

Al contestar refiérase
al oficio No. **06062**

FAX No. 2255-4434

6 de julio, 2011
DFOE-EC-0319

Doctor
Manuel Polini Niestzen
Apoderado Generalísimo de Red de las Américas
CANAL 44

Estimado señor:

Asunto: Emisión de criterio solicitado por Canal 44, para que se le prevenga al BNCR sobre la obligación de pautar con ellos gastos de publicidad e información, de acuerdo con la Ley Nro. 4325

Nos referimos a su oficio de fecha 4 de junio del 2011, recibido el 8 de de mismo mes, mediante el cual solicita a esta Contraloría General, realizar una prevención al Banco Nacional de Costa Rica, sobre la obligación que tiene de incluir en su presupuesto el monto por concepto de publicidad e información, que le corresponde a ese Canal 44, según el artículo 3 de la Ley Nro. 4325. En caso de que dicha entidad bancaria no acate tal prevención, solicita se proceda a "...paralizar la ejecución del presupuesto del Banco Nacional de Costa Rica, por el incumplimiento del Artículo 1 de la Ley No. 4325".

Los textos de los referidos artículos, disponen lo siguiente

"Artículo 1º.- Las instituciones autónomas y semiautónomas del Estado, el Gobierno de la República y todas las entidades que reciban una subvención del Estado, deberán dedicar sus presupuestos de publicidad e información por la televisión y la radio al patrocinio de programas vivos, grabados o filmados, artísticos, culturales o informativos de producción nacional, excepto las sumas que se requieran para 'cuñas' o avisos, sin que éstas puedan exceder del 70% de dicho presupuesto de publicidad para televisión o radio.

En todo caso, las 'cuñas', avisos o comerciales filmados, que se utilicen en los programas patrocinados por dichas entidades, deberán ser de producción nacional."

“Artículo 3º.- *El incumplimiento de las disposiciones anteriores hará obligatorio para la Contraloría General de la República el paralizar la ejecución del presupuesto de la institución, organismo o dependencia gubernamental infractor, en lo que se refiere a publicidad o información, y obligará a los funcionarios responsables a sufragar de su propio peculio el costo de los programas realizados en violación de esta ley. Cualquier interesado puede denunciar las violaciones a esta ley ante la Contraloría.”*

Como puede desprenderse de las normas citadas, el legislador le impone a las instituciones públicas la obligación de destinar su presupuesto de información y publicidad por radio y televisión al patrocinio de programas de producción nacional, con la salvedad de que si las instituciones requieren contratar cuñas y avisos, el porcentaje de gastos de éstos conceptos no debe exceder el 70% del presupuesto aludido. Lo anterior significa que las instituciones referidas deben destinar como mínimo el 30% de ese presupuesto al patrocinio de programas de producción nacional. Además, en el tanto no se requiera de cuñas y avisos, pueden ejecutar inclusive el 100% del presupuesto de información y publicidad por radio y televisión en tales fines.

Es importante hacer énfasis en que el artículo primero, aparte de establecer la obligación de destinar su presupuesto de información y publicidad por radio y televisión al patrocinio de programas, no alcanza a delimitarle a las instituciones el tipo específico de programa que debe patrocinar, la obligación de que realice ese patrocinio con determinada empresa, ni tampoco la proporción del patrocinio que debe realizar a través de radio o de televisión.

De conformidad con la normativa vigente y el principio de legalidad que rige el accionar de las instituciones públicas, la administración pública tiene en el marco de un uso eficiente, eficaz y económico de los recursos públicos, la discrecionalidad de establecer la forma más conveniente de planificar, presupuestar y ejecutar anualmente el gasto por concepto de información y publicidad por radio y televisión, siempre y cuando tal ejecución cumpla con lo preceptuado en la Ley Nro. 4325; evento que implica que se debe valorar, entre otros aspectos, que la inversión en este campo se logre a un precio razonable y un efectivo impacto del mensaje pretendido, de forma tal que se alcancen los objetivos institucionales que sustentan esas erogaciones.

Además, no debe perderse de vista que al momento de que se establezcan los programas a patrocinar, deben ser considerados algunos criterios adicionales a si la producción es de carácter nacional o extranjera, como sería por ejemplo el rating del programa, mercado meta al que se dirige el mensaje, la información obtenida del Estudio General de Medios (EGM), criterios de regionalización de la información, o incluso un plan de pautas generales para la respectiva selección.

Así las cosas, a esta Contraloría General no le resulta posible al amparo del artículo 3 de la Ley Nro 4325, realizar una prevención al Banco Nacional de Costa Rica, en los términos planteados de incluir en su presupuesto el monto por concepto de publicidad e información, que le corresponde a ese Canal 44, y por ende, *paralizar la ejecución del*



DIVISIÓN DE FISCALIZACIÓN OPERATIVA Y EVALUATIVA
ÁREA DE FISCALIZACIÓN DE SERVICIOS ECONÓMICOS

DFOE-EC-0319

3

6 de julio, 2011

presupuesto del Banco Nacional de Costa Rica, por el incumplimiento de la citada ley, por cuanto, dados los aspectos aquí desarrollados, resulta de reserva del Banco Nacional de Costa Rica pautar su publicidad con el Canal 44 o con cualquier otro canal nacional, todo sin detrimento de la fiscalización que le compete ejercer a este órgano contralor dentro del ámbito de sus competencias.

Atentamente,

Lic. Manuel Corrales Umaña
GERENTE DE ÁREA

OLAS/MMC/MCU/mmd

Ci Expediente (G-2011000536-9)

NI: 9684