**2. ¿Existen en su país normativas específicas sobre el contenido y los métodos de publicidad y marketing con el fin de proteger los derechos humanos? Si tal es el caso por favor indique el contenido de tales normativas.**

La Ley Federal de Radio y Televisión[[1]](#footnote-1) señala en su artículo 67 las bases para la transmisión de propaganda comercial vía radio y televisión.

El Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión,[[2]](#footnote-2) establece en su artículo 34 las prohibiciones en materia de contenidos. Entre otros aspectos, indica la prohibición de cualquier motivante de discriminación.

Al respecto, en México existe un marco normativo e institucional antidiscriminatorio que ha ido fortaleciéndose y ampliándose progresivamente. El derecho a la no discriminación está protegido a través del artículo 1º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que prohíbe explícitamente la discriminación. El 10 de junio de 2011, se promulgó la reforma constitucional en materia de derechos humanos, la cual estableció que las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado mexicano sea parte.

Por otra parte, en 2003 se promulgó la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación,[[3]](#footnote-3) que reglamenta la cláusula antidiscriminatoria constitucional, estableciendo las obligaciones de las autoridades federales en la promoción y garantía del derecho a la no discriminación, estipulando medidas para prevenir la discriminación, medidas positivas y compensatorias en favor de la igualdad de oportunidades, así como la creación del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONDAPRED), estableciendo los procedimientos a través de denuncias por presuntos actos discriminatorios.

Esta ley incluye en su capítulo II la prohibición de toda práctica discriminatoria que tenga por objeto impedir o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades, en su artículo 6 especifica qué se considera una práctica discriminatoria: i) *ofender, ridiculizar o promover la violencia a través de mensajes e imágenes en los medios de comunicación; ii) incitar al odio, violencia, rechazo, burla, difamación, injuria, persecución o la exclusión; y, iii) restringir el acceso a la información, salvo en aquellos supuestos que sean establecidos por las leyes nacionales e instrumentos jurídicos internacionales aplicables.*

Aunado a lo anterior, la citada Ley dota al CONAPRED de atribuciones específicas para difundir y promover contenidos para prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias en los medios de comunicación (artículo 20° fracción VIII).

Además, el pasado 6 de febrero de 2014, el Congreso Federal aprobó una reforma integral a la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, misma que está en proceso de ser publicada por el Poder Ejecutivo Federal para su entrada en vigor. En relación con el tema en cuestión, esta reforma dispone lo siguiente:

* Se prohíbe la promoción del odio y la violencia a través de mensajes e imágenes en los medios de comunicación; aunado a que en términos generales la reforma a la citada ley prohíbe incitar al odio, violencia, rechazo, burla, injuria persecución o la exclusión.
* Se confiere al CONAPRED de atribuciones para que, además de difundir y promover contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias en los medios de comunicación, sea el propio CONAPRED quien elabore los contenidos de difusión.
* Se sustituye el capítulo de *medidas positivas y compensatorias*, por el de *medidas de nivelación, inclusión y medidas afirmativas* con la finalidad de establecer un catálogo especializado en acceso efectivo a derechos a través de la eliminación de barreras físicas, comunicacionales, normativas, así como la generación de medidas temporales y especiales que corrijan situaciones de desigualdad en tanto no se erradiquen dichas situaciones. Esto es relevante en el sentido de que el CONAPRED tendrá un fortalecimiento en sus atribuciones para fomentar medidas y mecanismos que incidan en el respeto a la igualdad y no discriminación a través de los medios de comunicación.

**2. Por favor indique si ciertas categorías específicas de la población como los niños, las mujeres, las minorías y los pueblos indígenas se benefician de protección especial en las normativas aplicables.**

La Ley Federal de Radio y Televisión dispone en su artículo 63 que, quedan prohibidas todas las transmisiones que causen apología de la violencia o del crimen. Igualmente, prohíbe todo aquello que sea denigrante, ofensivo o discriminatorio.

Asimismo, en su artículo 72 la Ley indica que la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar su transmisión. Cabe mencionar que el Instituto Federal de Telecomunicaciones es la instancia encargada de supervisar la publicidad destinada al público infantil.

