



RICARDO SALAS ALVAREZ (FIRMA)
Firmado digitalmente por RICARDO SALAS ALVAREZ (FIRMA)
Fecha: 2020.06.18 15:28:02 -06'00'



Imprenta Nacional
Costa Rica

ALCANCE N° 148 A LA GACETA N° 146

Año CXLII

San José, Costa Rica, viernes 19 de junio del 2020

84 páginas

**PODER LEGISLATIVO
PROYECTOS**

**PODER EJECUTIVO
RESOLUCIONES**

**REGLAMENTOS
MUNICIPALIDADES**

**INSTITUCIONES DESCENTRALIZADAS
AUTORIDAD REGULADORA
DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS**

Imprenta Nacional
La Uruca, San José, C. R.

PROYECTO DE LEY

LEY PARA EVITAR LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA QUE DENIGRE A LA PERSONA ADULTA MAYOR

Expediente N° 22.032

ASAMBLEA LEGISLATIVA:

El presente proyecto de ley tiene como propósito evitar la difusión de propaganda que denigre a la persona adulta mayor o que promueva mitos y/o estereotipos en perjuicio de esta población etaria, a través medios de comunicación individual o colectiva y que sea propagada en el territorio nacional. Es común ver propaganda que presenta de manera deshonrosa el envejecimiento, la ancianidad y en detrimento de la dignidad e imagen de la persona adulta mayor. De la misma manera, se procura promover el respeto a esta población etaria en sociedad y que las personas menores de 65 años desarrollen una cultura de consideración, estima y valor hacia la persona adulta mayor.

Indica Estrada Galindo (2001) que pese a que se considera a las personas adultas mayores como un grupo de población heterogéneo y activo, es recurrente la idea de que no cuentan con un rol en la sociedad, pues históricamente la vejez se ha visto como un proceso de deterioro e improductividad económica creciente.

Los mitos y estereotipos se aprenden desde temprana edad. No solamente son conductas aprendidas, sino que la misma persona adulta mayor puede estar transmitiendo una idea equivocada en torno a la vejez y eso puede producir aislamiento y que la persona adulta mayor se niegue a seguir participando en todas las actividades de la vida.

El Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor, como órgano rector nacional en la materia, ha publicado folletos institucionales¹, donde indica que los mitos y estereotipos más frecuentes en Costa Rica, son el viejismo, la vejez como un sinónimo de enfermedad, la infantilización, el deterioro intelectual, la pérdida de autonomía, el mal carácter, la pérdida de sexualidad, la errónea percepción de que las personas adultas mayores deben estar siempre en hogares de ancianos o albergues, el aislamiento social, la depresión y la improductividad.

¹ Mitos y estereotipos acerca del envejecimiento y la vejez. Folleto institucional del CONAPAM (2013). ISBN: 978-9968-911-14-6.

Los mitos y estereotipos en cuanto a la vejez, giran en torno a afirmaciones que generalizan a todas las personas adultas mayores como sinónimo de “algo negativo”, con dependencia funcional y fragilidad, con soledad, rigidez y deficiencia para adaptarse a cambios.

Cuando un medio de comunicación masiva propaga mitos, estereotipos o tendencias negativas en cuanto al envejecimiento, automáticamente está difundiendo una imagen inadecuada en cuanto a la población adulta mayor y eso tiene como consecuencia un desmejoramiento que va en detrimento de los derechos humanos de las personas que han sobrepasado los sesenta y cinco años. Eso es contrario a la dignidad y al derecho a la imagen como derechos fundamentales.

Sin lugar a duda, los mitos y estereotipos inciden sobre la manera en la que la ciudadanía percibe a las personas adultas mayores. La presente iniciativa, busca producir un cambio, para promover una cultura de respeto y honra a la población adulta mayor. Eso es, con el fin de evitar la gerontofobia y el odio que perjudica a personas adultas mayores en razón de su edad.

La ley N° 9394 indica la *“necesidad de abordar los asuntos de la vejez y el envejecimiento desde una perspectiva de derechos humanos que reconoce las valiosas contribuciones actuales y potenciales de la persona mayor al bienestar común, a la identidad cultural, a la diversidad de sus comunidades, al desarrollo humano, social y económico”*.

