

ORIGINAL

GOBIERNO DE PUERTO RICO

20^{ma}. Asamblea
Legislativa

3^{ra}. Sesión
Ordinaria

CAMARA DE REPRESENTANTES

P. del S. 144

CUARTO INFORME POSITIVO

23 de junio de 2026

Actas y Record

2026 JUN 23 P 4:13

A LA CÁMARA DE REPRESENTANTES:

La Comisión de Desarrollo Económico de la Cámara de Representantes de Puerto Rico; previo estudio y consideración del Proyecto del Senado 144, tienen a bien recomendar a este Alto Cuerpo la aprobación de la pieza legislativa con las enmiendas incluidas en el Entirillado Electrónico.

ALCANCE DE LA MEDIDA

El Proyecto del Senado 144, tiene como objetivo enmendar el Artículo 27 de la Ley 355-1999, según enmendada, conocida como "Ley Uniforme de Rótulos y Anuncios de Puerto Rico de 1999" a los efectos de disponer que cuando se active la publicación de alertas de emergencia, las mismas permanecerán desplegadas por un mínimo de setenta y dos (72) horas.

INTRODUCCIÓN

La Comisión ha evaluado el Proyecto del Senado 144, mediante el cual se propone enmendar el Artículo 27 de la Ley 355-1999, según enmendada, conocida como la “Ley Uniforme de Rótulos y Anuncios de Puerto Rico de 1999”. Esta medida tiene el propósito de fortalecer los mecanismos de difusión de información pública durante situaciones de emergencia, disponiendo que las alertas oficiales activadas por las autoridades permanezcan desplegadas en los tableros de anuncios digitales por un periodo mínimo de setenta y dos (72) horas, salvo que el Negociado de la Policía de Puerto Rico ordene su desactivación con anterioridad.

La Asamblea Legislativa ha reconocido la importancia de los tableros de anuncios digitales como herramienta eficaz para la diseminación rápida y amplia de información crucial para la seguridad pública. En años recientes, en Puerto Rico se han desarrollado diversos protocolos de alerta con el fin de apoyar la búsqueda de personas desaparecidas y la resolución expedita de situaciones que pongan en riesgo la vida e integridad de la ciudadanía.

El Proyecto del Senado 144 amplía las disposiciones aprobadas en la Ley 27 de 2023, la cual enmendó la Ley 355-1999, reforzando la utilización de los tableros por parte de las autoridades policíacas al momento de la activación de alertas, garantizando que la información permanezca visible por un plazo razonable que aumente las probabilidades de localizar a las personas involucradas y facilite el trabajo investigativo y preventivo de las agencias concernidas.

Luego de analizar la medida, esta Comisión considera que la propuesta responde adecuadamente a la necesidad de maximizar los mecanismos de difusión de alertas de

emergencia, fortaleciendo los esfuerzos de seguridad pública y contribuyendo a la protección de vidas.

ANÁLISIS DE LA MEDIDA

Como parte del análisis realizado por esta Comisión, se estudiaron las ponencias de la Oficina de la Procuradora de las Mujeres (OPM), el Departamento de Seguridad Pública (DSP) y el Departamento de Desarrollo Económico (DDEC). Del mismo modo, se recibieron las posturas de las compañías bMedia Group, así como de Hello Media, dos de las empresas principales en la industria de las vallas publicitarias en Puerto Rico.

La OPM en su escrito, además de apoyar la medida, indica que al desactivar los carteles digitales en veinticuatro (24) horas, como ocurre actualmente, va en contrasentido al propósito de la reglamentación, atentado contra la posibilidad de viabilizar y agilizar la búsqueda de una víctima. Concluyeron su ponencia estableciendo que la medida representa un esfuerzo viable en momento de emergencia salvaguardando la vida de una posible víctima, así como la captura de su agresor o perpetrador. Por su parte, tanto el DSP como el DDEC reconocieron el fin loable de la medida. Mientras que el DDEC les dio deferencia a las agencias con pertinencia.

