ASAMBLEA LEGISLATIVA
de la República de Costa Rica

COMISIÓN PERMANENTE ESPECIAL DE LA MUJER

MOCIÓN DE TEXTO SUSTITUTIVO

LEY PARA LA PROTECCIÓN DE LA IMAGEN Y LA DIGNIDAD DE LAS MUJERES, **LAS PERSONAS MENORES DE EDAD Y EL PÚBLICO EN GENERAL** EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL (REFORMA INTEGRAL DE LA LEY N.º 5811, DE 10 DE OCTUBRE DEL AÑO 1975)
Expediente N° 22.505

De varias diputadas y diputado

Hacen la siguiente moción:

Para que, de conformidad con el Reglamento de la Asamblea Legislativa, se apruebe el siguiente como texto sustitutivo y se acoja como texto base de discusión del expediente N° 22.505 LEY PARA LA PROTECCIÓN DE LA IMAGEN Y LA DIGNIDAD DE LAS MUJERES, **LAS PERSONAS MENORES DE EDAD Y EL PÚBLICO EN GENERAL** EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL (REFORMA INTEGRAL DE LA LEY N.º 5811, DE 10 DE OCTUBRE DEL AÑO 1975):

ARTÍCULO 1- Objetivo

El objetivo de esta ley **es garantizar la protección de la dignidad y el ejercicio de los derechos humanos de las personas**, contribuyendo a la producción de contenido publicitario de carácter comercial **libre de violencia y discriminación para las mujeres, las personas menores de edad, el seno familiar y el público en general**. De conformidad con la Convención Americana sobre los derechos humanos, la Convención de las Naciones Unidas 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

ARTÍCULO 2- Definiciones

Para efectos de la presente ley, se entiende por:

a) Publicidad comercial

Es una de las principales herramientas de quienes venden bienes y servicios, pues le permite dirigir su mensaje comercial a la mayor cantidad de personas, con el fin de que adquiera sus bienes o servicios; es una actividad cuyo objetivo principal es disuadir y convencer a los consumidores de la conveniencia o necesidad de adquirir un bien o servicio determinado; es una actividad que, fundamentalmente, se relaciona con la libertad de empresa.

b) Discriminación en la publicidad Comercial

Se entenderá por discriminación en la publicidad comercial toda distinción, exclusión o restricción en el contenido de la publicidad comercial que, basada en el origen étnico racial, nacionalidad, condición social, edad, identidad de género, sexo, orientación sexual, condición de salud, discapacidad, creencias religiosas, o cualquier otra, tenga por efecto la difusión de un mensaje que valide el impedimento o la anulación del reconocimiento o el ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades de las personas.

c) Publicidad sexista

Toda aquella publicidad que transmite mensajes discriminatorios o violentos basados en el sexo o género, referente a las condiciones o actitudes que promueven estereotipos de roles sociales establecidos.

d) Violencia simbólica

La violencia simbólica es aquella que mediante estereotipos, mensajes, valores o signos se transmiten y favorecen relaciones basadas en la desigualdad, el machismo, la discriminación o la naturalización de cualquier rol de subordinación de las mujeres en nuestras sociedades.

ARTÍCULO 3- Dirección Nacional de Publicidad Comercial

El Ministerio de Gobernación y Policía, a través de la Dirección Nacional de Publicidad Comercial, será el organismo competente **para velar por la ejecución de esta ley**. Corresponderá al Ministerio de Gobernación y Policía dotar de los recursos necesarios para el adecuado funcionamiento de esta Dirección.

ARTÍCULO 4.- Nombramiento

La Dirección Nacional de Publicidad Comercial estará a cargo de una persona directora nombrada por el Ministerio de Gobernación y Policía. Dicho cargo es de confianza, de libre nombramiento y remoción, por parte de la citada persona jerarca.

ARTÍCULO 5- Ámbito de competencia

Será objeto de regulación de la Dirección Nacional de Publicidad Comercial del Ministerio de Gobernación y Policía con criterio restrictivo, aquella publicidad comercial que, usando la imagen de las personas, principalmente de la mujer y las personas menores de edad; **refuerce estereotipos de género**; las **represente como objetos sexuales**; incite **discriminación** contra ellas por su origen **étnico- racial, nacionalidad, condición social, edad, identidad de género, sexo, orientación sexual, condición de salud, discapacidad, creencias religiosas**; o **promueva contra ellas violencia simbólica, física, psicológica, sexual, de género y patrimonial**.

