



Los Derechos Humanos en la propaganda comercial

Licda. Gloria Valerín Rodríguez

La década que inicia en Costa Rica con la promulgación de la Ley de Promoción de la Igualdad Social de la Mujer No.7142 el 8 de marzo de 1990, constituye un período de sistemático avance en la conceptualización de los derechos humanos de las mujeres, en la formulación y aprobación de instrumentos jurídicos que ofrecen sustento a esos derechos y en la construcción de referentes simbólicos que legitiman las expectativas de equiparación humanas de las mujeres. El análisis detallado de las necesidades y desventajas que acusa la situación vital y la posición social de las mujeres, consignado especialmente en el ítem 2 de la primera parte del documento, señala en buena medida las dificultades que enfrenta la sociedad de equidad entre mujeres y hombres.

Ofrecer garantía real, establecer adecuados y precisos mecanismos de exigibilidad de los derechos a partir de su divulgación, promoción y pleno conocimiento por parte de las propias mujeres y de la sociedad en su conjunto, es un reto pendiente para el efectivo disfrute de los derechos humanos y el desarrollo de la ciudadanía de las mujeres en los albores del Siglo XXI.

Costa Rica cuenta con la Ley 5811 del Control de Propaganda, que faculta a la Oficina de Control de Propaganda del Ministerio de Gobernación, para ordenar la inmediata suspensión de propaganda comercial que afecte el pudor y la dignidad de la familia y que utilice la imagen de la mujer impúdicamente para promover ventas; corresponde a ese Ministerio vigilar su aplicación. Hasta el año 1993, la tendencia fue sancionar propaganda que utilizaba la desnudez de las mujeres como medio propagandístico.

En los últimos años, los criterios se han ampliado al uso de imágenes estereotipadas que expresan sumisión de las mujeres o denigran el trabajo doméstico. La cobertura legal se ha ensanchado con base en los tratados internacionales y otras leyes nacionales que se refieren a derechos de las mujeres.