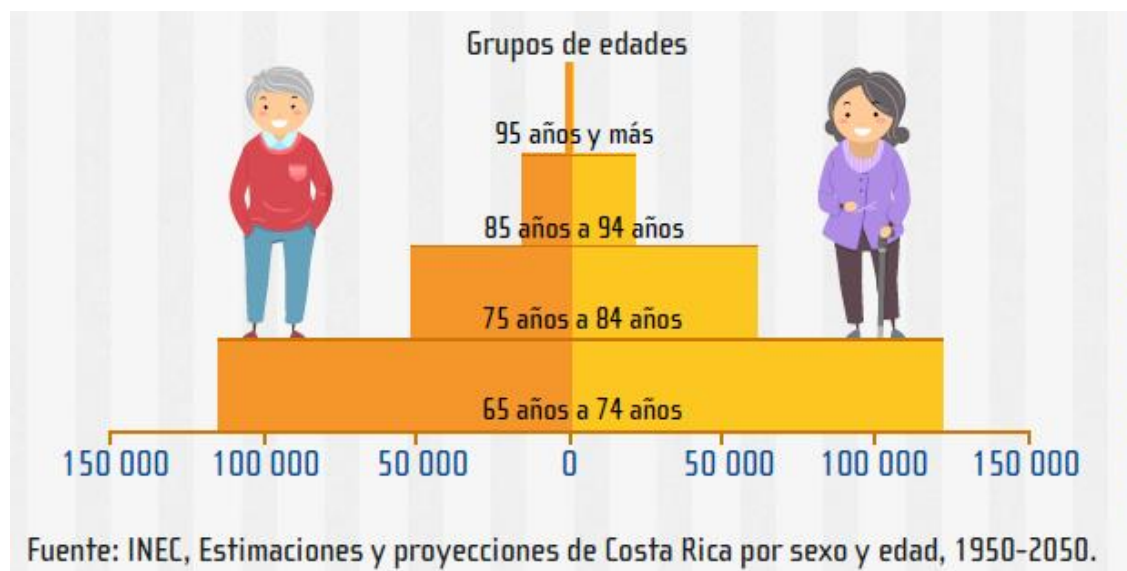
La difusión de propaganda en medios de comunicación masiva nacional que no se ajusten a la debida observancia en cuanto a la persona adulta mayor, lo que hacen es promover al mismo tiempo el maltrato, la indiferencia y refuerzan el mito de que las personas adultas mayores son dependientes en la mayoría de casos. Ha sido una práctica cotidiana, al menos en Costa Rica, de ciertos medios de difusión y agencias de publicidad, utilizar a la persona adulta mayor, como si se tratase de un objeto de burla o entretenimiento.

La Ley N° 9394 plasma *“cualquier distinción, exclusión o restricción basada en la edad que tenga como objetivo o efecto anular o restringir el reconocimiento, goce o ejercicio en igualdad de condiciones de los derechos humanos y libertades fundamentales en la esfera política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública o privada”*.

Costa Rica es uno de los países de la región que envejecerá más rápidamente, lo que origina cambios y plantea desafíos en todos los ámbitos de la vida económica y social del país y de los propios individuos. Junto con el envejecimiento saludable, los y las Señoras Diputadas que proponemos el presente proyecto de ley, consideramos necesario brindar seguridad jurídica para las personas adultas mayores y la promoción del respeto en sociedad de su dignidad e integridad.

La cantidad de personas adultas mayores en Costa Rica, va en aumento. Eso es, porque la pirámide poblacional se ha invertido. El presente cuadro, presenta las

estimaciones y proyecciones de Costa Rica por sexo y por edad, entre 1950 y el 2050:



Fuente: INEC, 2001.