Por su parte, bMedia Group expresó su respaldo a la intención social y humanitaria del Proyecto del Senado 144, reconociendo que las pantallas digitales representan una herramienta inmediata y de alto impacto para la difusión de información crítica relacionada con la seguridad pública. La empresa destacó que estas plataformas pueden desempeñar un rol esencial en la divulgación de alertas estatales como la Alerta Rosa, Alerta Silver y Alerta Amber, especialmente en situaciones donde la rapidez en la comunicación puede ser determinante para la localización de personas desaparecidas o en vulnerabilidad.

No obstante, con el fin de asegurar que la implementación de la medida sea efectiva, viable y compatible con las obligaciones contractuales existentes en la industria de publicidad exterior, bMedia sometió varias recomendaciones de enmiendas al lenguaje del proyecto.

Primero, la empresa solicitó que se aclare que el requisito de mantener las alertas por un período mínimo de setenta y dos horas se refiere a su inclusión dentro del ciclo regular de rotación de anuncios con apariciones fijas dentro del “loop”, y no a la ocupación exclusiva y continua de la pantalla por 72 horas consecutivas. Señalaron que un congelamiento absoluto del contenido digital afectaría de manera severa la operación comercial, generaría incumplimientos contractuales y resultaría insostenible para la industria.

Segundo, bMedia propuso incluir una cláusula de exención de responsabilidad comercial que establezca que cualquier alteración a los contratos publicitarios causada por el cumplimiento obligatorio de estas alertas no se considere un incumplimiento contractual por parte de la empresa. Esto protegería tanto a la industria como a los acuerdos con anunciantes locales e internacionales.

Tercero, la empresa recomendó establecer un mecanismo de cese automático de la alerta una vez las autoridades confirmen públicamente la localización de la persona o la culminación oficial de la emergencia, aun si no han transcurrido las 72 horas. Esta disposición permitiría restaurar la programación comercial sin retrasos innecesarios y aseguraría que el espacio digital se utilice exclusivamente para alertas vigentes.

Cuarto, bMedia solicitó eliminar el requisito actual de certificación anual ante la Oficina de Gerencia de Permisos (OGPe) relacionado con el inventario de espacios publicitarios y los anuncios destinados al servicio público. La empresa argumentó que este proceso es oneroso, redundante y operacionalmente complicado, especialmente

cuando la OGPe ya mantiene un registro histórico y digital de todos los anuncios con permisos activos.

Finalmente, bMedia reafirmó su compromiso con la seguridad y el bienestar del país, manifestando su disposición a implementar de inmediato el P. del S. 144 una vez se atiendan las enmiendas propuestas. La compañía subrayó que estas recomendaciones buscan asegurar la viabilidad real de la medida, proteger los compromisos contractuales y garantizar que la industria de publicidad exterior pueda cumplir de manera efectiva con su función social en momentos de emergencia.

Mientras tanto, Hello Media, LLC, empresa puertorriqueña dedicada a la industria de publicidad exterior y operadora de tableros de anuncios digitales en distintas zonas de la Isla, expresó su apoyo al propósito legislativo del proyecto, destacando su valor social y humano. No obstante, advirtió que el texto actual presenta ambigüedades operacionales que podrían generar dificultades interpretativas y afectar la viabilidad comercial de los tableros digitales si no se clarifican antes de su aprobación final. A esos fines, sometió tres áreas principales de preocupación que consideró necesarias para asegurar una implementación justa y efectiva.

Primero, la empresa señaló que el proyecto no especifica si el requisito de mantener las alertas por setenta y dos horas debe cumplirse mediante una exhibición continua y exclusiva o dentro del ciclo de rotación regular del tablero digital. Hello Media explicó que los tableros funcionan mediante rotación automática de anuncios en lapsos de segundo, conforme a la definición y práctica establecida bajo la Ley 355-1999. Una interpretación estricta que requiera la ocupación total de la pantalla por 72 horas sería incompatible con la operación tecnológica y comercial del medio, afectando contratos vigentes y creando una obligación prácticamente imposible de cumplir. Por ello, recomendó aclarar expresamente que la obligación se satisface manteniendo la alerta dentro del ciclo normal de rotación durante el período requerido.

