

San José, lunes 30 de setiembre de 2024
OFICIO N° 10953-2024-DHR

Para: Señora
Noemy Montero Guerrero
Jefa de Área
Comisiones Legislativas
Asamblea Legislativa
Correo electrónico:
rrodriguez@asamblea.go.crr

De: **Licda. Angie Cruickshank Lambert**
Defensora de los Habitantes

ANGIE
CRUICKSHANK
LAMBERT
(FIRMA)

Firmado digitalmente
por ANGIE
CRUICKSHANK
LAMBERT (FIRMA)
Fecha: 2024.09.30
17:53:10 -06'00'

Asunto: Criterio al Expediente N° 24.245. Proyecto de Ley Reformas y adiciones a la Ley que regula la propaganda que utilice la imagen de la mujer, ley N° 5811 de 10 de octubre de 1975 y sus reformas. Ley para promover una vida libre de violencia y discriminación hacia las mujeres en la propaganda y/o publicidad comercial.

Estimada señora:

Aprovecho la presente para saludarle cordialmente y a la vez manifestarle que, en atención a la solicitud de criterio¹ realizada a la Defensoría de los Habitantes sobre el Proyecto de Ley Reformas y adiciones a la Ley que regula la propaganda que utilice la imagen de la mujer, ley N° 5811 de 10 de octubre de 1975 y sus reformas "Ley para promover una vida libre de violencia y discriminación hacia las mujeres en la propaganda y/o publicidad comercial", expediente legislativo N° 24.245, y de acuerdo con el estudio realizado por la Dirección de la Defensoría de la Mujer, se procede a presentar las siguientes observaciones:

1. Resumen Ejecutivo

La Defensoría reitera las observaciones desarrolladas en los oficios número **DH-MU-0528-2011**, **DH-MU-0782-2019** y **11027-2021-DHR**, emitidas con ocasión a las consultas efectuadas durante el trámite legislativo de los expedientes número **18.102** y **21.375** (Texto Base y Texto Sustitutivo), que se citan como antecedentes del expediente bajo estudio.

En relación con el texto propuesto, se cuestiona la inclusión de la Defensoría en el Consejo Asesor, y las competencias asignadas a dicha instancia ya que comprenden funciones ordinarias de la

¹ Oficio número **AL-CPEMUJ-0097-2024** de fecha 26 de agosto de 2024, y prórroga comunicada a la Defensoría mediante correo electrónico de fecha 10 de setiembre de 2024.

Administración Activa, y otras que podrían considerarse consultivas y asesoras. También se realizan observaciones en cuanto a las organizaciones y entidades dispuestas para su integración.

La Defensoría considera que debe aclararse que la reforma no crea una nueva oficina o entidad del Ministerio de Gobernación y Policía, sino que hace referencia a acciones y competencias actualmente a cargo de la Oficina de Control de Propaganda. También, que debe adicionarse a los requisitos de la denuncia la referencia a la forma en que los contenidos de la publicidad afectan los derechos y la dignidad de las mujeres, en relación con las definiciones adicionadas mediante el artículo 2 Bis. Asimismo, la Defensoría sugiere aclarar el contenido del artículo 12 Quater, en cuanto a las personas que pueden solicitar las medidas resarcitorias.

La Defensoría de los Habitantes de Costa Rica se permite expresar su **inconformidad parcial** con respecto al texto consultado.

2. Competencia del mandato de la Defensoría de los Habitantes de la República.

La función de la Defensoría se encuentra delimitada por la protección de los derechos y los intereses de los habitantes, así como velar porque el funcionamiento del sector público se ajuste a la moral, la justicia, la Constitución Política, las leyes, los convenios, los tratados, los pactos suscritos por el Gobierno y los principios generales del Derecho.

Además, de conformidad con los principios relativos al estatuto y funcionamiento de las instituciones nacionales de protección y promoción de los Derechos Humanos (**Principios de París**) la Defensoría de los Habitantes de la República está facultada para emitir dictámenes o informes relativos a la protección y promoción de los derechos humanos.

En el caso de los proyectos de ley, según los Principios de París, la institución cuenta con la potestad para emitir criterios, de manera que se respeten los principios fundamentales en materia de derechos humanos. Finalmente, es competencia de esta institución promover y asegurar que la legislación, los reglamentos y las prácticas nacionales se armonicen con los instrumentos internacionales de derechos humanos en los que el Estado sea parte, y que su aplicación sea efectiva, así como promover la ratificación de esos instrumentos y garantizar su aplicación.

3. Antecedentes

El proyecto bajo estudio hace referencia, en su justificación, a los avances alcanzados en el país a partir de la aprobación de la Ley N° 5811 en el año 1975 y la necesidad de reformar esta norma con el objetivo de actualizarla para atender los cambios tecnológicos que facilitan la distribución y difusión masiva de mensajes e imágenes que reproducen estereotipos y sexualización de las mujeres.

También se expone los datos que respaldan la Política Nacional para la Atención y la Prevención de la Violencia contra las Mujeres de todas las Edades Costa Rica 2017-2032 (PLANOMI 2017-2032), los resultados de informes elaborados por el Observatorio de la Imagen de las Mujeres en la Publicidad de la Universidad de Costa Rica (UCR), a partir del estudio de las quejas ciudadanas, y de las investigaciones efectuadas por el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM/UCR).

De la documentación referenciada se desprende la prevalencia de sexismo, discriminación o violencia contra las mujeres en la publicidad de diversidad de productos y servicios, a través del uso de lenguaje sexista, reforzamiento de estereotipos relacionados con el rol de subordinación de las mujeres, el uso de sus cuerpos como objetos sexuales, naturalización de la violencia contra las mujeres, entre otros aspectos. También se alerta sobre el papel que juegan las redes sociales y las

plataformas digitales como reproductores de violencia y discriminación, que alcanzan a las poblaciones de todas las edades y todos los sectores.