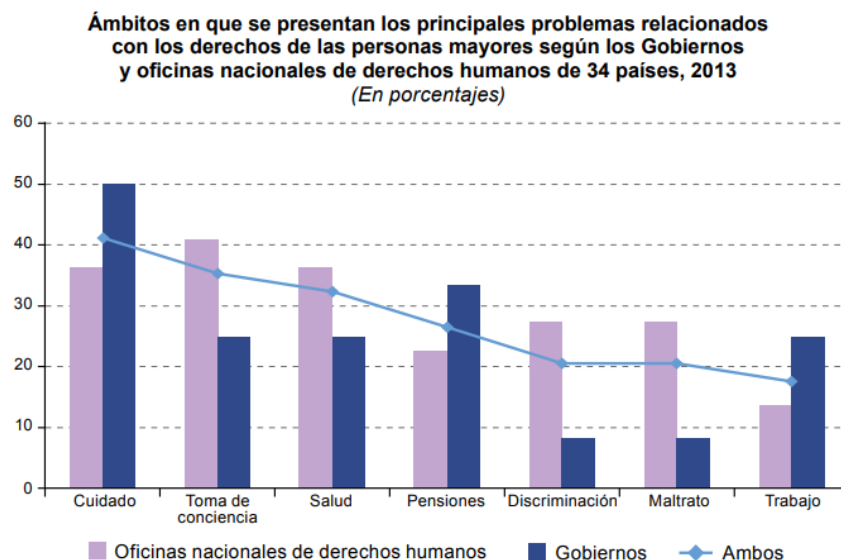
Para el año 2025, la proyección del Instituto Nacional de Estadística y Censo, con base en la información que tenían para el año 2000, señalaron que para el año 2025, la población mayor a los 60 años de edad o más en total corresponderá a un 14,5%. Eso no es lejano, ya que aproximadamente dentro de cinco años, esas proyecciones podrían ser ya una realidad.

Manifiestan Quinn y Deneger (2002)² que la dignidad es un valor elemental de los derechos humanos. Cada persona tiene un valor que no se puede estimar en cifras económicas, es por eso que cada ser humano merece ser valorado con independencia a su capacidad económica o a cualquier otro atributo que sea ajeno a su condición de ser humano.

En América Latina y el Caribe, los informes del Secretario General de las Naciones Unidas y de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos han hecho contribuciones para entrever los problemas y limitaciones que enfrentan las personas mayores para llevar a la práctica sus derechos. En 2013, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos realizó una amplia consulta sobre la promoción y la protección de los derechos de las personas de edad. Se obtuvieron respuestas de Estados Miembros de las Naciones Unidas de todo el mundo, incluidos Gobiernos, instituciones nacionales de derechos humanos y académicas y organizaciones de la sociedad civil. El análisis de la información disponible sobre 34 países pone de manifiesto los principales asuntos que preocupan a los Gobiernos y las oficinas nacionales de derechos humanos en relación con este tema. Del total de

² Envejecimiento, personas mayores y Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, perspectiva regional y derechos humanos CEPAL. ISBN: 978-92-1-358097-4.

respuestas analizadas de ambos estamentos, en el 41,2% se identificó como una de las principales problemáticas el cuidado, en el 35,3% se señaló la falta de toma de conciencia sobre la situación y los derechos de las personas mayores, en el 32,4% la salud, en el 26,5% las pensiones, en el 21% la discriminación y el maltrato, y en el 17,6% el trabajo.



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH), "Public consultation on the human rights of older persons", 2013 [en línea] <http://www.ohchr.org/EN/Issues/OlderPersons/Pages/Consultation15April2013Submissions.aspx>.

El gráfico anterior, muestra que la discriminación que sufren en muchas ocasiones las personas adultas mayores, es un problema severo que obstruye el desarrollo pleno de la persona adulta mayor, para hacer valer sus derechos fundamentales, tales como la dignidad y el derecho a una correcta percepción de su imagen.

La Organización de las Naciones Unidas, durante la Conferencia Mundial sobre Envejecimiento³ planteó que en las sociedades, en cuanto a las personas adultas mayores, es necesario:

- Potenciar el retorno al respeto, la consideración y la autoridad de las personas mayores característico de las sociedades primitivas, eliminando los estereotipos sociales que atacan a su dignidad.
- Velar por el bienestar físico, mental, social, espiritual y ambiental de la persona mayor.

En Madrid, en el III Congreso Estatal de Personas Mayores se concluyó "Se demanda de los medios de comunicación, tanto públicos como privados, una mayor

³ <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3282988.pdf>.

atención para las personas mayores y las actividades de sus organizaciones representativas”.

Los medios de comunicación masiva, tienen la obligación, acorde a la legislación vigente en el Derecho nacional e internacional, de promover publicidad y programas que produzcan un efecto positivo en la audiencia, respetando siempre a la persona adulta mayor, evitando así el edadismo como un factor desencadenante, que eventualmente puede producir malos tratos y una imagen preconcebida negativa en perjuicio de las personas de sesenta y cinco años o más.