ARTÍCULO 6- Material de publicidad comercial

Para efectos del artículo 5 de la presente ley, serán considerados material de publicidad comercial, los siguientes:

a) Los textos, fotografías, imágenes, dibujos, clisés y bocetos de los anuncios publicitarios para la prensa escrita.

b) Los textos, imágenes y bocetos de los anuncios publicitarios para murales, rótulos, fotografías, dibujos, vallas, letreros, mupis, que se coloquen en carreteras, o en lugares públicos, así como en volantes o artículos de regalo publicitarios que se distribuyan al público

c) Los textos, libretos o guiones, con las indicaciones completas de imágenes visuales y de sonido para películas, avances cinematográficos, cuñas y filmes y, en general, todo aquel material destinado a proyectarse o tramitarse por medio de la televisión o el cine cuya finalidad sea la promover la venta de un bien o servicio.

d) Los textos, libretos, guiones y cuñas con las indicaciones de sonido y, en general, todo aquel material publicitario destinado a transmitirse por medio de la radiodifusión.

e) Los textos, imágenes, audios, proyectos, afiches y, en general, cualquier artículo o estrategia cuyo fin sea promover la venta de bienes o servicios destinados a transmitirse por medio de la internet.

ARTÍCULO 7- Material publicitario prohibido

Se prohíbe todo aquel material publicitario que de conformidad con los numerales 1 y 5 de esta ley tenga las siguientes características:

a) Refuerce estereotipos de género

b) Represente a las personas como objetos sexuales.

c) Cosifique sexualmente la imagen de la mujer, niñas y adolescentes.

d) Incite formas de discriminación por origen étnico-racial, nacionalidad, condición social, edad, género, sexo, orientación sexual, condición de salud, discapacidad, creencias religiosas.

e) Promueva formas de violencia simbólica, física, psicológica, sexual, de género y patrimonial.

Además, queda prohibida presentación de la imagen de las mujeres y de las personas en general, como objetos sexuales en las portadas y contraportadas de los periódicos de circulación nacional para motivar sus ventas.

Toda persona podrá denunciar ante la Dirección Nacional de Publicidad Comercial aquel material que esté prohibido por el presente artículo, de conformidad con esta ley.

ARTÍCULO 8- Publicidad producida en el extranjero
La publicidad comercial producida en el extranjero que está destinada a surtir efectos en el territorio nacional, queda sometida a las disposiciones de la presente ley.

ARTÍCULO 9- De las denuncias

Para la admisión de las denuncias ante la Dirección Nacional de Publicidad Comercial se atenderán los principios generales de simplicidad, eficacia y eficiencia. La denuncia no está sujeta a formalidad alguna, ni requerirá autenticación. Podrá plantearse presencialmente, por parte policial, carta, vía telefónica o cualquier otro medio de comunicación que la Dirección disponga para tal fin.

Las denuncias anónimas serán admitidas en tanto aporten elementos de convicción suficientes y se encuentren soportadas en medios probatorios idóneos que permitan iniciar la investigación, de lo contrario corresponderá el archivo.

La Dirección Nacional de Publicidad Comercial deberá rechazar de plano todas aquellas denuncias que se presenten **60** días naturales después del último momento en que la publicidad comercial estuvo en circulación.

ARTÍCULO 10- Del Contenido de la Denuncia.

La denuncia sobre material publicitario deberá contener en cuanto sea posible:

a) La indicación del nombre de la empresa o medio que presenta la pauta publicitaria.

b) Descripción completa, clara y precisa del contenido publicitario.

c) Descripción exacta de los datos que permitan localizar la publicidad denunciada.

d) Sí la publicidad es trasmitida en radio o televisión, se deberá indicar además de lo estipulado en los incisos a) y b) del presente artículo, el canal o la emisora, la hora de trasmisión, así como el nombre del producto anunciado.

e) Señalamiento del nombre y un medio para recibir notificaciones.

ARTÍCULO 11- Trámite de retiro de publicidad comercial

La publicidad comercial que se encuentre en circulación podrá ser retirada por la Dirección Nacional de Publicidad Comercial, de conformidad con el procedimiento administrativo establecido en la presente ley y su reglamento, de acuerdo con las siguientes formalidades procesales:

a) Recibida la denuncia, la Dirección Nacional de Publicidad llevará a cabo en un plazo de **diez días hábiles** una investigación previa que permita recopilar el material publicitario, individualizar los responsables, así como esclarecer los elementos necesarios para la admisibilidad de la denuncia.

b) Verificada la admisibilidad del asunto, la Dirección decretará abierta la vía administrativa mediante la notificación de la resolución de traslado de cargos, donde se otorgará audiencia escrita por un plazo **de tres días hábiles** a la persona denunciada para que ejerza su derecho de defensa.

c) **La Dirección Nacional de Publicidad podrá ordenar la suspensión o decomiso cautelar del material publicitario durante el procedimiento administrativo del presente artículo. El auto que ordene las medidas cautelares deberá ser motivado, explicar su contenido y duración.**

d) Concluido el plazo de la audiencia escrita para formular la defensa, la Dirección procederá en el plazo de **quince días hábiles** al dictado del acto administrativo final, el cual podrá ordenar el retiro permanente y la destrucción del material publicitario decomisado.

e) Contra el acto final cabrán los recursos ordinarios de revocatoria ante la Dirección Nacional de Publicidad y apelación ante la persona que ocupe el cargo **de Ministro de Gobernación y Policía.**

ARTÍCULO 12- Multas

La Dirección Nacional de Publicidad Comercial 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) Será sancionada con una multa de cinco a veinte salarios base la persona física o jurídica que haya difundido publicidad comercial contraria al **numeral 7** de la presente ley, que actualmente no se encuentre en circulación y no haya sido retirada por la Dirección Nacional de Publicidad Comercial, cuando estuvo expuesta al público.

b) Será sancionada con una multa de quince **a veinte salarios** base, aquella 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) Será sancionada con una multa de diez a treinta salarios base, aquella persona física o jurídica que no cumpla con el retiro cautelar o definitivo de la publicidad comercial, cuando esta haya sido ordenada por la Dirección Nacional de Publicidad Comercial en el ejercicio de sus funciones. Sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales correspondientes.