Segundo, la compañía alertó sobre el impacto que tendría la activación simultánea de múltiples alertas. En un escenario donde coincidan varias alertas el operador podría ver comprometido un porcentaje significativo de su inventario digital durante días, reduciendo su capacidad de cumplir con compromisos comerciales. Ante esta realidad, Hello Media sugirió incluir en el proyecto un mecanismo de priorización o coordinación para alertas concurrentes, junto con lenguaje que establezca que el desplazamiento de anuncios comerciales, cuando responde al cumplimiento obligatorio de la ley, no constituye incumplimiento contractual por parte del operador.

Tercero, la empresa señaló la necesidad de aclarar la interacción entre la obligación general de ofrecer espacios para anuncios de servicio público y la obligación específica de los tableros digitales de proyectar alertas de la Policía. Destacó que, unas guías claras sobre la documentación y el reporte de cumplimiento contribuirían a una aplicación uniforme y evitarían interpretaciones discrepantes entre operadores, agencias reguladoras y terceros.

En su conclusión, Hello Media reiteró su apoyo decidido al propósito del P. del S. 144 y destacó que sus recomendaciones tienen el objetivo de perfeccionar la medida, evitando incertidumbre regulatoria o conflictos contractuales que podrían debilitar su implementación. En síntesis, solicitó que el proyecto se enmiende para: (1) aclarar que las 72 horas de exhibición se cumplen dentro del ciclo de rotación del tablero; (2) establecer un mecanismo de priorización para múltiples alertas activas y una salvedad que proteja a los operadores frente a reclamaciones contractuales; y (3) definir cómo debe documentarse y reportarse el cumplimiento de estas obligaciones específicas dentro del marco de la ley.

Considerando las recomendaciones presentadas por las empresas dedicadas a la publicidad exterior en Puerto Rico, y reconociendo la importancia de asegurar una implementación práctica, uniforme y comercialmente viable de la medida, esta Comisión

procedió a incorporar enmiendas al proyecto. Dichas modificaciones, dirigidas a aclarar obligaciones operacionales y fortalecer la aplicabilidad del P. del S. 144, fueron debidamente integradas en el Entirillado Electrónico para su evaluación y consideración final.

IMPACTO FISCAL

Esta Comisión de Desarrollo Económico de la Cámara de Representantes de Puerto Rico certifica que la aprobación del P. de S. 144 no representa un impacto fiscal directo sobre el presupuesto de gastos del Gobierno de Puerto Rico proveniente del Fondo General.

Del mismo modo, a tenor con el Artículo 1.007 de la Ley 107-2020, según enmendada, conocida como "Código Municipal de Puerto Rico", entendemos que de la información analizada no surge que la medida tenga impacto fiscal sobre las finanzas municipales, ni altera de alguna forma el Plan Fiscal.

CONCLUSIÓN

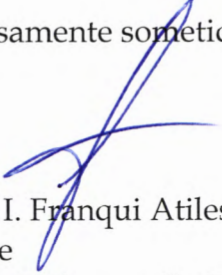
Luego de evaluar el contenido y propósito del Proyecto del Senado 144, esta Comisión concluye que la medida constituye un paso afirmativo hacia el fortalecimiento de los mecanismos de seguridad pública en Puerto Rico. Garantizar que las alertas oficiales se mantengan visibles en los tableros de anuncios digitales por un mínimo de setenta y dos (72) horas, dentro de su ciclo regular, aumenta significativamente las probabilidades de localizar personas desaparecidas, prevenir actos delictivos y facilitar la rápida intervención de las autoridades.

