ASAMBLEA LEGISLATIVA
COMISIÓN PERMANENTE ESPECIAL DE LA MUJER

PROYECTO DE LEY
REFORMA DEL TÍTULO Y DE VARIOS ARTÍCULOS DE LA LEY QUE REGULA LA PROPAGANDA QUE UTILICE LA IMAGEN DE LA MUJER Nº 5811 DE 10 DE OCTUBRE DE 1975 Y SUS REFORMAS

EXPEDIENTE N° 21.375

MOCIÓN DE FONDO (TEXTO SUSTITUTIVO)

VARIAS DIPUTADAS Y DIPUTADO
HACEN LA SIGUIENTE MOCIÓN:

Para que se tenga como texto sustitutivo del expediente en discusión, el siguiente:

“ ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA

DECRETA:

MODIFICACIÓN DEL TÍTULO; REFORMA DE LOS ARTICULOS 1, 5, 10 Y 11; Y ADICION DE LOS ARTICULOS 12 BIS Y 12 TER A LA LEY QUE REGULA LA PROPAGANDA QUE UTILICE LA IMAGEN DE LA MUJER, N.º 5811 DE 10 DE OCTUBRE DE 1975 Y SUS REFORMAS.

ARTÍCULO 1- Se modifica el título y se reforman los artículos 1, 5, 10 y 11 de la *Ley Regula la Propaganda que Utilice la Imagen de la Mujer,* N.° 5811, de 10 de octubre de 1975 y sus reformas, para que en adelante se lean de la siguiente manera:

“LEY QUE PROTEGE EL DERECHO DE LA IMAGEN Y LA DIGNIDAD DE LAS MUJERES EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL

Artículo 1- Todo tipo de publicidad comercial que utilice en sus textos o componentes audiovisuales, incluyendo las plataformas digitales de comunicación y estrategias publicitarias, la imagen de la mujer en los mensajes publicitarios y en cualquier tipo de comunicación masiva de publicidad comercial que atente contra la igualdad, la no discriminación y la dignidad

humana o vulnere las libertades y derechos garantizados en la Constitución Política, será controlada y regulada con criterio restrictivo por el Ministerio de Gobernación.

Se incluyen los anuncios publicitarios comerciales que utilicen la imagen de las mujeres de forma ofensiva, discriminatoria o que reproduzca estereotipos de género, identidad u orientación sexual, utilizando su cuerpo o partes del mismo como objeto en relación o no con el producto que se pretende promocionar, o su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento, contribuyendo a fomentar patrones y estereotipos sexistas y a reproducir la violencia y la discriminación, en contravención con la Convención Sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer.

Queda prohibida la presentación sin fines noticiosos de la imagen de las mujeres como objetos sexuales en las portadas y contraportadas de los periódicos para motivar sus ventas en el país.

La publinoticia o publireportaje, reportaje, nota, texto, artículo, leyenda o cualquier otra forma que se difunda mediante pago, deberá ser identificado claramente como campo publicitario pagado para que se distinga del material noticioso y no confunda a la persona consumidora y deberá respetar lo estipulado en la presente ley.

ARTÍCULO 5 - El Ministerio de Gobernación, a través de la Dirección Nacional de Publicidad Comercial, será el organismo competente para velar por la ejecución de esta ley y, en consecuencia, toda la publicidad comercial que se realice de esta naturaleza, sujeta a regulación y a través de cualquier medio publicitario, deberá llevar su previa y expresa aprobación.

ARTÍCULO 10- Habrá un Consejo Asesor de Publicidad integrado de la siguiente manera:

1. Una persona representante de la Dirección Nacional de Publicidad Comercial del Ministerio de Gobernación y Policía, quien lo preside;
2. Una persona representante del Instituto Nacional de las Mujeres;
3. Una persona representante de las universidades públicas designada por el Consejo Nacional de Rectores;

4. una persona representante del Colegio de Periodistas de Costa Rica;
5. una persona representante de la Cámara de Comercio de Costa Rica;
6. una persona representante de la Defensoría de la Mujer de la Defensoría de los Habitantes de la República;
7. una persona representante del Patronato Nacional de la Infancia.
8. Una persona representante de la sociedad civil con derecho a voz, pero sin voto.

