

Nacionales

# Plan que regula imagen de mujeres es “doble moral” Según diputadas y agencias de publicidad



Un proyecto de ley que pretende limitar el uso de la imagen de la mujer en publicidades, campañas o medios de comunicación fue catalogado por diputadas y agencias como “censurable”, “doble moral” y además podría afectar económicamente al país.

Se trata del expediente 21.375, el cual se encuentra en la Comisión de la Mujer y pretende que todo tipo de publicidad (audiovisual, digital, estrategias de comunicación, agencias, mensajes y otros) que utilice la imagen de la mujer sea controlada y regulada por el Ministerio de Gobernación.

Caso similar con anuncios publicitarios y comerciales que utilicen la imagen de las mujeres de forma “ofensiva, discriminatoria, que reproduzca estereotipos de género, identidad u orientación sexual” utilizando su cuerpo como objeto en relación o no con el producto que se pretende promocionar.

Lo mismo se aplicaría con imágenes asociadas a comportamientos estereotipados que fomenten “patrones y estereotipos sexistas” o “reproduzcan violencia y la discriminación contra las mujeres”.

## DIPUTADOS

No obstante, la propuesta es censurada por diputados de la República.

De acuerdo con Johanna Obando, legisladora del partido Liberal Progresista (PLP), la propuesta limita la libertad de decisión de las mujeres de decidir sobre su propio cuerpo.

“Es doble moral. Algunos sectores dicen: la mujer puede vestir como quiera. ¡Yo estoy de acuerdo! Pero se oponen cuando esa misma mujer pretende monetizar sobre su propio cuerpo. ¡Ahí sí está malo!

Es algo ideológico que viene del Frente Amplio y de Liberación Nacional.

No permiten que las mujeres tengan decisiones sobre su propio cuerpo y que pueda monetizar. ¿Cuál es el problema de que una mujer pueda usar su imagen para ganar dinero?”, cuestionó.

“Cientos de agencias de publicidad se verían afectadas. Van a tener un proceso de censura previa bajo parámetros de conceptos indefinidos.

Quieren que violencia sea todo, pero violencia sea nada. Es ambiguo.

Afecta a los periodistas y medios de comunicación. Quieren notas periodísticas donde no salgan mujeres”, añadió la liberal.

En la misma línea Daniela Rojas, jefa de bancada del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC), criticó la iniciativa.

“Hay censura previa, se afectaría a agencias de publicidad, medios y cualquier espacio donde se presenten mujeres. El problema de que se nos denigre a las mujeres en distintos espacios no se resuelve con este proyecto de ley. Tendría implicaciones económicas muy serias para el país”, detalló la rojiazul.

## AGENCIAS

De acuerdo con Mariam Bakit, presidenta de Comunidad de Empresas de Comunicación Comercial de Costa Rica, la propuesta no solo afectaría a su sector, sino al comercio y economía costarricense.

“Atenta contra la libertad de expresión y democracia. Además es discriminatorio en sí mismo. Es una ley subjetiva en sí misma, coloca a la mujer en una posición irracional.

Sabemos que las formas de comunicación han cambiado, pero este plan de ley es violatorio. Apelamos a la autorregulación”, manifestó.

“Afectaría a los negocios. El marketing y publicidad mueve millones, genera empleo a las mujeres y por eso este proyecto es tan nocivo”, agregó.

## PROHIBICIONES

El texto prohíbe la presentación “sin fines noticiosos” de la imagen.

Además el uso de mujeres “como objetos sexuales” en las portadas y contraportadas de los periódicos quedaría vetado.

En el caso de medios de comunicación físicos, digitales u otras plataformas informativas deberán identificar

como “campo publicitario pagado” cualquier tipo de publirreportaje, reportaje, nota, texto, artículo, leyenda o cualquier otra forma que difunda imágenes de mujeres.

## MULTAS

El tema no se queda solo con limitaciones, sino que establece multas para aquellas instancias que sexualicen la imagen de la mujer.

Así, se impondrá una multa de ¢2.311.000 a ¢9.244.00 a la persona física o jurídica que haya difundido publicidad comercial contraria a lo antes mencionado y que no haya podido ser retirada por la Fuerza Pública cuando estuvo expuesta al público.

En el caso de los medios de comunicación que usen imágenes de este tipo en sus portadas o contraportadas se les impondrá una multa de 10 a 15 salarios base (¢4.620.000 a ¢6.933.000). Por otra parte, si una persona incumple con el retiro cautelar o definitivo de la publicidad comercial, cuando esta haya sido ordenada por el Ministerio de Gobernación, podría ser multada con más de ¢13 millones.

Lo anterior sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales correspondientes.

Para realizar la multa el Ministerio de Gobernación tomará en consideración los criterios de “gravedad de la infracción, el uso con carácter sexual de la imagen de personas menores de edad, el alcance del público, la reincidencia del infractor y la capacidad de pago”.

“Con Fuerza Pública se puede retirar el material y que se utilicen los medios que el Estado tiene para poder garantizar que, por ejemplo, en plataformas no se siga distribuyendo y se corte ese uso”, explicó Rocío Alfaro, diputada del Frente Amplio (FA).

### Daniela Rojas

PUSC

“Afectaría a mujeres que participan en campañas publicitarias. Hay doble moral e hipocresía con este proyecto. Para unos temas se dice ‘Mi cuerpo, mi decisión’, pero para otros hay censura”.

### Johanna Obando

PLP

“Afecta a las mujeres que usan las plataformas para vender sus productos. ¿Somos las mujeres incapaces de decidir? ¿Debe nuestro cuerpo estar regulado por el Estado? Hay menoscabo a nuestras libertades”.

**PERIODISTA:** Aarón Chinchilla Carvajal |

**EMAIL:** aaron.chinchilla@diarioextra.com |

**Lunes 30 Enero, 2023 |**

**CRÉDITOS:** Foto: Cortesía |

**HORA:** 12:00 AM