**5. ¿Qué autoridad (gubernamental y/o de autorregulación) supervisa el sector de la publicidad? Por favor indique si existen mecanismos para recibir quejas de los ciudadanos sobre los métodos y contenidos de la publicidad.**

De conformidad con la reforma en materia de telecomunicaciones de junio de 2013, el Instituto Federal de Telecomunicaciones es la autoridad encargada de regular que la publicidad sea equilibrada.

Adicionalmente, con base en lo establecido en el Capítulo V y VI de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, el CONAPRED hace uso de medidas efectivas para garantizar a toda persona la protección legal contra todo tipo de discriminación, incluido el sector de la publicidad, conforme al marco legal aplicable.

Para ello cuenta con un área especializada para la atención de presuntos actos de discriminación, y para iniciar procedimientos los cuales, con base en la ley vigente, pueden ser de dos tipos: a) queja, cuando se trate de presuntos actos de discriminación imputables a particulares; o b) reclamación, cuando se trate de presuntos actos de discriminación atribuibles a autoridades, servidoras y servidores públicos federales. Ambos procedimientos tienen diversos alcances y etapas procedimentales, de acuerdo con la Ley actualmente en vigor.[[4]](#footnote-4)

**Expedientes de *queja***

(Actos de discriminación que se atribuyeron a particulares)

Durante el periodo que abarca de 2011 al 2013, el CONAPRED procesó 13 expedientes de queja en el ámbito de campañas publicitarias. El principal motivo prohibido de discriminación sobre la cual se basaron estos procedimientos fue el género (en 10 de las quejas indicadas). Otros motivos han sido: el origen nacional, las preferencias sexuales, la condición social y la apariencia física.

Debido a que el procedimiento de queja –con base en la ley vigente- es de naturaleza conciliatoria, se señala que 5 de los expedientes concluyeron con una conciliación o durante el trámite, ya que se adoptaron diversas medidas conciliatorias, como por ejemplo, el retiro de la campaña publicitaria en cuestión y la participación en cursos sobre la publicidad con perspectiva de género y no discriminación.

En relación con el resto de los expedientes señalados, se informa que uno continúa en trámite y el resto de los procedimientos, si bien fueron acreditadas conductas discriminatorias, fueron concluidos debido a que no fue posible identificar al autor de la publicidad, al tener por no presentada la queja, al no contar con elementos para su admisión, o debido a que el particular no accedió a someterse al procedimiento conciliatorio.

A continuación se proporciona información sobre 2 casos que se consideran relevantes y buenas prácticas para el tema que se analiza, tomando en cuenta que los procedimientos fueron concluidos por convenios suscritos en 2013, los cuales fueron cumplidos en su totalidad. Se resalta que, como ya se ha señalado anteriormente, la Ley vigente en la materia, no establece obligaciones para los particulares imputados por un acto de discriminación, si éstos deciden no acceder al procedimiento, por lo que el resultado positivo de estos dos casos fue derivado del proceso de negociación y la aceptación del particular de conciliar:

* Caso 1. La peticionaria señaló que había una publicidad en televisión de una marca de desodorante, la cual mostraba imágenes muy violentas y que estereotipaban a las mujeres. Derivado del procedimiento de queja, se firmó un convenio con el representante legal de la empresa, con las siguientes obligaciones para la empresa:
* Retirar la campaña publicitaria del desodorante.
* Que el personal que interviene en el proceso, diseño, creación de los slogans y publicidad de la empresa, participen en un curso sobre la publicidad con perspectiva de género y no discriminación impartido por el CONAPRED.
* Distribuir una circular interna al personal de la empresa, en relación con el respeto del derecho a la no discriminación y que se le entregue el material "Publicidad con Equidad. El BRIEF paso a paso".
* Girar instrucciones por escrito al personal de la empresa para que las campañas subsecuentes tengan una perspectiva de género y no discriminación.
* Suscribir la carta compromiso de adhesión a la estrategia “Institución Comprometida con la Inclusión” (ICI) de el CONAPRED, a fin de garantizar que la empresa inicie un proceso de mejora continua por la igualdad y la no discriminación.
* Caso 2. El CONAPRED, a través de redes sociales, tuvo conocimiento de una publicidad relacionada con una marca de tequila, que se consideraba resultaba contraria a los derechos de las mujeres, por lo que, con la facultad que la Ley vigente otorga al CONAPRED, se inició un procedimiento de queja. En este marco fue posible llegar a un procedimiento conciliatorio, por el que el director de mercadotecnia y el director de diseño e imagen de la empresa participaron en un curso de sensibilización en materia de no discriminación que impartió el CONAPRED y además se firmó un convenio donde el director de mercadotecnia de la empresa asumió los siguientes compromisos:
* La página de Internet de la empresa incorporaría una leyenda señalando que está comprometida con la igualdad de género y a la no discriminación y una liga electrónica que direccionara a la página de Internet del CONAPRED.
* La empresa emitiría una circular interna al área creativa, publicista o a quienes participen en el diseño y decisión de las campañas publicitarias de la empresa en la cual se invite a ser cuidadosos con el contenido de éstas a fin de evitar la reproducción de estereotipos y conductas discriminatorias.

**Expedientes de *reclamación***

(Actos de discriminación que se atribuyeron a autoridades federales)

Durante el periodo que abarca de 2011 al 2013, el CONAPRED procesó 2 expedientes de reclamación sobre presuntos actos de discriminación por género, vinculados con el ámbito publicitario. Ambos expedientes se concluyeron mediante la suscripción de los convenios respectivos, cuyos acuerdos fueron cumplidos en su totalidad. A continuación se abunda sobre las medidas adoptadas en dichos casos:

* Caso 1: Las peticionarias referían que la Comisión Nacional Contra las Adicciones en los anuncios que se transmitían contra el tabaquismo, se señalaba que era “malo” salir con mujeres que fuman, porque “huelen horrible” y “parece como si tuvieran humo en la cabeza”. Derivado del convenio conciliatorio que se suscribió con la autoridad involucrada, se acordó con ésta que adoptaría en las próximas campañas de concientización para la prevención de las adicciones los instrumentos emitidos por la Secretaría de Gobernación y el Instituto Nacional de las Mujeres denominados: “Manual de Criterios e instrumentos para la Evaluación y la Incorporación de la Perspectiva de Género en las Campañas del Gobierno Federal”, “Publicidad con Equidad. El BRIEF paso a paso” y el “Manual de Sensibilización para Incorporar la Perspectiva de Género en las Campañas del Gobierno Federal”, a fin de que las próximas campañas representen una comunicación estratégicamente sólida, creativa, impactante, relevante, respetuosa de los derechos humanos e incluyente para todas las personas a quienes están dirigidas, además de que el personal que realiza dicha actividad tomaría el curso de sensibilización que se proporciona en línea por este Consejo.
* Caso 2: El Instituto de las Mujeres de estado de Nuevo León presentó una reclamación debido a una publicidad (anuncio de televisión y medios electrónicos) de Pronósticos para la Asistencia Pública, cuyo contenido se consideró sexista y en contra de los derechos de las mujeres. En razón de ello, dicha institución decidió modificar la campaña e iniciar un proceso de conciliación con el CONAPRED, mediante el cual la institución se comprometió a adoptar los mismos documentos señalados en el caso anterior. De igual forma, personal de Pronósticos para la Asistencia Pública recibió capacitación sobre no discriminación e igualdad de oportunidades con una perspectiva de género por parte del CONAPRED.

**Reforma a la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación**

Como se señaló anteriormente, el pasado 6 de febrero se aprobó por el Congreso Federal, la reforma a Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, la cual amplía la garantía del derecho a la no discriminación, al establecer nuevos procedimientos ante atender presuntos actos de discriminación.

De manera particular se señala que esta reforma unifica el procedimiento de quejas y reclamaciones, modificando el Capítulo V de la ley señalado anteriormente. Como resultado, ahora los particulares que cometan actos de discriminación, podrán ser sujetos a diversos procedimientos que anteriormente no les eran aplicables, debido a que la Ley establecía como requisito que el particular consintiera seguir en el proceso. Ahora también se obliga no sólo a instituciones de la Administración Pública Federal, sino que se establece la obligación de todos los poderes públicos federales, incluyendo así al poder legislativo y al judicial.