Cada una de estas representaciones deberá tener su respectiva suplencia.

ARTÍCULO 11.- El Consejo Asesor de Publicidad tendrá las siguientes competencias:

a) Emitir su opinión no vinculante cuando haya sido planteado un recurso de apelación contra una resolución de la Dirección Nacional de Publicidad Comercial ante el jerarca.
b) Revisar cada cuatro años, de conformidad con esta ley, los criterios para la regulación de la publicidad comercial junto con el Sistema Nacional para la Prevención y Atención de la Violencia contra las Mujeres y Violencia Intrafamiliar junto con la Dirección Nacional de Publicidad Comercial, así como la publicarlos en el diario oficial La Gaceta.
c) Colaborar con la Dirección Nacional de Publicidad Comercial con los compromisos en materia de prevención de violencia contra las mujeres manifiestos en la Política Nacional para la Atención, la Prevención de la Violencia contra las Mujeres y otros instrumentos de política pública atinentes a la materia regulada.
d) Contribuir con la elaboración de la Política Nacional para la Igualdad y Equidad de Género y la Política Nacional para la Prevención y Atención de la Violencia contra las Mujeres de todas las Edades.
e) Emitir recomendaciones técnicas a Dirección Nacional de Publicidad Comercial del Ministerio de Gobernación y Policía para la elaboración de un plan cuatrienal de prevención de la violencia simbólica en la publicidad.**”**

ARTÍCULO 2. Se adicionan los artículos **12 Bis** y **12 Ter** a la *Ley Regula la Propaganda que Utilice la Imagen de la Mujer,* N.° 5811, de 10 de octubre de 1975 y sus reformas, para que en adelante se lean de la siguiente manera:

"ARTÍCULO 12 Bis- Multas.
El Ministerio de Gobernación podrá ordenar, mediante resolución fundada de conformidad con los trámites del procedimiento ordinario previstos en la Ley General de la Administración Pública, la imposición de las siguientes sanciones por el incumplimiento de esta ley:

a) Se impondrá una multa de cinco a veinte salarios base a la persona física o jurídica que haya difundido publicidad comercial contraria al numeral 1 de la presente ley, que actualmente no se encuentre en circulación y que no pudo ser retirada cuando estuvo expuesta al público por parte del Ministerio de Gobernación y Policía.

b) Se impondrá una multa de diez a quince salarios base, a la persona física o jurídica responsable de la circulación de portadas o contraportadas de periódicos que presente a las mujeres como objetos sexuales para la promoción de sus ventas.

c) Se impondrá una multa de quince a treinta salarios base, a la persona física o jurídica que no cumpla con el retiro cautelar o definitivo de la publicidad comercial, cuando esta haya sido ordenada por el Ministerio de Gobernación en el ejercicio de sus funciones. Sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales correspondientes.

Para efectos de fijar en el monto correspondiente de las multas establecidas en este artículo, se calculará según el salario base establecido en el artículo 2 de la Ley N.º 7337, de 5 de mayo de 1993.

Para la imposición de las multas, el Ministerio de Gobernación se regirá de conformidad con las reglas del procedimiento ordinario regulado en el Libro Segundo de la Ley General de la Administración Pública, Nº 6227 del 2 de mayo de 1978.

ARTÍCULO 12 Ter- Criterios de valoración para la fijación de las multas.
En la fundamentación de la sanción de multa a imponer, el Ministerio de Gobernación tomará en consideración los siguientes criterios:

1. la gravedad de la infracción,

2. el uso con carácter sexual de la imagen de personas menores de edad
3. el alcance del público
4. la reincidencia del infractor
5. la capacidad de pago.**”**

TRANSITORIO ÚNICO. -

El Ministerio de Gobernación y Policía en el plazo de hasta 6 meses dictará las reformas correspondientes al Reglamento **Ley de Control a Propaganda con Imagen de la Mujer,** Decreto Ejecutivo N°11235 del 10 de octubre de 1979, para que se ajuste a lo dispuesto en esta ley.

Rige a partir de su publicación**.”**