Las acciones afirmativas, no son discriminación negativa; sino que por el contrario, pueden resultar beneficiosas para la persona adulta mayor. Ejemplo de éstas pueden ser, visibilizar la sabiduría y conocimiento de las cosas del mundo que tienen las personas adultas mayores. Aquellas que denigren o promuevan la intolerancia, el irrespeto, la sensación de estorbo y la discriminación de la persona adulta mayor, deberán ser consideradas estereotipos negativos, que afectan de manera directa a la persona adulta mayor.

Tirado⁴ indica que en el Seminario organizado por el Imsero y la Universidad Menéndez Pelayo en Santander, Colombia (2005), se convirtió en un hito ante la firma de una declaración que contenía una propuesta, misma que se transcribe a continuación:

- Mostrar el envejecimiento como una etapa más de la vida, rescatando los valores que encarnan las personas mayores como la serenidad, la experiencia, el respeto, la independencia o la memoria.
- Incluir a las personas mayores como parte de la población en plano de igualdad con los demás colectivos, en todo tipo de información.
- Evitar el lenguaje peyorativo, paternalista y discriminatorio, que contribuye a reforzar los estereotipos sociales sobre las personas mayores.
- Propiciar desde los medios el tratamiento de los temas con una perspectiva intergeneracional.
- Dar voz a los mayores como ciudadanos independientes y protagonistas de sus propias vidas.
- Acabar con su invisibilidad recurriendo a ellos como fuente informativa.

El respeto y la atención de una población que tiene una especial protección del Estado, según el artículo 51 de la Constitución Política. Eso es lo que motiva el presente proyecto de ley y que de esa misma manera las empresas que brindan

⁴ Los mitos y estereotipos asociados a la vejez. En línea:
<http://www.revista60ymas.es/InterPresent2/groups/revistas/documents/binario/s314informe.pdf>

programación nacional o que realizan publicidad, queden obligadas a respetar la legislación nacional (Ley N° 7935 y sus reformas) y la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores.

En virtud de las consideraciones expuestas, someto a conocimiento de la Asamblea Legislativa el siguiente proyecto de ley para su estudio y aprobación por parte de los Señores Diputados y las Señoras Diputadas.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
DECRETA:

**LEY PARA EVITAR LA PROPAGANDA QUE DENIGRE
A LA PERSONA ADULTA MAYOR**

ARTÍCULO 1- OBJETO. El objeto de la presente ley es evitar la difusión de propaganda que denigre a la persona adulta mayor. También aplicará cuando un medio de difusión o agencia de publicidad promueva mitos y/o estereotipos en perjuicio de esta población etaria.

ARTÍCULO 2- FUNCIÓN DEL MINISTERIO DE GOBERNACIÓN Y DE LA OFICINA DE CONTROL DE PROPAGANDA. Será obligación del Ministerio de Gobernación controlar y regular el cumplimiento de esta ley.

La Oficina de Control de Propaganda, deberá fiscalizar la propaganda que realizan los medios de difusión y las agencias de publicidad, ya sea en su condición de personas físicas o jurídicas. Aquellas que se encuentren interesadas, deberán presentar, el material de propaganda o promoción a la oficina del Ministerio de Gobernación.

ARTÍCULO 3- MATERIAL DE PROPAGANDA O PROMOCIÓN. Para efectos de la ley serán considerados material de propaganda o promoción:

a) Los textos y bocetos de los anuncios para la prensa escrita, murales, rótulos, fotografías, dibujos, clisés y artículos de regalo cuando éstos tengan finalidades propagandísticas o de promoción;

b) Los textos, libretos o guiones, con las indicaciones completas de imágenes visuales y de sonido para películas, avances cinematográficos, cuñas y filmes en cintas magnetofónicas, diapositivas y, en general, todo aquel material destinado a proyectarse o transmitirse por medio de la televisión o el cine;

c) 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;

d) Los textos, proyectos, afiches y, en general, cualquier artículo de fines propagandísticos, destinados a cualquier medio de comunicación colectiva, no contemplado en los incisos anteriores.

e) Los textos, afiches, y en general, cualquier artículo con fines propagandísticos o de promoción destinado a redes sociales.