El texto posiciona la normativa internacional que desarrolla la materia, incluyendo las disposiciones de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Violencia contra la Mujer (Convención CEDAW) relativas a los alcances del concepto de discriminación y violencia; y las obligaciones estatales de adoptar las medidas adecuadas dirigidas a modificar prácticas que refuercen estereotipos, en todos los ámbitos y perpetradas por agentes públicos o privados, así como la promoción de cambios socioculturales con el fin de eliminar prejuicios y prácticas que colocan la superioridad de un sexo sobre otro. Al efecto, se cita la promulgación de la Ley N° 7142 o Ley de Promoción de la Igualdad Real de la Mujer.

Otro de los instrumentos citados es la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención Belém do Pará) de cuyo texto se desprende el alcance de las distintas formas de violencia contra las mujeres, los derechos de las mujeres a desarrollarse libre de estas manifestaciones que además son discriminatorias, y las obligaciones estatales de atender estas manifestaciones con la Debida Diligencia a través de medidas efectivas, mencionando además, el rol y responsabilidad de los medios de comunicación en garantizar el respeto a la dignidad de las mujeres. Se resalta también, la aprobación del Reglamento a la Ley General de Espectáculos Públicos, Materiales Audiovisuales N-26937-J, del 27 de abril de 1998.

También se expone el voto número 2000-08196 de la Sala Constitucional, que declara la constitucionalidad de las competencias establecidas por la Ley N° 5811, específicamente los alcances y relevancia de la regulación preventiva, las limitaciones y el control ejercido por el Ministerio de Gobernación para evitar el daño a los derechos protegidos por esta normativa.

Se hace referencia al artículo 404 del Código de Trabajo que prohíbe cualquier tipo de discriminación en el empleo; y al Convenio N° 190 sobre la violencia y el acoso (2019) de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) el cual, aunque no ha sido ratificado y se encuentra pendiente de aprobación en el Plenario Legislativo, debe citarse en razón de que ofrece definiciones sobre la violencia de género en el trabajo y constituye una herramienta para garantizar a las mujeres una vida libre de discriminación y violencia en el empleo; y un entorno laboral seguro.

El expediente también refiere a los avances sociales que se verifican en cuatro áreas: mayor participación de las mujeres en el mercado de trabajo remunerado, acceso masivo a la educación, presencia de las mujeres en espacios de decisión política, y mayor autonomía y autodeterminación sobre sus cuerpos.

Finalmente, se expone que el proyecto pretende estimular el compromiso ético de la empresa privada, agencias de publicidad, plataformas de redes sociales, entre otras, a favor de la igualdad de género, los derechos humanos, y el avance y no obstaculización de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se resalta la responsabilidad de las empresas privadas en garantizar que sus mensajes no perpetúen las desigualdades de género, sino que procuren un cambio estructural en la forma en la que se hacen los negocios, comprendiendo que la comunicación basada en mensajes sexistas, humillantes, discriminatorios u ofensivos hacia las mujeres, perjudica de forma directa la reputación la empresa, la marca o producto que se anuncia, lo que implica un daño en el giro del negocio.

Se agrega que la norma propuesta resalta el papel que tienen los medios de comunicación y las redes sociales no solamente para detener la reproducción de desigualdades, sino también para la difusión

de contenidos, políticas y estrategias que permitan el avance hacia una igualdad sustantiva fortaleciendo el sistema democrático.

El proyecto incluye una referencia a los antecedentes legislativos y desarrolla los criterios formulados por las instituciones que fueron consultadas durante el trámite de los dos proyectos de ley que preceden el texto actual: el expediente N° 18.102, **Reforma del título y de varios artículos de la Ley que regula la propaganda que utilice la imagen de la mujer, n.º 5811 de 10 de octubre de 1975 y sus reformas**, que recibió el Dictamen Afirmativo de Mayoría de la Comisión Permanente Especial de la Mujer, pero fue archivado por el vencimiento del plazo cuatrienal; y el expediente N° 21.375, **Modificación y adición a varias normas a la Ley n.º 5811 que regula la propaganda que utilice la imagen de la mujer del 10 de octubre de 1975 y sus reformas** (anteriormente denominado: *Reforma del título y de varios artículos de la Ley que regula la propaganda que utilice la imagen de la mujer, n.º 5811 de 10 de octubre de 1975 y sus reformas*), que recibió un Dictamen Afirmativo Unánime en la Comisión Permanente Especial de la Mujer inicialmente, pero fue archivado por el Plenario Legislativo.

Se indica que se han atendido para la redacción de esta nueva propuesta, los aportes técnicos brindados por las instancias consultadas, incluyendo los remitidos por esta Defensoría, así como los criterios emitidos por las diputaciones y asesorías legislativas durante la tramitación de estos expedientes. A partir de ello, se incorporaron los siguientes aspectos: ámbito de aplicación, plataformas digitales dentro de los espacios en los que aplica la norma, consideraciones adicionales al artículo 1 incluyendo la publicidad que resulte humillante, el concepto de desigualdad, explotación, subordinación e inferioridad de las mujeres así como la protección especial del derecho a una vida libre de violencia y discriminación, ampliación del artículo 2 para incluir materiales de publicidad comercial, eliminación de la "censura previa" y sustitución por revisión facultativa y revisión obligatoria, caracterización del Consejo Asesor de Publicidad como un ente técnico especializado con competencias relacionadas con la emisión de criterios técnicos sobre las denuncias presentadas ante el Ministerio de Gobernación y Policía, sobre la regulación de propaganda y colaboración con la Oficina Nacional de Publicidad Comercial para el cumplimiento de los compromisos contemplados en PLANOS y PIEG; reforma del artículo 12 para sustituir el término desacato por el término desobediencia, adición de definiciones, adición del procedimiento de denuncia, adición de sanciones pecuniarias escalonadas, inclusión del derecho al resarcimiento; y un transitorio que define el plazo para las reformas al Reglamento a la Ley.

Finalmente, se describe el procedimiento de denuncia y sanción como garantía del derecho al acceso a la justicia y derecho a la reparación del daño, la protección del derecho a la autonomía, a la autodeterminación y al trabajo de las mujeres que desempeñan labores de modelaje, con base en el artículo 63.2 de la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH), los incisos g) y h) de la Convención Belem do Pará, y el artículo 41 de la Constitución Política.

