administrativas necesarias para su cumplimiento.

Artículo 16°.- Para la aprobación de los anuncios de producción de empresas comerciales, productoras de audiovisuales, agencias de publicidad, organizaciones de la sociedad civil, entidades binacionales o ciudadanos en general, que como donación se propongan para su difusión, según lo establecido en el Artículo 15° inciso d, El VICEMCOM podrá consultar con las instituciones o referentes que considere necesarios y se expedirá acerca de las mismas en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contados a partir de la recepción de los respectivos anuncios. Si superado éste plazo no se tuviere respuesta escrita por parte de El VICEMCOM, se considerará aprobado el anuncio y deberá ser considerado como donación.

CAPÍTULO VII

DEL CONTROL CIUDADANO

Artículo 17°.- Cualquier ciudadano podrá solicitar a El VICEMCOM el retiro de la lista de anuncios autorizados, de aquellos que, justificación mediante, transgredan las prohibiciones establecidas en el Artículo 3°.

Para ello, El VICEMCOM habilitará un portal electrónico en Internet para la recepción de las denuncias ciudadanas, sobre las deberá expedirse en un plazo de cuarenta y ocho (48) horas, fundamentando la respuesta conforme a las disposiciones de la presente Ley, y comunicando lo resuelto en el mismo portal.

CAPÍTULO VIII

DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 18°.- Los recursos necesarios para la producción de hasta treinta (30) anuncios anuales, serán financiados por El VICEMCOM con fuentes provenientes del Tesoro Nacional.

Artículo 19°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.