



DERECHOS HUMANOS
DERECHOS DE TODOS



DEFENSORÍA DEL PUEBLO

CUESTIONARIO SOBRE EL IMPACTO DE LA PUBLICIDAD Y EL MARKETING SOBRE EL GOCE DE LOS DERECHOS CULTURALES

1. La Ley 1334/98 “De Defensa del Consumidor y del Usuario”¹ en su artículo 6° sobre los derechos básicos del consumidor, establece en su apartado e): *la adecuada protección contra la publicidad engañosa, los métodos comerciales coercitivos o desleales, y las cláusulas contractuales abusivas en la provisión de productos y la prestación de servicios.* Aunque esta no se constituye en una normativa específica sobre publicidad y marketing, está compuesta por todo un capítulo, el VIII, dedicado a la regulación de la publicidad: entre otras cosas habla sobre la prohibición de la publicidad considerada engañosa, la abusiva y discriminatoria, que incite a la violencia o se aproveche de la susceptibilidad de los niños; la promoción del consumo de tabaco y bebidas alcohólicas. Designa como autoridades contraloras y de aplicación al Ministerio de Industria y Comercio², a nivel nacional, y a las municipalidades, a nivel local.

La Ley 1333/98 es una normativa específica relativa a la publicidad y promoción de tabaco y bebidas alcohólicas³. Esta ley considera publicidad comercial o promoción a la información que tenga como finalidad orientar, inducir o estimular la compra o consumo de determinados productos o marcas. Regula y establece límites a la publicidad de tabaco y bebidas alcohólicas. Determina el texto de las leyendas de advertencia que obligatoriamente deben llevar impresas las presentaciones de este tipo de objetos.

La Ley 836 “Código Sanitario” establece algunas prohibiciones en cuanto a publicidad comercial cuyo objetos sean sustancias y productos que pueden afectar la salud mental de las personas, los resultado de los análisis y exámenes de medicamentos practicados por el Ministerio de Salud. De igual manera, niega la posibilidad de que niños o adolescentes o sus representativos sean utilizados en publicidades de tabaco o bebidas alcohólicas, así como asociar su consumo con actividades deportivas, de trabajo, de estudio o del hogar. Dispone algunos requisitos para comercialización y publicidad de plaguicidas y fertilizantes y para los servicios y productos relacionados con la salud. Otra de las

¹ <http://derechoune.galeon.com/aficiones1272649.html>

² <http://www.mic.gov.py/v1/index.php>

³ http://www.mic.gov.py/v1/sites/172.30.9.105/files/Ley%2018_0.pdf



DERECHOS HUMANOS
DERECHOS DE TODOS



DEFENSORÍA DEL PUEBLO

prohibiciones son las referidas a publicidad que atribuya falsamente propiedades terapéuticas a los alimentos o que induzcan a error o engaño al público en cuanto a su naturaleza, calidad u origen.

Si bien no se encuentra especificada, las normas vigentes se aplican en la práctica a la publicidad en internet y cualquier medio electrónico.

Como se vio, la legislación dedicada a publicidad y marketing en Paraguay, es bastante dispersa, lo que hace a la autorregulación publicitaria el marco general dentro del cual interactúan los agentes publicitarios, no obstante, el código ético que rige no tiene como fin principal la protección de los derechos humanos, particularmente.

2. El art. 27 de la Constitución Nacional menciona la posibilidad de leyes que reglamenten la regulación de la publicidad para la mejor protección de los derechos del niño, del joven, del analfabeto, del consumidor y de la mujer. Hasta el momento, este artículo no tiene reglamentación específica, sin embargo, se encuentran en vigencia las normativas mencionadas en el apartado 1, las que de una u otra manera mencionan sobre protección a estas categorías de la población.
3. El artículo 26 de la Constitución Nacional se refiere a la garantía de libre expresión y la libertad de prensa, así como la difusión del pensamiento y de la opinión, sin censura alguna, no establece más limitaciones que las dispuestas en la misma Constitución; en consecuencia, prohíbe la promulgación de ninguna ley que las imposibilite o restrinja. No habrá delitos de prensa, sino delitos comunes cometidos por medio de la prensa. Asegura que toda persona tiene derecho a generar, procesar o difundir información, como igualmente a la utilización de cualquier instrumento lícito y apto para tales fines. En sí, la Constitución Nacional del Paraguay no establece diferencia entre mensajes comerciales y no comerciales. Tampoco existen reglamentos específicos que lo hagan de forma clara.
4. Se han presentado en nuestros tribunales numerosas acciones de Habeas Data, por lo general, contra las informaciones divulgadas por empresas dedicadas a proveer datos sobre la situación patrimonial y económica de las personas. En efecto, desde el año 1996 hemos encontrado abundante jurisprudencia al respecto. Sin embargo, prácticamente todas las acciones fueron promovidas para obtener la eliminación de datos relacionados a