4. Análisis del contenido del proyecto:

La Defensoría considera que la aplicación práctica de toda norma dirigida a la prevención de la violencia simbólica hacia las mujeres debe fortalecer los mecanismos encargados de la regulación y la supervisión de los contenidos que se difunden por cualquier medio, con el objetivo de que no se perpetúen los estereotipos de género y la discriminación hacia las mujeres en toda su diversidad.

También se requiere involucrar a los actores privados para la educación y sensibilización de la colectividad, sobre los efectos perjudiciales de la violencia simbólica que se evidencia a través de la sexualización y objetivización de las mujeres; y el involucramiento de las organizaciones de la

sociedad civil en la vigilancia y denuncia de las manifestaciones, y de otras instancias -como las universidades estatales- a efectos de que puedan investigar y monitorear la prevalencia de este tipo de violencia, y el progreso en la eliminación de estereotipos de género en la publicidad.

Desde el año 1995, los Estados aprobaron la **Declaración y Plataforma de Acción de Beijing**² que incluye -dentro de las doce esferas de especial preocupación- la violencia contra las mujeres y los estereotipos sobre la mujer y desigualdad de acceso y participación de la mujer en todos los sistemas de comunicación, especialmente en los medios de difusión. Es de interés resaltar lo siguiente:

*"(...) 236. Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. **Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución.** Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada. (...)"* (El resaltado no es original).

La Plataforma de Acción establece medidas concretas que deben adoptar los Estados, vinculadas a los objetivos estratégicos, para abordar la esfera sobre las mujeres y los medios de difusión incluyen, entre otras, las siguientes:

Objetivo estratégico J.1.

b) Fomentar la investigación de todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y acción y examinar las actuales políticas de difusión con miras a integrar una perspectiva de género;

Objetivo estratégico J.2. Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

a) Fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación orientada a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las jóvenes y de las múltiples funciones que ellas desempeñan;

b) Alentar a los medios de difusión y a los organismos de publicidad a que elaboren programas especiales para fomentar el interés en la Plataforma de Acción;

c) Fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para los profesionales de los medios de difusión, incluidos los propietarios y los administradores, a fin de alentar la creación y la utilización de imágenes no estereotipadas, equilibradas y diferenciadas de la mujer en los medios de difusión;

² Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, Naciones Unidas, 1995.

d) Alentar a los medios de difusión a que se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual y bien de consumo, en lugar de presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo;

e) Fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos;

f) Adoptar medidas efectivas, que incluyan normas legislativas pertinentes, contra la pornografía y la proyección de programas en los que se muestren escenas de violencia contra mujeres y niños en los medios de difusión.

Como puede observarse, el desarrollo de normativa especializada para la atención de la violencia simbólica y la discriminación contra las mujeres, las niñas y las adolescentes, se trata de un **compromiso ineludible por parte del Estado** que, en parte, se ha atendido a través de la implementación de la Ley N° 5811 que es objeto de reformas y modificaciones en el proyecto bajo estudio, y los expedientes legislativos que anteriormente han tenido esa intención.

La Defensoría estima que esta lucha contra la violencia simbólica debería impulsar la elaboración y promoción de otras normativas adicionales que amplíen en forma efectiva la protección de las diferentes poblaciones, para tomar acciones preventivas contra el racismo, el edadismo³, la homolesbotransfobia, entre otras formas de discriminación y violencia, más allá de la imagen de las mujeres, cuya protección se encuentra ampliamente fundamentada en los instrumentos internacionales de derechos humanos y en los datos, conforme se expone en la justificación y antecedentes del proyecto bajo estudio.

En relación con las obligaciones estatales en materia de prevención, investigación, sanción y erradicación de la violencia, **es útil añadir a los avances normativos citados en la justificación del proyecto bajo estudio** que recientemente, en la **Declaración Regional sobre la Erradicación de los Estereotipos de Género en los Espacios Públicos**, el Mecanismo de Seguimiento de la Convención de Belém do Pará (MESECVI)⁴ se refiere a la violencia simbólica ejercida a través de mensajes, valores, símbolos y prácticas culturales que refuerzan la discriminación y subordinación de las mujeres, reconoce que los estereotipos de género en la publicidad y en los medios de comunicación contribuyen a perpetuarla, y destaca la importancia de modificar estos patrones socioculturales y promover una representación equitativa y no estereotipada de las mujeres en la publicidad.

En la Declaración, los Estados también acuerdan promover la sensibilización y capacitación del funcionariado público, fomentar colaboraciones estratégicas con agencias de publicidad, medios de comunicación, redes sociales, corporaciones, universidades, sindicatos, sociedad civil, organizaciones feministas y de mujeres, artistas, periodistas, entre otras, para coadyuvar en la prevención y erradicación de la violencia simbólica en consonancia con los estándares de la libertad de expresión. También se acuerda promover la colaboración con la academia y la sociedad civil para la investigación

³ La Defensoría estima que se ha avanzado en esta materia con la aprobación de la Ley para Prohibir la Difusión de Propaganda que degrade a la Persona Adulta Mayor (N° 10267) y su Reglamento (Decreto Ejecutivo N° 44325-G).

⁴ Declaración Regional sobre la Erradicación de los Estereotipos de Género en los Espacios Públicos que se traducen en Violencia Simbólica y Violencia Política contra las Mujeres por Motivos de Género. OEA/MESECVI. Tercera Conferencia Extraordinaria de los Estados Parte de la Convención de Belém do Pará. 20 de septiembre de 2023.

y estudio de las consecuencias de esta violencia basada en género y su impacto en los derechos de las mujeres.