Por tanto, en situaciones en que se compruebe la existencia de un acto discriminatorio en un procedimiento de queja, el CONAPRED estará facultado para emitir resoluciones por disposición que incluyan diversas medidas administrativas y de reparación, que también fueron incluidas en la reforma, siendo éstas:

I. Restitución del derecho conculcado por el acto, omisión o práctica social discriminatoria;

II. Compensación por el daño ocasionado;

III. Amonestación pública;

IV. Disculpa pública o privada, y

V. Garantía de no repetición del acto, omisión, o práctica social discriminatoria.

En este sentido, se destaca la importancia de esta reforma para los procedimientos que puedan presentarse en el futuro, en relación a la discriminación en campañas publicitarias.

**7. ¿El uso de los datos privados para fines comerciales se encuentra regulado en su país? Si tal es el caso, por favor describa brevemente las normativas aplicables**

La Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, regula en su artículo 13 fracción IV que, podrá clasificarse como información reservada aquella cuya difusión pueda poner en riesgo la vida, la seguridad o la salud de cualquier persona. Ello, aunado a lo que dispone el artículo 20 fracción VI de la Ley, respecto a que las dependencias de la Administración Pública Federal serán responsables de los datos personales y, en relación con estos, deberán adoptar las medidas necesarias que garanticen la seguridad de los datos personales y eviten su alteración, pérdida, transmisión y acceso no autorizado.

**12a. ¿Existen medidas específicas, como por ejemplo, incentivos fiscales, para fomentar el patrocinio privado de las artes? Por favor describa brevemente estas medidas.**

En México se ha fomentado el patrocinio privado de las artes a través de la instrumentación de algunas medidas de política fiscal encaminadas a estimular y promover el desarrollo de las actividades cinematográficas y teatrales; tales son los casos de EFICINE 189 y el EFITEATRO.

El Estímulo Fiscal de Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (EFICINE) es un apoyo que se otorga en la industria cinematográfica por la producción, postproducción y distribución de ficción, animación y/o documental, consistente en aplicar un crédito fiscal por el monto aportado a un proyecto de inversión en la producción o en la distribución por un contribuyente del Impuesto sobre la Renta (ISR) y tiene su fundamento legal en el artículo 189 de la Ley de Impuesto sobre la Renta.[[5]](#footnote-5)

El EFICINE permite el patrocinio privado, ya que las personas físicas o morales pueden aportar recursos a un proyecto de inversión en la producción o en la distribución cinematográfica y disminuir el monto de su aportación del pago de su impuesto sobre la renta.

El monto de la aportación al proyecto de inversión que corresponda (por la cual se autorizará un acreditamiento en el pago del ISR) no puede ser mayor a 20 millones de pesos por contribuyente aportante y proyecto de inversión en la producción, así como de dos millones de pesos para los proyectos de inversión en la distribución cinematográfica nacional, ni del 10% del ISR del contribuyente al aportante anterior.

El Estímulo Fiscal a Proyecto de Inversión en la Producción Teatral Nacional (EFITEATRO) es un apoyo que se otorga a la industria teatral por el montaje de obras dramáticas, consistentes en aplicar un crédito fiscal por el monto aportado a un proyecto de inversión por un contribuyente del Impuesto Sobre la Renta y tiene su fundamento legal en el artículo 226 BIS de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

El EFITEATRO autoriza el patrocinio privado, ya que las personas físicas y morales pueden aportar recursos a un proyecto de inversión teatral y recuperar el monto de su aportación a través de una disminución en el pago de su impuesto sobre la renta.

Para poder acceder a este beneficio se requiere autorización de un Comité Interinstitucional, cumpliendo los requisitos establecidos; el monto de la aportación recuperable (mediante un acreditamiento en el pago del ISR) no puede ser mayor a 2 millones de pesos, ni del 10% del ISR del aportante en el ejercicio anterior.