ARTÍCULO 4- ÁMBITO DE APLICACIÓN. Para los efectos de la presente ley, se considerará material de propaganda o promoción que denigre a la persona adulta mayor:

a) La que realizan los Poderes del Estado y cualquier institución que pertenece a la Administración Pública, siempre y cuando sea acorde a sus fines y funciones.

b) Aquella que se encuentra regulada en el artículo 2 y prohibida en el artículo 3 de la Ley N° 5811 denominada "Ley que Regula la Propaganda que Utilice la Imagen de la Mujer".

En el caso del inciso b) de este artículo, aplicará de la misma manera en la que se fiscaliza ante el uso de la imagen de la mujer en la propaganda, pero en este caso, la presente ley aplicará cuando se promuevan mitos y/o estereotipos que denigren a las personas mayores de sesenta y cinco años.

ARTÍCULO 5- NOTIFICACIÓN A MEDIOS DE DIFUSIÓN O AGENCIAS DE PUBLICIDAD. Cuando la Oficina de Control de Propaganda tenga noticia de la difusión de propaganda que menoscabe la dignidad, la integridad o el derecho a la imagen de la persona adulta mayor, ya sea con o sin consentimiento, deberá notificarle al medio de difusión o a la agencia de publicidad.

ARTÍCULO 6- OBLIGACIÓN DE RETIRAR PROPAGANDA ANTE EL INCUMPLIMIENTO DE LO NOTIFICADO. Una vez realizada la comunicación descrita en el artículo anterior y si el medio o la agencia no acatan o modifican la propaganda, esta Oficina deberá proceder al retiro de la propaganda.

ARTÍCULO 7- APROBACIÓN DE PROPAGANDA DONDE APAREZCAN PERSONAS ADULTAS MAYORES. Los medios y agencias de publicidad, deberán tener la aprobación previa de la propaganda que realicen, cuando en la misma aparezcan personas adultas mayores. La Oficina de Control de Propaganda, dispondrá de quince días hábiles siguientes al día en el que fue presentada la solicitud de aprobación de la propaganda. Si ésta no fue aprobada en tiempo, tácitamente se tendrá por autorizada la solicitud.

Una vez aprobada la propaganda, no podrá ser variada sin autorización previa. Toda propaganda originada en el extranjero, se deberá someter a las disposiciones de este artículo.

ARTÍCULO 8- FACULTADES DEL MINISTERIO DE GOBERNACIÓN EN CUANTO A LA PROPAGANDA QUE DENIGRE A LA PERSONA ADULTA MAYOR. Las facultades del Ministerio de Gobernación indicadas en el artículo 12 de la Ley N° 5811 denominada “Ley que Regula la Propaganda que Utilice la Imagen de la Mujer”, aplicarán para aquella propaganda que denigre a la persona adulta mayor.

ARTÍCULO 9- COORDINACIÓN PERIÓDICA ENTRE EL CONSEJO ASESOR Y EL CONAPAM. El Consejo Asesor de propaganda del Ministerio de Gobernación regulado en los artículos 10 y 11 de la Ley N° 5811 denominada “Ley que Regula la Propaganda que Utilice la Imagen de la Mujer”, deberá emitir criterios de carácter no vinculante en cuanto a la difusión de propaganda relacionada con la persona adulta mayor, deberá respetar la normativa nacional e internacional vigente. Para tales efectos, podrá obtener información de manera periódica, proveniente del Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor.

ARTÍCULO 10- MODIFICACIONES A LA LEY N° 7935 Y SUS REFORMAS: Modifíquense los artículos 2, 7 y 51 de la Ley N° 7935 “Ley Integral para la Persona Adulta Mayor” y sus reformas, para que de ahora en adelante se lean de la siguiente manera:

Artículo 2- Definiciones

Para los efectos de esta ley, se definen los siguientes términos:

[...]
[...]
[...]
[...]
[...]
[...]
[...]
[...]
[...]
[...]
[...]
[...]

Mito: Atribución de cualidades o realidades de manera falsa o confusa a la población adulta mayor.

Estereotipo: Idea preconcebida y habitualmente equivocada que ha sido aceptada por una persona o agrupación de ellas, que incide en la percepción y afecta negativamente los derechos fundamentales de la persona adulta mayor.