Avda. Ygatimí y Juan E. O'Leary. Edificio Robledo. Tel. 595 - 21 452602/605- C.C. 1103

Página Web. : www.defensoriadelpueblo.gov.py

E-mail: defensor@defensoriadelpueblo.gov.py



DERECHOS HUMANOS
DERECHOS DE TODOS



DEFENSORÍA DEL PUEBLO

demandas ya finiquitadas. Sobre procesos judiciales relativos a publicidad comercial o marketing y violaciones a los derechos humanos, no hubo noticias, en los últimos diez años.

5. A nivel nacional, la autoridad gubernamental encargada de supervisar el sector de la publicidad es el Ministerio de Industria y Comercio. Las Gobernaciones y Municipalidades tienen facultad sobre la regulación de publicidad comercial en espacios públicos.
6. No, no existen.
7. Nuestra Carta Magna garantiza el derecho a la intimidad de forma genérica al decir en su artículo 33 que “La conducta de las personas en tanto no afecte al orden público establecido en la ley o a los derechos de terceros, estará exenta de la autoridad pública”. Este derecho a la intimidad está estrechamente ligado con otros derechos como ser el derecho al honor, la dignidad, a la imagen, a la identidad y a la privacidad. Hasta antes del año 2001, el Habeas Data constituyó la única herramienta que permitía ejercer de forma efectiva el derecho a la protección de datos personales. Sin embargo, la falta de una regulación específica sobre la protección de datos personales generaba un incierto panorama sobre el tratamiento que podría darse a los datos considerados de carácter personal. Finalmente, en el año 2001, fue sancionada la ley 1682/2001 “Que Reglamenta la Información de Carácter Privado”, estableciendo ciertas restricciones acerca de los datos que podrán ser divulgados, los requisitos para su divulgación, el tiempo de publicidad de los mismos y las sanciones en caso de incumplimiento de sus disposiciones, siendo modificada en el año 2002, con la aprobación de la ley 1969. La mencionada normativa, ha acogido el criterio de la jurisprudencia y la doctrina internacional sobre lo considerado “información sensible” y busca preservar el derecho de intimidad y el respeto sobre los mismos, rechazándose su almacenamiento y obviamente su publicación o divulgación, en tanto constituyen derechos personalísimos inherentes a la esencia misma del hombre y no interesan a nadie más que a la propia persona. Regula, asimismo, el almacenamiento, divulgación o publicación de datos de carácter patrimonial.

Avda. Ygatimí y Juan E. O’Leary. Edificio Robledo. Tel. 595 – 21 452602/605- C.C. 1103

Página Web. : www.defensoriadelpueblo.gov.py

E-mail: defensor@defensoriadelpueblo.gov.py



DERECHOS HUMANOS
DERECHOS DE TODOS



DEFENSORÍA DEL PUEBLO

8. No, no ha adoptado ningún código de normas para las investigaciones de mercado.
9. La publicidad exterior o la que afectaría lugares públicos es regulada por las Gobernaciones o Municipalidades locales. En Asunción, en febrero de 2014, concejales asuncenos abordaron varios temas relacionados a las publicidades que no están reguladas por la Municipalidad en zonas capitalinas. Entre los puntos cuestionados se encuentra la cantidad de equipamientos urbanos, en su mayoría refugios de paradas de colectivos y letreros de direcciones que contienen mensajes publicitarios, también incluiría la publicidad en transporte público. En la capital del país se encuentra vigente la Ordenanza Municipal N° 148/12, también denominada “Ordenanza de Cartelería”⁴, la que regula los anuncios en el dominio público municipal y privado o perceptible desde este dominio y designa a la Dirección General de Gestión Ambiental a como encargada de aplicar la normativa. La norma considera, además, como exterior, a la publicidad adosada o pintada a los vidrios y puertas o las instaladas frente a los locales. Su artículo 47 se refiere a la publicidad con fines de concientización, las que van exentas del pago del tributo correspondiente, sean propiciadas por entidades privadas o gubernamentales. En lo relativo a creación artística o interés público, no existe prohibición alguna más que las establecidas en la ordenanza municipal citada, y la Ley 881/81 establecen que se encuentran exentas del pago del impuesto a la publicidad: Los partidos políticos, los sindicatos de trabajadores, las organizaciones de carácter religioso, las entidades de beneficencia con personería jurídica, los carteles de farmacias indicadores de turnos obligatorios, la divulgación científica y toda otra manifestación cultural de interés, los anuncios o publicidad dispuesta por orden judicial⁵.
10. No existen normativas específicas excepto las relacionadas a publicidad sobre tabaco y bebidas alcohólicas (Ley 1333/98 ver nota al pie N°3).