Adicionalmente, la Defensoría resalta lo dispuesto por el Comité CEDAW en la **Recomendación General N° 35 sobre la violencia por razón de género contra la mujer** (que se actualiza la Recomendación General N°19)⁵, que señala:

"(...) B. Prevención

30. El Comité recomienda que los Estados partes apliquen las siguientes medidas preventivas:
(...)

d) Aprobar y aplicar medidas eficaces para alentar a los medios de comunicación a que eliminen la discriminación contra la mujer, en particular la divulgación de una imagen perjudicial y estereotipada de las mujeres o de determinados grupos de mujeres, como las defensoras de los derechos humanos, de sus actividades, prácticas y resultados, por ejemplo en la publicidad, en línea y en otros entornos digitales. Las medidas deberían incluir lo siguiente:

- i) Alentar la creación o el fortalecimiento de mecanismos de autorregulación por parte de organizaciones de medios de comunicación, incluidas organizaciones de medios de comunicación en línea o de medios sociales, encaminados a la eliminación de los estereotipos de género relativos a las mujeres y los hombres o a grupos específicos de mujeres, y abordar la violencia por razón de género contra la mujer que se produce a través de sus servicios y plataformas;*
- ii) Directrices para la cobertura adecuada por parte de los medios de comunicación de los casos de violencia por razón de género contra la mujer; (...)"*

Con ocasión al **séptimo examen periódico a Costa Rica**⁶, el Comité CEDAW también abordó este tema y señaló:

"(...) Estereotipos y prácticas discriminatorias

14. El Comité reconoce las medidas adoptadas por el Estado parte para eliminar los estereotipos de género que discriminan a las mujeres, como por ejemplo las campañas de concienciación y educación para sensibilizar a los políticos y los medios de comunicación acerca de la igualdad de género, las encomiables actividades de creación de capacidad obligatorias del Poder Judicial sobre la Convención y el establecimiento del Observatorio de la Imagen de las Mujeres en la Publicidad. El Comité expresa, sin embargo, su preocupación por:

- a) La persistencia de estereotipos de género discriminatorios sobre el papel y las responsabilidades del hombre y la mujer en la familia y en la sociedad;*
- b) Las declaraciones políticas y campañas públicas estigmatizadoras y peyorativas dirigidas a las mujeres en la vida política y pública, incluidas las defensoras de los derechos humanos;*

⁵ CEDAW/C/GC/35. Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Recomendación general N°35 sobre la violencia por razón de género contra la mujer, por la que se actualiza la recomendación general N° 19. 26 de julio, 2017.

⁶ CEDAW/C/CRI/CO/7. Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Observaciones finales sobre el séptimo informe periódico de Costa Rica. 21 de julio, 2017.

c) La persistencia de estereotipos de género discriminatorios y de retratos sexistas de la mujer en los medios de comunicación y en la publicidad;

d) La influencia y promoción negativas de grupos de derechos de hombres y padres, que socavan el reconocimiento de los derechos humanos de la mujer, en particular la igualdad en la vida familiar.

15. El Comité recomienda al Estado parte que: (...)

(...) c) Ofrezca actividades de desarrollo de la capacidad en materia de igualdad de género a medios de comunicación públicos y privados, a periodistas, docentes, políticos y otros forjadores de opinión con el fin de eliminar los estereotipos de género discriminatorios en los medios de comunicación, el sistema educativo y el discurso político;

d) Adopte una estrategia destinada a crear conciencia sobre los derechos humanos de la mujer que aborde la propaganda y las campañas negativas mediante programas de desarrollo de la capacidad públicos y que asegure la participación activa de las organizaciones de mujeres. (...)" (El resaltado no es original).

Conforme lo expuesto, la Defensoría verifica y resalta la vigencia de un amplio marco convencional que respalda tanto las obligaciones de construir, aprobar e implementar normativa para la regulación de la publicidad que utilice la imagen de las mujeres en toda su diversidad, como la responsabilidad social para contribuir a la eliminación de estereotipos dañinos, discriminatorios y violentos que atentan contra los derechos de las mujeres, a través de múltiples formas de comunicación y difusión.

Sobre la materia, por medio del oficio número **DH-MU-0528-2011** de fecha 3 de octubre de 2011 la Defensoría rindió el criterio solicitado sobre el expediente número **18.102** que únicamente modificaba el título de la Ley N° 5188 y reformaba los artículos 1, 10, y 12. En cuanto al artículo 1 se indicó que, si bien el texto se adaptaba a los compromisos estatales para erradicar la discriminación contra la mujer, **se requería especificar con claridad cuáles manifestaciones serían objeto de regulación.** Sobre el artículo 10 referido a la creación del Consejo Asesor, se expuso la necesidad de revisar la cantidad de personas que lo integrarían, así **como aclarar cuál sería la representación por parte del sector privado.** En cuanto al artículo 12 que establecía multas para quienes violentaran las disposiciones de la Ley, **se recomendó establecer parámetros de proporcionalidad.** Adicionalmente, se sugirió incluir la materia de la prevención, sensibilización para el cambio dirigidas a las instancias que constituyen herramientas de socialización, particularmente los medios de comunicación.

Mediante el oficio número **DH-MU-0782-2019** de fecha 2 de octubre de 2019 la Defensoría rindió el dictamen correspondiente solicitado durante el trámite del expediente **21.375**, cuyo texto retomaba la propuesta anterior, **y reiteró las observaciones efectuadas sobre el artículo 1 y el artículo 12.** En relación con el artículo 10 sobre el Consejo Asesor, se indicó nuevamente la observación en cuanto a la cantidad de representaciones que lo integrarían y agregó, **en cuanto a la propuesta de participación de la Defensoría en dicha instancia, que resulta un rol incompatible con las competencias institucionales por lo que se solicitó atender esa observación.** Al efecto, se adjuntó lo dispuesto en la Directriz N° 003-2017 de las trece horas del diecinueve de octubre de dos mil diecisiete, que indica:

"...Que dentro de los fines legalmente asignados a la institución está el de proteger los derechos e intereses de los y las habitantes, siendo que en el cumplimiento de ese propósito legalmente asignado por el legislador debe velarse porque el funcionamiento del sector público se ajuste a la moral, la

justicia, la Constitución Política, las leyes, los convenios, los tratados, los pactos suscritos por el Gobierno y los principios generales del Derecho.

Que la legitimidad de la Defensoría de los Habitantes es fundamental para el cumplimiento efectivo de sus funciones, y ésta se cimienta en la independencia, objetividad e imparcialidad de sus actuaciones y de las relaciones que debe entablar con los órganos y entes que integran el sector público.