Para efectos de establecer el monto de la multa de los incisos anteriores, se calculará según el salario base establecido en el artículo 2 de la Ley N.º 7337, de 5 de mayo de 1993.

La Dirección Nacional de Publicidad Comercial podrá optar por convertir el procedimiento del **artículo 11** de esta ley en ordinario y aplicar la multa del **artículo 12** inciso a), cuando la publicidad denunciada sea retirada por la persona infractora, antes de que la Dirección Nacional de Publicidad Comercial declare abierta la vía administrativa de conformidad con artículo 11 inciso b) de la presente ley. Contra el acto final cabrán los recursos de revocatoria y apelación **ante la persona que ocupe el cargo de Ministro de Gobernación y Policía.**

ARTÍCULO 13- Criterios de valoración

Para imponer las multas a que se refiere el **artículo 12 de la presente ley**, la Dirección Nacional de Publicidad Comercial debe tomar en cuenta como criterios de valoración: la gravedad de la infracción, el alcance del público, la reincidencia del infractor en **los 3 años anteriores** y su capacidad de pago.

ARTÍCULO 14- Multa agravada

Será motivo para la imposición de la multa de mayor monto el uso de la imagen de personas menores de edad con carácter sexual en la publicidad. Sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales correspondientes.

ARTÍCULO 15- Publicación

Las resoluciones de la Dirección Nacional de Publicidad Comercial sobre la publicidad denunciada serán publicadas de manera íntegra en el sitio web de la Dirección respetando la seguridad y tratamiento de datos de acuerdo con la legislación competente en la materia.

ARTÍCULO 16- Consejo Asesor de Publicidad

Se conforma un Consejo Asesor de Publicidad Comercial, que estará integrado de la siguiente manera:

a) Una persona representante del Ministerio de Gobernación y Policía, quien lo preside.

b) Una persona representante del Instituto Nacional de las Mujeres.

c) Una persona representante del Patronato Nacional de la Infancia.

d) Una persona representante de la Cámara de Comercio de Costa Rica.

e) Una persona representante del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

f) Una persona representante de las universidades públicas designada por el Consejo Nacional de Rectores.

g) Una persona representante de una organización de sociedad civil.

Cada representación deberá tener su respectiva suplencia, **será nombrada por un plazo de cuatro años y no devengaran dietas por la sesión.**

ARTÍCULO 17- La designación de la representación **de una organización** de la sociedad civil

El Consejo Asesor de Publicidad Comercial abrirá una convocatoria pública de **pre asambleas de organizaciones, para la elección de una** organización de sociedad civil con personería jurídica y experiencia en temas de derechos humanos y comunicación, que desee participar en el Consejo.

ARTÍCULO 18- Competencias del Consejo Asesor de Publicidad Comercial

El Consejo Asesor tendrá las siguientes competencias:

a) Emitir su opinión no vinculante cuando haya sido planteado un recurso de apelación contra una resolución de la Dirección 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 publicarlos en el diario oficial La Gaceta.

c) Asumir, junto con la Dirección Nacional de Publicidad Comercial, 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 (PIEG) y la Política Nacional para la Prevención y Atención de la Violencia contra las Mujeres de todas las Edades (Planovi).

e) Aprobar un plan cuatrienal de prevención de la violencia simbólica en la publicidad, que será ejecutado por la Dirección Nacional de Publicidad.

ARTÍCULO 19 Asesoría preventiva

Las empresas o partes interesadas podrán solicitar asesoría previa **y gratuita** a la pauta de la publicidad, para garantizar que esta cumpla con la legislación nacional.

La Dirección deberá brindar esta asesoría en un plazo no mayor a ocho días hábiles, con el objetivo de garantizar la seguridad jurídica y comercial del producto publicitario, así como la prevención de las formas de violencia, cosificación y discriminación en la publicidad comercial descritas en la presente ley.

ARTÍCULO 20- Cobertura

Quedan sujetas a las disposiciones de la presente ley, las empresas de prensa, radio, cine y televisión, de servicios por internet o digitales y, en general, todas aquellas que exploten un medio de comunicación individual o colectivo.

ARTÍCULO 21- Derogaciones

Deróguese la Ley que Regula Propaganda que Utilice la Imagen de la Mujer, N.º 5811, de 10 de octubre del año 1975.

TRANSITORIO ÚNICO

El Poder Ejecutivo contará con un plazo de tres meses para reglamentar la presente ley, contado a partir de entrada en vigencia.

Rige a partir de su publicación.