

Proyecto prohibiría usar imagen de mujeres para promocionar productos sin relación con ellas

Plan exigiría a empresas aprobación del Ministerio de Gobernación a su publicidad, lo que genera críticas de censura previa; iniciativa dictaminada castigaría material que presente mujeres de forma sexualizada

20 de febrero de 2023

Por Aarón Sequeira



Rocío Alfaro, del Frente Amplio, defendió el proyecto sobre regulación del uso de la imagen de la mujer en la publicidad. Foto: Asamblea Legislativa

Un proyecto de ley dictaminado por la Comisión de la Mujer de la Asamblea Legislativa **prohibiría que se utilice la imagen de la mujer**, sobre todo de una **forma sexualizada**, para vender **productos que no tengan ningún tipo de relación con la imagen**.

La restricción regiría tanto en **medios de comunicación como en plataformas digitales**. El texto añade que la **publicidad será controlada y regulada con criterio restrictivo por el Ministerio de Gobernación**, lo que es catalogado como “**censura previa**” por parte de organizaciones empresariales.

Se trata del expediente 21.375, cuya intención es modificar la ley 5811, Ley que regula la propaganda que utilice la imagen de la mujer.

que ver con esa imagen.

Por ejemplo, la iniciativa prohibirá que se promocionen automóviles o electrodomésticos con la imagen de una mujer en esas condiciones, pues se trataría de publicidad que no tenga relación, por ejemplo, con trajes de baño, o bien, con tratamientos de la piel.

Previa aprobación

Según el proyecto, toda publicidad comercial “de esta naturaleza” deberá llevar la **aprobación previa y expresa del Ministerio de Gobernación**. Además, se crea un Consejo Asesor de Publicidad integrado por delegados del Ministerio de Gobernación, Instituto Nacional de las Mujeres (Inamu), Cámara de Comercio, Defensoría de los Habitantes y Patronato Nacional de la Infancia (Pani). Habría tres representantes civiles, pero sin voto.}

El Ministerio de Gobernación podrá ordenar la suspensión inmediata de la publicidad que no haya sido aprobada y, en caso de rebeldía o desacato, podrá ordenar el decomiso y destrucción del material, para lo cual podrá recurrir al auxilio de la Fuerza Pública.

Cambios al artículo 1

La iniciativa modificaría el artículo 1 de la ley vigente. La redacción establece que se prohibiría propaganda y publicidad que use la imagen de la mujer de cualquier edad:

-De forma ofensiva, discriminatoria o que reproduzca estereotipos de género

- Incite discriminación contra las mujeres por origen étnico racial, nacionalidad, condición social, edad, identidad de género, sexo, orientación sexual, condición de salud, discapacidad, creencias religiosas
- Promueva contra ellas violencia simbólica, física, psicológica, sexual y patrimonial
- Utilice su cuerpo o partes de su cuerpo como objeto, cuando no tenga relación con el producto que se pretende promocionar
- Emplee su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento, contribuyendo a fomentar patrones y estereotipos sexistas, reproducir violencia o discriminación

Programas par menores de edad

Adicionalmente, se establece una prohibición total para todo tipo de propaganda y publicidad, en medios de comunicación o plataformas digitales, que use la imagen de la mujer, de forma inadecuada, dentro de programas dirigidos a personas menores de edad.

Dichas normas aplicarán también para empresas de prensa, radio, cine, televisión y plataformas digitales de comunicación, tanto individual como colectivo. De hecho, se establece una responsabilidad subsidiaria de las empresas donde se presente ese tipo de publicidad prohibida.

La iniciativa tuvo el voto unánime de las cinco congresistas que estaban presentes en el momento de la votación.

Multas por incumplimiento

La iniciativa, presentada por el exdiputado del Frente Amplio José María Villalta, impone:

- Multas de hasta ϕ 9,2 millones a las personas físicas o jurídicas que difundan publicidad comercial contraria a lo establecido por la ley, tanto en **medios tradicionales como digitales**.
- Multas de hasta ϕ 6,9 millones a los periódicos que presenten, en sus portadas o

-El incumplimiento del retiro de propaganda o publicidad comercial que transgreda la ley será castigado con una multa de hasta ¢13,8 millones, además de las responsabilidades civiles y penales que correspondan.

Diputada aboga por herramientas reales

La frenteamplista Rocío Alfaro Molina argumentó que el proyecto “da herramientas reales al Estado para cumplir y tener un cuerpo de actores sociales con quienes intercambiar criterios para impedir este tipo de propaganda, sobre todo para prevenir la violencia que promueve ese tipo de publicidad”.

La presidenta de la Comisión de la Mujer, la liberacionista Carolina Delgado, dijo que la lucha contra el uso de la imagen de la mujer se ha dado por años, pues se usa cuando ni siquiera tiene relación con el producto.

“Claramente hay temas donde el cuerpo de la mujer se expone, como catálogos de venta de ropa, pero no como se ve para promociones de productos mecánicos, automóviles, venta de aceites, llantas. Es un avance fundamental para erradicar conductas sociales que cosifican a la mujer”, dijo.

Cámaras critican censura previa

La Cámara de Comercio de Costa Rica y Comunidad, Cámara de Empresas de Comunicación Comercial de Costa Rica, advirtieron de que el proyecto introduce la censura previa y que esta no es la vía para proteger la imagen de la mujer en la comunicación.

En criterio de estas organizaciones, el proyecto atenta contra la libertad de expresión, además de que propicia inseguridad jurídica, al tiempo que se presta para interpretaciones erróneas y hasta discriminación

Diputadas intentarán archivo

En la votación del proyecto estuvieron ausentes las diputadas Daniela Rojas, del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC), y Johana Obando, del Partido Liberal Progresista (PLP), quienes se habían opuesto a la iniciativa.

Pese al avance que ya tuvo la iniciativa legal en la comisión dictaminadora, ambas

y, más bien, sea archivado.

Obando explicó que está en contra porque amplía de forma “subjetiva conceptos muy indeterminados” sobre el uso que pueda hacer la mujer de su propio cuerpo. “Llega al punto en que cualquier cosa se podría tomarse como si fuera contra la libertad de decisión de la mujer”, dijo.

“A mí me preocupa, porque dependerá de la persona en la oficina de publicidad y propaganda que se califique ese material publicitario, habrá un sesgo muy grande”, apuntó.

También dijo que las multas son altísimas, en algunos casos multas dobles y cuestionó cómo hará la oficina encargada para retirar esa publicidad, así como la imposibilidad de controlar en redes sociales que vengan del extranjero.

“Vemos una limitación al mercado nacional, pero mucha apertura para el internacional y crearía desigualdad”, apuntó.

El proyecto entró al orden del día del plenario y espera para su aprobación.

© 2023 Todos los derechos reservados, cualquier uso requiere autorización expresa y por escrito de Grupo Nación GN S.A.