Que desde hace tiempo el Poder Ejecutivo ha venido adoptando la práctica de asignar competencias a la Defensoría de los Habitantes por la vía de Decretos Ejecutivos, situación que viola el principio de división de poderes, vulnera la independencia de la institución y entraña el peligro de atomizarla con funciones múltiples de distinta naturaleza que no forman parte de su competencia, distrayéndola de la que es consustancial al Ombudsman y poniendo en riesgo la efectividad y sumaria con que debe asumir el mandato que su ley de creación le asignó.

Que en respuesta a esa práctica, la Defensoría ha emitido diversos oficios dirigidos al Poder Ejecutivo, señalando que la institución no puede formar parte de comisiones a cargo de funciones de naturaleza decisoria, ejecutiva, directiva y operativa, al ser éstas atribuciones típicas de la Administración Activa - conforme el artículo 2 inciso a) de la Ley General de Control Interno-, pues esto le significaría desahucarse de su naturaleza y del rol de control que le ha sido atribuido legalmente para ser ejercido justamente sobre esa Administración Activa, desde su magistratura de influencia...”

Por medio del oficio número **11027-2021-DHR** de fecha 30 de setiembre de 2021, la Defensoría se refirió al **Texto Sustitutivo del expediente número 21.375 Modificación del Título; Reforma de los artículos 1, 5, 10 y 11; y Adición de los artículos 12 BIS y 12 TER a la Ley N° 5811**, reiteró las observaciones sobre el artículo 10 y el Consejo Asesor -incluyendo la incompatibilidad de la participación de la Defensoría- y expuso nuevamente la necesidad de valorar criterios de razonabilidad y proporcionalidad en entre las multas propuestas y la violación de lo establecido en la norma.

4.a. Observaciones sobre el expediente 24.245.

Sobre el contenido del texto propuesto en el expediente 24.245, que modifica el título de la Ley y reforma los artículos 1, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12 y 13; adiciona los incisos e), f), g), h) e i) al artículo 2; se adiciona el inciso d) al artículo 3, adiciona los artículos 2 Bis, 11 Bis, 11 Ter, 12 Bis, 12 Ter y 12 Cuater, elimina los artículos 14 y 15, y dispone un transitorio único para efectos de reglamentación de la norma, en general, la Defensoría aprecia en forma positiva que se hayan valorado los aportes técnicos derivados de las consultas formuladas durante el trámite de los expedientes anteriores y que con base en ello, se haya construido una nueva propuesta con mayor amplitud y claridad de las garantías y protecciones contenidas en la ley, a efectos de actualizarla para que sea un instrumento que responda de mejor manera a los retos generados por la multiplicidad de manifestaciones de violencia y discriminación, y la variedad de medios en la que se propagan.

Del estudio efectuado, **no se emiten observaciones** en cuanto a los artículos 1. Ámbito de aplicación, 2. Material de propaganda y/o publicidad comercial, 3. Prohibición, y 4. Protección a personas menores de edad, ya que se estima que se trata de una actualización necesaria y pertinente.

En relación los artículos 5. Revisión del material de propaganda y/o publicidad comercial, 6. Deber de presentación, 9. Resolución, 12. Suspensión de la propaganda y/o publicidad comercial, y 13. Sujetos obligados, relacionados con el ejercicio de la competencia de supervisión, **no se exponen observaciones. Tampoco se objeta** la eliminación de los artículos 14 y 15 ya que su vigencia no guardaría relación con el texto que se apruebe a través de la reforma propuesta; ni la disposición de

un Transitorio Único de 6 meses para reformar el Reglamento Ley de Control a Propaganda con Imagen de la Mujer, Decreto Ejecutivo N° 11235 a fin de ajustarlo a la ley.

En cuanto al artículo 2.Bis Definiciones, la Defensoría considera que se trata de una adición útil para una mejor comprensión de los alcances de la norma y la protección y garantías que promueve. En igual sentido, **se estima pertinente la actualización efectuada** a los artículos 3, 4, 5 y 13, a partir de la inclusión de los medios digitales como formas de difusión.

Es de interés de la Defensoría referirse a algunos contenidos específicos del proyecto, particularmente a los relacionados con el Consejo Asesor (artículos 10 y 11), el proceso de denuncia y la instancia responsable (artículos 11 Bis y 11 Ter); y el Derecho al resarcimiento (artículo 12 Cuater).

4.b Sobre el Consejo Asesor.

Conforme se observa, el texto bajo dictamen retoma la modificación de los artículos 10 y 11 referidos al Consejo Asesor y las funciones de esa instancia:

TEXTO VIGENTE Regula Propaganda que Utilice la Imagen de la Mujer N° 5811	EXPEDIENTE N.º 24.245 REFORMAS Y ADICIONES A LA LEY QUE REGULA LA PROPAGANDA QUE UTILICE LA IMAGEN DE LA MUJER, LEY N.º 5811 DE 10 DE OCTUBRE DE 1975 Y SUS REFORMAS LEY PARA GARANTIZAR UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN HACIA LAS MUJERES EN LA PROPAGANDA Y/O PUBLICIDAD COMERCIAL
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, y una representante del Instituto Nacional de las Mujeres. <i>(Así reformado por el artículo 26 (actual 28), inciso a) de la Ley del Instituto Nacional de las Mujeres, N° 7801 de 30 de abril de 1998)</i>	Artículo 10- Integración del Consejo Asesor de Publicidad. Habrà un Consejo Asesor de Publicidad integrado de la siguiente manera: - Una persona representante del Ministerio de Gobernación y Policía, quien lo presidirá. Esta persona no podrá pertenecer a la oficina respectiva del Ministerio. - Una persona representante del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). - Una persona representante de la Defensoría de la Mujer de la Defensoría de los Habitantes de la República. - Una persona representante del Patronato Nacional de la Infancia (PANI). - Una persona representante del Observatorio de Imagen de la Mujer en la Publicidad del Centro de investigación en Estudios de la Mujer (CIEM) de la Universidad de Costa Rica (UCR). - Cuatro representantes de la sociedad civil que serán: - Una persona representante de los movimientos y organizaciones de mujeres dedicada la protección o defensa de los Derechos Humanos de las mujeres.