Artículo 7- Derecho a la imagen. Prohíbese publicar, reproducir, exponer, vender o utilizar, en cualquier forma, imágenes o fotografías de personas adultas mayores para ilustrar informaciones referentes a acciones u omisiones que se les atribuyan, sea de carácter delictivo, contravenciones o riñan con la moral o las buenas costumbres. También queda prohibida la difusión de propaganda que denigre a la persona adulta mayor o que propague mitos y/o estereotipos, que con o sin el

consentimiento, vayan en detrimento de los derechos fundamentales de la persona adulta mayor, a través de medios de comunicación masiva.

Artículo 51- Financiamiento de Programas y Servicios. Para la ejecución de programas específicos desarrollados por ministerios e instituciones dedicados a la atención de la persona adulta mayor, el Consejo estará autorizado para gestionar fondos ante organizaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales. Para el financiamiento de los programas que vayan destinados a la atención de las necesidades humanas de las personas adultas mayores, el CONAPAM deberá el monto proveniente de las multas establecidas en el artículo 62 bis de la presente ley.

ARTÍCULO 11- MODIFICACIONES A LA LEY N° 5811 Y SUS REFORMAS: Modifíquense los artículos 10 y 11 de la Ley N° 5811 denominada “Ley que regula la propaganda que utilice la imagen de la mujer” y sus reformas, para que de ahora en adelante se lea de la siguiente manera:

Artículo 10- Existirá un Consejo Asesor de Propaganda, integrado por dos personas representantes del Ministerio de Gobernación, una de la Cámara de Comercio, otra de la Asociación del Consejo Nacional de Publicidad, una representante del Instituto Nacional de las Mujeres y otro representante del Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor.

Artículo 11- El Consejo Asesor tendrá las siguientes funciones, relacionadas expresamente con esta ley y sus reglamentos:

[...]

[...]

c) Brindar un criterio integrado, en conjunto con el CONAPAM, para prevenir y evitar la difusión de propaganda que denigre a las personas mayores de sesenta y cinco años.

En los anteriores casos, el criterio del Consejo no obligará al Ministerio.

ARTÍCULO 12- ADICIONES LEGALES. Adiciónese un artículo 62 bis a la Ley N° 7935 y sus reformas, para que se lea de la siguiente manera:

Artículo 62 bis- Multa ante la existencia de propaganda que denigre a la población adulta mayor o que divulgue mitos o estereotipos. La Oficina de Control de Propaganda del Ministerio de Gobernación deberá comunicar formalmente al Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor, cada vez que retire la propaganda como consecuencia de algún incumplimiento que haya sido notificado debidamente a un medio de difusión o agencia de publicidad, cuando ésta denigre a la población adulta mayor o ante la propagación de mitos o estereotipos que estigmaticen a las personas mayores de sesenta y cinco años.

El CONAPAM deberá enviar una notificación formal al Ministerio Público, para que éste último inicie una investigación para determinar si encontraron la propaganda en medios de circulación nacional. Cada vez que se difunda ese tipo de propaganda, la persona juzgadora en sede penal, deberá establecer una multa para el medio o la agencia, que corresponderá a un salario base por cada vez que haya sido divulgada la propaganda y se calculará conforme al Decreto de Salarios Mínimos vigente.

TRANSITORIO I- Le corresponderá al Poder Ejecutivo reglamentar la presente ley, dentro del plazo de 6 meses contados a partir de la fecha en que se encuentre vigente.

Rige a partir de su publicación.

Nidia Lorena Céspedes Cisneros

Franggi Nicolás Solano

Aracelly Salas Eduarte

Dragos Dolanescu Valenciano

Marulin Raquel Azofeifa Trejos

Harllan Hoepelman Páez

Luis Ramón Carranza Cascante

Luis Antonio Aiza Campos

Walter Muñoz Céspedes

Jonathan Prendas Rodríguez

Ignacio Alberto Alpízar Castro

Óscar Mauricio Cascante Cascante

Sylvia Patricia Villegas Álvarez

José María Villalta Florez Estrada

Rodolfo Rodrigo Peña Flores

Otto Roberto Vargas Víquez

Carmen Irene Chan Mora

NOTA: Este proyecto no tiene aún comisión asignada.