

San José, 05 de octubre del 2021

DM-977-2021

Señores y señoras

Ministros y Ministras

Señores y señoras

Presidencias Ejecutivas

Estimados y Estimadas Jerarcas:

Tengo el agrado de saludarlos con ocasión de recordarles que de acuerdo con el calendario electoral para las elecciones nacionales de febrero o de 2022, aprobado por el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) el 14 de enero de 2021, el día de mañana 6 de octubre se realizará la convocatoria formal a elecciones nacionales.

Asimismo, a partir del jueves 7 de octubre y hasta el propio día de las elecciones, “*se prohíbe a las instituciones del Poder Ejecutivo, de la administración descentralizada y de las empresas del Estado, a las alcaldías y los concejos municipales, difundir, mediante cualquier medio de comunicación, información publicitaria relativa a la obra pública realizada (artículo 142 de Código Electoral)*”

Al respecto, el artículo 142 del Código Electoral establece que:

“Información de la gestión gubernamental. Prohíbese a las instituciones del Poder Ejecutivo, de la administración descentralizada y de las empresas del Estado, a las alcaldías y los concejos municipales, difundir, mediante cualquier medio de comunicación, información publicitaria relativa a la obra pública realizada, a partir del día siguiente de la convocatoria a elecciones nacionales y hasta el propio día de las elecciones. Quedan a salvo de esta prohibición, las informaciones de carácter técnico o científico que resulten indispensables e impostergables, por referirse a aspectos relacionados con la prestación de servicios públicos esenciales o por emergencias nacionales. Las publicaciones contrarias a lo dispuesto en esta Ley harán incurrir a los funcionarios responsables en el delito de desobediencia y beligerancia política, previa resolución del TSE.”

Sobre este tema, en diversa jurisprudencia, el TSE ha establecido que dicha prohibición se resume en:

- a) que la proscripción legal de pauta publicitaria impide la divulgación de publicidad sobre obras y proyectos del gobierno de turno (gestión pasada, presente y futura);
- b) que resulta impropia la difusión de mensajes publicitarios que enfatizen la capacidad de acción de las instituciones indicadas así como mejoras, innovaciones, virtudes o ventajas cualitativas o cuantitativas en la prestación de los servicios que procuran;
- c) que tampoco es admisible publicitar la discusión de planes o asuntos de interés nacional que, de manera explícita o implícita, favorezcan una visión de continuidad en la acción gubernamental;
- d) que, en atención a los principios de continuidad y eficiencia que orientan la prestación del servicio público, no están incluidas en la citada prohibición las campañas de prevención ni aquellos mensajes que resulten necesarios para garantizar el cumplimiento de los citados principios;
- e) que tampoco está prohibida, por su naturaleza, la publicidad vinculada a la oferta y servicios educativos de las universidades estatales, del Instituto Nacional de Aprendizaje, del Ministerio de Educación Pública y de los bancos estatales;
- f) que las instituciones que tienen entre sus funciones la promoción de la participación de la población en los procesos electorales, en particular de grupos discriminados o en condición de vulnerabilidad, están habilitadas para apoyar con pauta publicitaria programas que promuevan la deliberación informada de la población en los medios de comunicación. (TSE, 2013f, resolución n.º 4101-E8-2013).

No obstante, el TSE ha insistido en que la prohibición se limita a la difusión de pauta publicitaria pagada. En este sentido en la sentencia n° 6264-E8-2017 de las 14:30 horas del 13 de octubre de 2017, este Tribunal indicó:

“A fin de establecer sus alcances, se ha precisado que la información difundida -para ser vedada- debe materializarse mediante espacios publicitarios en los medios de comunicación colectiva, lo que involucra y comprende la inversión de recursos públicos de esas instituciones (resoluciones n.º 0063-E7-2010, n.º 2694-E-2006 y n.º 6429-E7-2010).

También se ha señalado que, según el diseño legislativo de esta disposición, la veda establecida no discrimina entre medios de comunicación, así que debe entenderse que prohíbe las informaciones

publicitarias que se difundan por los mecanismos tradicionales (televisión, radio o prensa escrita, entre otras) o no tradicionales, como lo es Internet. En este último caso, para considerarse “publicitaria” a efectos de la prohibición, además de ser onerosa debe ir dirigida al receptor mediante la imposición de un mensaje no procurado o deseado por él (instantáneo o espontáneo).

Por ello, la información que se encuentra a disposición del explorador de Internet pero que requiere, para su acceso, una búsqueda activa y voluntaria del receptor (“Facebook”, “Youtube”, “Twitter”, páginas web u otros del mismo género) no configura publicidad prohibida y se considera una actividad meramente informativa enmarcada en el ámbito de la libertad de expresión, siempre y cuando no medie la contratación y pago de espacios publicitarios típicos de las redes sociales (v.g., los denominados “banners”) (resoluciones n.º 5490-E7-2009 de las 11:10 horas del 08 de diciembre de 2009, n.º 0978-E8-2009 de las 11:45 horas del 19 de febrero de 2009, n.º 5491-E7-2009 de las 11:20 horas del 08 de diciembre de 2009 y n.º 0063-E7-2010).” (el subrayado pertenece al original).

Finalmente, en caso de que surjan dudas con respecto a la aplicación de la prohibición, en general o específico, favor canalizarlas con la Viceministra de la Presidencia María Devandas.

Atentamente,

Geannina Dinarte Romero
Ministra
Ministerio de la Presidencia