	6.2 Una persona representante de la Asociación Comunidad de Empresas de Comunicación Comercial de Costa Rica. 6.3 Una persona representante de la Asociación Nacional de Modelaje (ANM). 6.4 Una persona representante de la Cámara de Comercio de Costa Rica. Las personas representantes de la sociedad civil tendrán derecho a voz, pero no tendrán derecho al voto y no formarán parte del quorum. Todas las representaciones deberán tener su respectiva suplencia.
Artículo 11.- El Consejo Asesor tendrá las siguientes funciones, relacionadas expresamente con esta ley y sus reglamentos: a) Servir de órgano consultor del Ministerio, cuando existieren dudas o fuere necesario completar elementos de juicio para resolver un caso concreto; y b) Emitir su opinión cuando haya sido planteado un recurso de apelación contra su pronunciamiento. En ambos casos, el criterio del Consejo no obligará al Ministerio.	Artículo 11- Competencias del Consejo Asesor de Publicidad El Consejo Asesor de Publicidad tendrá las siguientes competencias: a) Emitir su criterio técnico especializado, de carácter recomendativo, sobre las denuncias presentadas ante la oficina respectiva del Ministerio de Gobernación y Policía. Asimismo, sobre los recursos de apelación planteados contra las resoluciones finales de dicha oficina. b) Revisar cada dos años, de conformidad con esta ley, los criterios para la regulación de la propaganda y/o publicidad comercial junto con el Sistema Nacional para la Atención y Prevención de la Violencia contra las Mujeres y Violencia Intrafamiliar, y la oficina respectiva del Ministerio de Gobernación y Policía, así como publicarlos en el diario oficial La Gaceta. c) Colaborar con la Oficina Nacional de Publicidad Comercial para el cumplimiento de los compromisos en materia de prevención de violencia contra las mujeres manifestados en la Política Nacional para la Atención, la Prevención de la Violencia contra las Mujeres de todas las Edades (PLANOVI) y en la Política Nacional para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (PIEG) y otros instrumentos de política pública atinentes a la materia regulada. d) Promover acciones con la Oficina Nacional de Publicidad y el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU) con el fin de concientizar acerca del uso de la imagen de la mujer, utilizando los espacios publicitarios en medios de comunicación del Estado.

Resulta de interés particular retomar lo indicado en las consultas anteriores respecto a la incorporación de la Defensoría en el Consejo Asesor de Publicidad (artículo 10.3) y reiterar que, dado el carácter fiscalizador ostentado por la institución y las obligaciones y responsabilidades

contempladas en la ley N° 7319 (Ley de la Defensoría de los Habitantes), **resulta inviable que integre un órgano colegiado que tiene como parte de las funciones asignadas, brindar criterio técnico en los casos en que se presenten recursos de apelación contra las decisiones de la oficina encargada de implementar la norma, y en el marco de las denuncias** (artículo 11.a).

Estas son competencias que tienen que ver con el quehacer administrativo del Ministerio de Gobernación, propiamente labores de la Administración Activa en el ejercicio de las competencias de regulación y control desarrollados en la norma, por lo que no podría la Defensoría participar de un órgano que tenga ese mandato. Con base en ello, **se reitera la objeción e inconformidad expuesta en los dictámenes anteriores.**

En relación con la integración del Consejo Asesor, el inciso 5 del artículo 10 refiere expresamente al Observatorio de Imagen de la Mujer en la Publicidad del CIEM de la Universidad de Costa Rica (UCR), la Defensoría estima que, si bien se trata de una instancia con las características técnicas adecuadas y oportunas para coadyuvar con los objetivos de la norma, se sugiere valorar si debe ser un órgano superior el que designe la representación técnica de las universidades públicas, concretamente el Consejo Nacional de Rectores (CONARE).

Respecto al inciso 6 del artículo 10, se considera valorar si debe incluirse una organización privada específica en forma expresa (6.3) ya que su designación no se fundamenta en un proceso de selección. Por otra parte, no se establece un mecanismo para definir cómo se elige a la persona representante de las organizaciones de mujeres dedicada la protección o defensa de los Derechos Humanos de las mujeres (6.1).

En cuanto a las funciones actuales y las que se adicionan al Consejo Asesor en relación con las que ostenta en la actualidad, la Defensoría considera que debe analizarse qué tipo órgano es el que debe integrarse para cumplir con los objetivos de la ley. Ello por cuanto se incluyen competencias como la referida al artículo 11.a ya mencionada, y también otras que tienen que ver con colaboraciones técnicas para la revisión de criterios (11.b) con la participación del Sistema Nacional para la Atención y Prevención de la Violencia contra las Mujeres y Violencia Intrafamiliar y la oficina encargada, así como la publicación de esos criterios. Esta se trata de una competencia consultiva, pero en razón de que -en apariencia- se generarían modificaciones a los criterios de valoración de la publicidad, incide directamente en el quehacer administrativo ya que definiría los criterios para el análisis de las solicitudes de autorización, y la atención de las denuncias.

En relación con los incisos c) y d), se establecen competencias colaborativas con la Oficina Nacional de Publicidad Comercial -nomenclatura que, en esos incisos, se asume, se refiere a lo que al resto del articulado define como la "oficina respectiva del Ministerio de Gobernación y Policía"- y el INAMU en materia de capacitación y sensibilización, y de acciones para favorecer el cumplimiento de las políticas PIEG y PLANOV.

De lo expuesto, la Defensoría estima que la reforma que se realice a la normativa actual **debe propiciar el fortalecimiento de las instancias que actualmente ejercen las competencias de regulación y control**, y en ese sentido, resultan pertinentes las capacidades de ese Consejo asesor, puntualmente en lo dispuesto en los incisos c) y d) del texto consultado. Estas competencias tienen características de una instancia en la que puede promoverse la participación de una mayor colectividad, sin que se afecte la independencia de ese órgano, ni se traslapen las obligaciones y responsabilidades de las oficinas públicas. Se trata de competencias que tienen que ver con funciones más consultivas, que no inciden directamente en el quehacer administrativo, sino que favorecen el

abordaje de acciones que podrían generar un avance en el cumplimiento de las obligaciones descritas en los instrumentos internacionales citados tanto en la justificación del proyecto como en lo expuesto por esta Defensoría en el presente criterio.