**12b. ¿Se encuentra regulado el patrocinio privado de las instituciones culturales que reciben financiación pública? Si tal es el caso, por favor describa las normativas aplicables**

El financiamiento con recursos públicos a instituciones privadas se proporcionan mediante el otorgamiento de donativos, mismo que se regula en lo establecido en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria en su artículo 80,[[6]](#footnote-6) en el cual de establecen los requisitos que los entes gubernamentales deben cumplir para ello. Asimismo, los donativos se regulan por el establecido en los artículos 183, 183 A, 183 B, 184 y 185 del Reglamento de la citada Ley.

Otra normativa aplicable es la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil, que señala en su artículo 1°, que su objetivo es “fomentar las actividades que realizan las organizaciones de la sociedad civil”, entre las cuales se encuentran la promoción y fomento cultural y artístico (artículo 5° de la misma Ley), así como la Ley de Impuesto sobre la Renta (ISR) que establece en sus artículos 79, 80, y 82, las normas que aplicarán y los beneficios fiscales de las personas morales con fines no lucrativos y autorizadas para recibir donativos, que realizan actividades vinculadas a diversos aspectos de carácter cultural y artístico.

De igual forma se puede señalar que aquellas instituciones culturales que reciben financiación pública, pueden recibir además patrocinios privados (que pueden ser en calidad de donativos o aportaciones), que están sujetos a Convenios o Acuerdos de Colaboración en los que se establecen las voluntades de las partes para determinar los beneficios y obligaciones que se adquieren en estos esquemas de operación.

**12c. ¿Se aplican también a los monumentos y edificios del patrimonio nacional?**

A dichos monumentos aplica la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y su Reglamento, siempre y cuando los recursos se proporcionen mediante la modalidad de donativos, y la Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR) conforme a lo establecido en el artículo 79.

Asimismo, existen ordenamientos a los que se deben de sujetar los recursos que se canalizan para su restauración o conservación como la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas.[[7]](#footnote-7)

Por su parte, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) tiene en operación dos programas: El Programa de Apoyo a la Infraestructura Cultural de los Estados (PAICE) y el Fondo de Apoyo a las Comunidades para la Restauración de Monumentos y Bienes Artísticos de Propiedad Federal (FOREMOBA). Estos Programas tienen sus Reglas de Operación específicas que se publican anualmente en el Diario Oficial de la Federación.

1. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFRT_MCPCTRT.pdf> [↑](#footnote-ref-2)
3. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/262.pdf> [↑](#footnote-ref-3)
4. Las quejas y reclamaciones son mecanismos no jurisdiccionales y por medio de ellos se tutela el derecho a la igualdad y a la no discriminación, basando su actuación en la buena voluntad de las partes para dirimir la controversia planteada. En el caso de las *reclamaciones*(sobre actuación de autoridades y servidoras y servidores públicos), cuando no exista conciliación entre las partes, el CONAPRED está facultado para continuar con la investigación para que en caso de se compruebe que se cometió alguna conducta discriminatoria, puede emitir una resolución por disposición la cual incluye medidas administrativas. Por otro lado, el procedimiento de *queja*(sobre actuación de particulares) es de naturaleza conciliatoria, el artículo 81 de la Ley, faculta al CONAPRED a iniciar el procedimiento conciliatorio cuando se presente una queja. Sin embargo, si cualquiera de las partes o ambas no aceptan dicho procedimiento, el CONAPRED sólo está facultado a brindar orientación al quejoso para que acuda ante las instancias judiciales o administrativas correspondientes. La Ley vigente también señala que para los procedimientos entre particulares, el CONAPRED puede hacer uso de medidas administrativas con base en lo establecido en el artículo 83 de la Ley, sin embargo, el numeral V párrafo segundo señala que “La imposición de estas medidas administrativas a los particulares se sujetará a que éstos se hayan sometido al convenio de conciliación correspondiente”, lo cual no es posible en caso de que ocurra la premisa anterior. [↑](#footnote-ref-4)
5. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf> [↑](#footnote-ref-5)
6. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPRH.pdf> [↑](#footnote-ref-6)
7. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/131.pdf> [↑](#footnote-ref-7)