La propuesta armoniza con los objetivos de política pública previamente establecidos en otras leyes y complementa los esfuerzos existentes para optimizar la difusión de información crítica en situaciones de emergencia. Además, provee a la

ciudadanía y a las agencias del orden público una herramienta adicional para la protección de vidas y la pronta resolución de casos urgentes.

POR LO ANTES EXPUESTO, la Comisión de Desarrollo Económico de la Cámara de Representantes de Puerto Rico, previo estudio y consideración, tienen a bien presentar ante este Alto Cuerpo el Cuarto Informe Positivo sobre el Proyecto del Senado 144, recomendando su aprobación con las enmiendas realizadas que se incluyen a este en el Entirillado Electrónico.

Respetuosamente sometido,



Hon. Joel I. Franqui Atilés
Presidente
Comisión de Desarrollo Económico
Cámara de Representantes de Puerto Rico

(ENTIRILLADO ELECTRONICO)
GOBIERNO DE PUERTO RICO

20^{ma.} Asamblea
Legislativa

1^{ra.} Sesión
Ordinaria

SENADO DE PUERTO RICO

P. del S. 144

2 de enero de 2025

Presentado por la señora *Soto Tolentino*


Coautores el señor Matías Rosario y la señora Padilla Alvelo

Referido a la Comisión de Planificación, Permisos, Infraestructura y Urbanismo

LEY

Para enmendar el Artículo 27 de la Ley 355-1999, según enmendada, conocida como “Ley Uniforme de Rótulos y Anuncios de Puerto Rico de 1999” a los efectos de disponer que cuando se active la publicación de alertas de emergencia, las mismas permanecerán anunciándose por un mínimo de setenta y dos (72) horas; y para otros fines relacionados.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

 La Ley 355-1999, según enmendada, conocida como “Ley Uniforme de Rótulos y Anuncios de Puerto Rico de 1999”, incorpora la definición de “Tablero de Anuncios Digital” y añade disposiciones que permiten a la Policía de Puerto Rico utilizar los mencionados tableros de anuncios digitales para publicar anuncios y alertas en interés de la seguridad pública. En Puerto Rico se han creado múltiples tipos de alertas para establecer protocolos de difusión mediática que ayuden al esclarecimiento en distintas instancias. Entre éstas, se encuentran la Alerta Amber, relacionada a la desaparición de menores; Alerta Silver, para la desaparición de personas con Alzheimer o demencia; Alerta Mayra Elías, sobre el paradero de un causante de un accidente automovilístico

que se haya ido a la fuga y que haya causado grave daño corporal; Alerta Ashanti, para la desaparición de personas de dieciocho (18) años o más, que pueda entenderse que está desaparecida o secuestrada o que sufre de discapacidad física o mental; y la Alerta Rosa, que establece el protocolo para la desaparición de una mujer de 18 años o más.

Recientemente, se aprobó la Ley Núm. 27-2023, la cual enmendó la Ley 355, supra, que, entre otras cosas, busca que se le dé prioridad en el uso de tableros de anuncios digitales a dichas alertas al momento de estas ser activadas, y así, ayudar a las autoridades de ley y orden, a esclarecer los casos y encontrar a las personas objeto de las mismas, sanas y salvas.

Esta medida, va dirigida a los propósitos de que, cuando dichas alertas sean activadas, las mismas permanezcan en los tableros de anuncios digitales por un periodo mínimo de setenta y dos (72) horas, para así brindar una herramienta más amplia a la ciudadanía y las agencias de seguridad de Puerto Rico, en la resolución de dichos casos. Esto, no tan solo ampliaría las oportunidades de salvar una vida, sino de capturar a las personas que hayan perpetrado algún crimen que haya puesto en riesgo la integridad física de alguna víctima objeto de la activación de la alerta.