En cuanto a las competencias de los incisos a) y b) del citado artículo 11, la Defensoría estima que, con la conformación propuesta, ese Consejo Asesor **no debe** tomar decisiones administrativas ordinarias, como las descritas en cuanto a la resolución de recursos y definición de criterios de valoración y control para la resolución de casos.

4.c. Sobre el proceso de denuncia y la instancia responsable.

En los artículos propuestos en el texto bajo estudio se indica:

Artículo 11 Bis- Denuncias

*Sin demérito del procedimiento establecido en la Ley N.º 6227 Ley General de la Administración Pública del 2 de mayo de 1978, las denuncias por incumplimientos a la presente ley deberán ser interpuestas ante **la oficina respectiva del Ministerio de Gobernación y Policía**. Para su admisión, se atenderán los principios generales de simplicidad, eficacia y eficiencia.*

*La denuncia no está sujeta a formalidad alguna, ni requerirá autenticación. Podrá plantearse de forma presencial, ya sea verbalmente o por escrito, o mediante parte policial, carta, vía telefónica o por cualquier otro medio de comunicación que la **oficina competente del Ministerio 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 oficina receptora de las denuncias deberá rechazar de plano todas aquellas denuncias que se presenten sesenta (60) días naturales después del último momento en que la publicidad comercial estuvo en circulación.

Dicha oficina deberá solicitar opinión técnica especializada al Consejo Asesor de Publicidad cuando la denuncia sea presentada. La opinión técnica especializada rendida tendrá carácter recomendativo. (El resaltado no es original).

Artículo 11 Ter- Contenido de la denuncia

La denuncia sobre material de propaganda y/o publicidad comercial 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 propaganda y/ o publicidad denunciada.*

d) Si la propaganda y/o publicidad comercial es transmitida en radio, televisión o plataforma digital, se deberá indicar, además de lo estipulado en los incisos a) y b) del presente artículo, el canal, la emisora o plataforma, así como la hora de transmisión y el nombre del producto anunciado.

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

Según la normativa vigente, el proceso de denuncia se encuentra regulado en los artículos 20, 21, 23 y 24 del Capítulo IV del **Reglamento Ley de Control a Propaganda con Imagen de la Mujer** (Decreto Ejecutivo N° 11235-G) que señalan:

Artículo 20.-a) Toda persona que fundamente haber visto u oído algún tipo de propaganda de la estipulada en el artículo 1° de la ley N° 5811 del 10 de octubre de 1975, podrá poner su denuncia por escrito ante la Oficina de Control de Propaganda, indicando el medio de comunicación, la descripción del Contenido y demás datos, que permitan localizar con exactitud el anuncio a que la denuncia se refiere.

b) Al recibir la denuncia la Oficina dará o enviará una constancia de recibo al denunciante.

c) En casos calificados, en que la Oficina crea necesario que la propaganda denunciada sea retirada inmediatamente de la percepción del público, tendrá la facultad de suspender su exhibición siguiendo el procedimiento indicado en el artículo 18.

d) A partir del recibo de la denuncia la oficina deberá pronunciarse al respecto, en un término no mayor de un mes.

Artículo 21.-Contra lo resuelto por la Oficina el interesado podrá interponer dentro del término de tres días posteriores a la notificación del acto final, los recursos ordinarios de revocatoria o reposición, y el de apelación.

La Oficina deberá resolver el recurso de revocatoria dentro de los ocho días posteriores a su presentación.

Artículo 22.-Interpuesto el recurso de apelación, la Oficina requerirá el criterio del Consejo Asesor de Propaganda, quien deberá verter su informe dentro de los diez días posteriores al recibo de la solicitud respectiva. Una vez completado el expediente con el dictamen, el mismo será remitido a conocimiento del Ministerio de Gobernación y Policía, quien resolverá lo pertinente dentro del término de ocho días posteriores a su recibo.

Artículo 23.-En lo dispuesto expresamente en relación con la interposición y tramitación de los recursos contra las resoluciones de la Oficina o del Ministerio de Gobernación y Policía, se regirá por lo que al efecto establece la Ley General de Administración Pública.

En relación con este articulado, llama la atención de la Defensoría que en todo el contenido de la norma se indica "a través de la oficina que designe" o "a través de la oficina respectiva" del Ministerio de Gobernación. Es necesario aclarar que, en la actualidad, las funciones descritas son ejercidas por la Oficina de Control de Propaganda del Ministerio, por lo que debe incluirse en la justificación y antecedentes que **no se trata de una reforma que esté creando una nueva oficina**, como lo sugieren los incisos relacionados con el Consejo Asesor al hacer referencia a la "Oficina Nacional de Publicidad Comercial".

El funcionamiento de la Oficina de Control de Propaganda se encuentra regido por el Decreto Ejecutivo N° 11235-G (Reglamento a la Ley N° 5811 ya mencionado) y esta ha sido la instancia competente para implementar las funciones dispuestas en esa Ley y ha estado encargada de atender las denuncias contra contenidos de la publicidad que reproduce la violencia simbólica y otras formas de violencia contra las mujeres, el uso indebido y degradante de la imagen de las mujeres, adolescentes y niñas, aquellos que refuerzan estereotipos que naturalizan las formas de discriminación; así como el control y regulación de la publicidad en el país.

También ostenta competencias a través de la Ley N° 10.267 o Ley para prohibir la difusión de propaganda que degrade a la persona adulta mayor N° 10267 y su Reglamento (Decreto N° 44325-G), desde el año 2022, según las cuales se encarga de aprobar la propaganda y de sancionar a medios de comunicación o agencias de publicidad que difundan contenidos que promuevan estereotipos degradantes contra la vejez y el proceso de envejecimiento, y de ordenar el retiro de la propaganda como medida cautelar.