⁴ <http://consultas.jma.gov.py/add/ordenanzas/ORD-2012/ord-2012-148.pdf>

⁵ http://www.capaco.org.py/v2/docs/leytributaria_1981_881.pdf



DERECHOS HUMANOS
DERECHOS DE TODOS



DEFENSORÍA DEL PUEBLO

11. Sobre exenciones fiscales al patrocinio de las investigaciones científicas se refiere el artículo 83 de la Constitución Nacional. De forma específica, la Ley 1028/97 “General de Ciencia y Tecnología”. La misma Ley creó el Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología (FONACYT) como instrumento de financiamiento y patrocinio de los programas de apoyo al sector. De igual manera, esta normativa prevé incentivos para que las empresas que destinen recursos financieros al Fondo para investigaciones científicas y tecnológicas, considerando tales recursos como deducibles del impuesto a la renta. Habilita recursos públicos para becas a estudiantes y el intercambio de docentes y alumnos entre universidades y centros de investigación y desarrollo, sea en el país o en el exterior y exenciones impositivas nacionales y municipales a universidades o institutos de investigación científica cuando importen o adquieran equipos o elementos destinados al desarrollo de proyectos de investigación aprobados por el CONACYT.

12. La Constitución Nacional del Paraguay, en su artículo 83 sobre difusión cultural y exención de impuestos manda que “los objetos, las publicaciones y las actividades que posean valor significativo para la difusión cultural y para la educación, no se gravarán con impuestos fiscales ni municipales. La ley reglamentará estas exoneraciones y establecerá un régimen de estímulo para introducción e incorporación al país de los elementos necesarios para el ejercicio de las artes y de la investigación científica y tecnológica, así como para su difusión en el país y en el extranjero” (sic).

La Ley 1299/98 “Que crea el Fondo Nacional de la Cultura y el Arte” (FONDEC)⁶ es la que rige en lo relativo a medidas específicas de fomento al patrocinio privado de las artes. El FONDEC como entidad fue creada con el fin de financiar y promover las actividades culturales privadas en todo el territorio nacional, goza de autarquía y autonomía funcional.

En lo que a financiación con fondos públicos se refiere, esta ley describe los tipos de proyectos presentados por personas, grupos, instituciones o empresas para la realización de actividades culturales y artísticas que podrán ser beneficiarias. Cuenta con un capítulo que habla de transferencia y administración de recursos

⁶ <http://lanacion.com.py/fotos/files/fLey1299%3A98>



DERECHOS HUMANOS
DERECHOS DE TODOS



DEFENSORÍA DEL PUEBLO

En cuanto al patrocinio de sectores privados establece: “A los efectos de estimular la participación del sector privado en el financiamiento de las actividades culturales, las donaciones y los patrocinios que realicen los contribuyentes serán considerados deducibles del Impuesto a la Renta”. Dichas deducciones serán dadas en porcentajes según se refieran a donaciones o patrocinios (art. 16).

Sobre monumentos y edificios del patrimonio nacional, se encuentra vigente la Ley 946/82 “De protección a los bienes culturales”⁷ el que establece exenciones fiscales y municipales a los propietarios de bienes culturales (incluidos monumentos y edificios, entre otros) debidamente inventariados y registrados por la Dirección General de Bienes Culturales del Ministerio de Educación y Cultura.

⁷ <http://gat.org.py/gat/baseslegales/LeyN-946-82Deprotecciondelosbienes culturales.pdf>