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

JFA 1 Sección 1.- Se enmienda el Artículo 27 de la Ley 355-1999, según enmendada,
2 conocida como "Ley Uniforme de Rótulos y Anuncios de Puerto Rico de 1999", para
3 que lea como sigue:

4 "Artículo 27.- Servicio Público.

5 Las personas dedicadas a la instalación de anuncios brindarán espacio en los
6 mismos para ser utilizados para la publicación de anuncios de servicio público. Las
7 personas que posean de uno (1) a treinta (30) espacios para anuncios pondrán a

1 disposición un (1) espacio para un anuncio de servicio público. Las personas que
2 posean de treinta y uno (31) a cien (100) espacios para anuncios pondrán a disposición
3 dos (2) espacios para anuncios de servicio público. Las personas que posean de ciento
4 uno (101) a ciento cincuenta (150) espacios para anuncios pondrán a disposición tres (3)
5 espacios para anuncios de servicio público. Las personas que posean de ciento
6 cincuenta y uno (151) a doscientos (200) espacios para anuncios pondrán a disposición
7 cuatro (4) espacios para anuncios de servicio público. Las personas que posean
8 doscientos (200) o más espacios para anuncios pondrán a disposición cinco (5) espacios
9 para anuncios de servicio público.

10 Todas las personas dedicadas a la instalación de anuncios certificarán
11 anualmente a la Oficina de Gerencia de Permisos el número de espacios para anuncios
12 que tienen disponibles y el número de espacios que puso a disposición para la
13 colocación de anuncios de servicio público.

14 A petición de la Policía de Puerto Rico, las personas que posean tableros de
15 anuncios digitales brindarán un espacio específico, identificado y seleccionado por la
16 Policía de Puerto Rico para ser utilizado para la publicación de anuncios. En los casos
17 que a continuación se mencionan, será deber del Comisionado ~~del Negocio~~ de la
18 Policía de Puerto Rico brindar el arte gráfico a ser utilizado para la diseminación de la
19 información:

- 20 a) Bocetos e información de criminales buscados;
- 21 b) Alerta Amber;
- 22 c) Alerta Silver;

- 1 d) Alerta Mayra Elías;
 2 e) Alerta Rosa;
 3 f) Alerta Ashanti;
 4 g) Situaciones de emergencia;
 5 h) Información y número de contacto de la Policía.

6 Cuando se activen las alertas antes citadas, dichos anuncios se mantendrán
 7 por un plazo mínimo de setenta y dos (72) horas, dentro del ciclo regular de rotación de
 8 anuncios con apariciones fijas dentro del lapso diario de operación, a no ser que el ~~Negociado~~
 9 ~~de~~ la Policía de Puerto Rico solicite su desactivación antes de dicho plazo.

10 La Policía de Puerto Rico deberá establecer un sistema de notificación a las compañías
 11 propietarias de las vallas publicitarias. Este sistema deberá permitir remitir el arte que se estará
 12 programando durante el ciclo de publicidad, la fecha de comienzo y una vez cese la situación de
 13 alerta, deberá notificar inmediatamente a los propietarios de las vallas para la remoción del
 14 anuncio.

15 Las compañías de publicidad exterior en Puerto Rico a las que le aplica este artículo
 16 tendrán una exención de responsabilidad comercial, la que se establece que cualquier alteración a
 17 los contratos publicitarios causados por el cumplimiento obligatorio de estas alertas, no se
 18 considerará como un incumplimiento contractual por parte de la empresa.

19 ...

20 ...”

21 Sección 2.- Si cualquier cláusula, párrafo, artículo, sección o parte de esta
 22 Ley fuere declarada inconstitucional por un tribunal competente, la sentencia a

1 tal efecto dictada no afectará, perjudicará ni invalidará el resto de la misma. El efecto
2 de dicha sentencia quedará limitado a la cláusula, párrafo, artículo, sección o parte
3 de la misma que así hubiere sido declarada inconstitucional.

4 Sección 3.- Esta Ley comenzará a regir inmediatamente después de su
5 aprobación.