Es decir, que además de cumplir con las funciones definidas para la protección y aseguramiento de los derechos de las mujeres (Ley N° 5811), tiene competencias específicas para garantizar los derechos de las personas adultas mayores. De manera que se trata de una instancia del Ministerio de Gobernación y Policía que funciona desde el año 1979, ejerciendo labores de control y regulación de la publicidad⁷, lo que, estima la Defensoría, debe exponerse con claridad en el proyecto bajo estudio.

Respecto al procedimiento de denuncia, en el último párrafo del artículo 11 Bis que señala que "*la oficina*" debe pedir la opinión técnica especializada al Consejo Asesor cuando la denuncia sea presentada. La Defensoría estima que **efectuar esta consulta al momento de la recepción de la denuncia genera un retraso en un proceso que debe ser sumario**. Lo que se requiere es que, en forma expedita, se atienda la denuncia y se tomen las medidas para suspender los efectos perjudiciales que los mensajes puedan provocar a partir de su reproducción y transmisión a través de cualquier medio.

La Defensoría sostiene que ese Consejo Asesor debe mantener el carácter consultivo de la norma vigente y de los incisos c) y d) del texto bajo estudio, y no participar en la primera etapa del proceso ordinario de denuncia que, además, debería ser sumario. Se estima que la "*oficina que se designe*", que cumpliría las funciones que actualmente realiza la Oficina de Control de Propaganda, **debe atender en forma inmediata la denuncia y generar la medida en forma expedita, sin la intervención de otras instancias que puedan generar dilación y restar eficacia a la intervención estatal**.

En cuanto al artículo 11 Ter contenido de la denuncia, la Defensoría considera que **debe incluirse dentro de los requisitos que se indique qué es concretamente lo que resulta violatorio, cuáles son los elementos o contenidos de la publicidad que se estiman violatorios de derechos**, vinculándolo con las definiciones que se han agregado al artículo 2 Bis incisos i), c) y b), c). Esto facilita a la instancia responsable, generar el fundamento de la medida que se adopte y brindar una oportunidad de defensa a las empresas o medios de comunicación responsables de la

⁷ Otras formas de control están dirigidas expresamente a la publicidad: la que ejerce la Oficina del Consumidor -garantías para las personas consumidoras- conforme a la Ley N° 7472 o Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y la que ejerce el Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia (IAFA) y el Ministerio de Salud conforme Ley de Regulación y Comercialización de bebidas con contenido alcohólico N° 9047 y el Reglamento sobre regulación y control de la publicidad comercial relacionada con la comercialización de bebidas con contenido alcohólico N° 37739-S.

generación y publicación del contenido. Además, esta referencia a los contenidos y su relación con el artículo 2 Bis reforzaría el carácter práctico de las adiciones efectuadas a la norma, ya que del texto no se desprende una adecuada conexión entre los artículos, restando importancia a las definiciones incluidas: discriminación, estereotipos y violencia simbólica.

4.d Sobre el Derecho al Resarcimiento.

Otra de las adiciones efectuadas a la Ley N° 5811, es la inclusión de lo que dispone el texto como Derecho al Resarcimiento, en los siguientes términos:

Artículo 12 Cuater-Derecho a resarcimiento

Las mujeres que trabajan como modelos que sean víctimas de las conductas sancionadas en la presente ley, podrán solicitar a la oficina competente del Ministerio de Gobernación y Policía que ordene a la parte sancionada la ejecución de medidas de reparación o satisfacción.

Para la fijación de las medidas de reparación han de considerarse la gravedad de las conductas sancionadas y el daño sufrido por la denunciante.

Las medidas ordenadas son de acatamiento obligatorio y deben ser cumplidas dentro del plazo de 30 días hábiles, contados a partir del día en que a la persona obligada le fue notificada la resolución que las ordenó.

Estas acciones de reparación se ordenarán sin perjuicio de las sanciones administrativas, penales o civiles que se le impongan en las jurisdicciones correspondientes a quien contravenga esta ley.

Las medidas de reparación o satisfacción podrán ser las siguientes:

- a) Retiro del material publicitario.*
- b) Retiro de su imagen de la pieza publicitaria.*
- c) Publicación de una disculpa pública en un periódico de circulación nacional.*
- d) Diseño y elaboración de una campaña informativa sobre los derechos humanos de las mujeres.*
- e) Realización de trabajo comunal.*
- f) Asistencia a jornadas de capacitación y sensibilización sobre el respeto a los derechos humanos de las mujeres.*
- g) Colocación de una valla publicitaria con un mensaje en contra de la violencia hacia las mujeres en la propaganda y/o publicidad comercial, en un lugar visible de una autopista ubicada en el país.*

La anterior lista no es taxativa, por lo cual podrán ordenarse otras medidas de reparación o satisfacción que cumplan dichos fines. (El resaltado no es original).

Al respecto, la Defensoría considera que no se fundamenta con claridad si se trata de medidas que favorecen a las mujeres cuya imagen ha sido utilizada sin su autorización o consentimiento, o en forma engañosa; o si se trata de contenidos no autorizados por ellas, distintas a aquellos acordados durante la contratación.

Por otra parte, no se justifica o respalda los motivos por los cuales las medidas únicamente serían aplicables a las mujeres que trabajan como modelos. En ese sentido, es necesario señalar que, **si bien fortalecer el abordaje estatal de la violencia simbólica con la inclusión de medidas de reparación es un aporte claramente positivo, no se está tomando en cuenta el efecto que han tenido en la colectividad esos contenidos, es decir, el efecto social más allá del efecto individual.** De ahí que estima la Defensoría que debe valorarse la ampliación del público que podría solicitar la aplicación de medidas resarcitorias como las descritas en el artículo.

En virtud de lo expuesto en los párrafos anteriores, la Defensoría de los Habitantes de Costa Rica se permite expresar su **inconformidad parcial** con respecto a los artículos e incisos supra señalados del texto consultado, por lo que respetuosamente se sugiere a las señoras diputadas y a los señores diputados considerar las modificaciones anteriormente referidas.

Agradecida por la deferencia consultiva, quedamos a disposición de las señoras Diputadas y los señores Diputados, para compartir en audiencia el contenido de este criterio.

ISJ/KRA/SAU

c. archivo