

**ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE
COSTA RICA**

PROYECTO DE LEY

LEY ORDEN Y REGULACIÓN DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN

JUSTO OROZCO ÁLVAREZ

EXPEDIENTE N.º 17957

PROYECTO DE LEY**ORDEN Y REGULACIÓN EN LA RADIO Y LA TELEVISIÓN****Expediente N.º 17957****ASAMBLEA LEGISLATIVA:**

El capítulo 1 y el inciso g) del artículo 2 de Ley N.º 8642, Ley General de Telecomunicaciones, tienen como objetivo asegurar la eficiente y la efectiva asignación, el uso, la explotación, la administración y el control del espectro radioeléctrico.

El presente proyecto regula, precisamente, la actividad y los servicios que mediante la utilización del espectro electromagnético brinden aquellas personas, individuos o entidades que obtengan los derechos de explotación de este.

En virtud de que este servicio es un bien de dominio público, las personas que lo exploten deben desarrollar sus actividades bajo un marco de responsabilidad social y civil con respecto a los efectos directos, indirectos o colaterales que puedan ocasionar en aquellas personas que reciban el producto de sus emisiones.

Todas las definiciones relacionadas con el espectro electromagnético contempladas en la Ley N.º 8642. Ley General de Telecomunicaciones, serán las aplicadas en el presente proyecto.

El espectro electromagnético es un bien de dominio público intransferible, sujeto a la gestión y al control del Estado, ya que el inciso 14) del artículo 121

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

de la Constitución Política señala la obligatoriedad que tiene el Estado con respecto al uso responsable y regulado que se haga de este.

En virtud de lo mencionado, los señores diputados y las señoras diputadas deben, de igual manera, determinar la responsabilidad civil que los individuos particulares o las empresas, físicos o jurídicos constituidas acarrear con respecto a los servicios que como permisionarios o concesionarios brinden a la población civil o al Estado.

CONSIDERANDO QUE:

1. Toda actividad, lucrativa o no, que se desarrolle dentro o fuera del territorio nacional debe practicarse responsablemente dentro del marco regulador de una ley determinada.
2. El presente proyecto tiene por objeto regular el uso y la explotación del un bien público.
3. El artículo 76 de la Ley General de Telecomunicaciones derogó trece artículos de la Ley de Radio de 1954, modificó trece en aspectos de forma, no de fondo. No obstante, el artículo 29 de dicha ley permanece vigente inexplicablemente, lo cual produce un vacío legal. Por ello, es necesario que la Asamblea Legislativa ajuste esta ley, en concordancia con los tiempos modernos y el desarrollo tecnológico.
4. Son imprevisibles los alcances y las consecuencias que el desarrollo de las nuevas tecnologías y su utilización puedan provocar en la población civil y en toda manifestación de vida.
5. Ninguna de las reformas aplicadas a la Ley de Radio, a la nueva Ley General de Telecomunicaciones y a su reglamento contemplan aspectos de responsabilidad social o civil.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

6. Tanto la radio como la televisión (medios de comunicación audiovisuales) necesitan para su operación del espectro radioeléctrico.
7. El espectro radioeléctrico no solo es un bien de dominio público, sino que es escaso y estratégico.
8. El artículo 29 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos reza lo siguiente:

“Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad, puesto que sólo en ella puede desarrollar libre y plenamente su personalidad.

En el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de sus libertades, toda persona estará solamente sujeta a las limitaciones establecidas por la ley con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás, y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general en una sociedad democrática.

Estos derechos y libertades no podrán en ningún caso ser ejercidos en oposición a los propósitos y principios de las Naciones Unidas. Todas las personas deben respetar a los demás”.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA

DECRÉTA:

ORDEN y REGULACIÓN DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN

TÍTULO I

CAPÍTULO ÚNICO

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1.- Creación

Se crea la Ley de Orden y Regulación de la Radio y la Televisión, con el fin de controlar y fiscalizar los contenidos, los programas y los horarios de las emisiones difundidas por los medios en todo el territorio nacional. Asimismo,

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

regula los sistemas o métodos utilizados cuando estos incidan en las necesidades o las afectaciones públicas.

Esta ley establece lo siguiente:

- a) Las responsabilidades por las emisiones difundidas en los prestadores de servicios y de quienes los reciben, así como sus derechos.
- b) Define las políticas culturales en las ciencias, la educación, la diversidad lingüística y cultural, los derechos humanos, la conservación natural y el derecho a la vida, con especial énfasis en la promoción del bien común.
- c) Creará autoridades y órganos como herramientas conexas para un funcionamiento adecuado.

ARTÍCULO 2.- Espectro radioeléctrico y espectáculos públicos

Con el fin de proteger a la sociedad, en particular a los menores de edad y a la familia, en cuanto al acceso a los espectáculos públicos, a los materiales audiovisuales e impresos, a la comercialización y a la difusión de estos materiales, y debido a que el espectro radioeléctrico es un bien de dominio público esta ley protege los derechos del usuario final; regula los espectáculos públicos y todo tipo de servicios audiovisuales brindados por radio, televisión o similares, se transmitan por ondas, cable, inalámbricos, vía satélite u otros, así como toda forma de difusión y recepción de mensajes.

Toda disposición que se derive de esta ley o tenga relación con ella será de interés público y tendrá prioridad cuando de su aplicación e interpretación se trate. Quedan comprendidas dentro de esta ley todas las emisiones que se originen en el territorio nacional o en el extranjero y retransmitidas en el nuestro.

Quedan comprendidas dentro del marco de esta ley otras normativas similares en materia de audiovisuales y espectáculos públicos.

ARTÍCULO 3.- Objetivos

Los objetivos de la presente ley son:

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- a) Regular los contenidos, las programaciones y las emisiones en todo el territorio nacional mediante un marco de responsabilidad civil y social.
- b) Crear mecanismos conducentes a la promoción y al fomento de una sociedad de la información en la que, fundamentalmente, se respete la dignidad del ser humano y se procure la formación tanto integral como cultural del individuo, procurando su inserción y dedicación en la sociedad por medio de la difusión de tales garantías y derechos, así como las tecnologías de la información y la comunicación, en adelante TIC.
- c) Considerar los derechos y las garantías de los operadores, los colaboradores, los comentaristas, los periodistas y los profesionales que laboren en los medios.
- d) Estimular competencias orientadas a combatir la usura en los medios, pero sobre todo en procura del fortalecimiento de la democracia, del civismo y de la universalización de la información y la comunicación.
- e) Fomentar el pluralismo político y cultural mediante relaciones reales entre los diferentes servicios y los medios.
- f) Garantizar el fortalecimiento de la democracia con una acción regulada de los medios.

ARTÍCULO 4.- Legitimación

La presente ley otorga al Estado el derecho que le asume, asiste y compete de ser contralor y vigilante del control y la aplicación de este servicio, ya que proporciona en su desarrollo medios para ello.

Asimismo, esta ley legitima a toda persona, entidad, organización o comunidad a solicitar a la autoridad de aplicación correspondiente el cumplimiento por parte de los medios de las obligaciones definidas en esta ley

ARTÍCULO 5.- Orden legal

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Sin perjuicio de la Ley N.º 8642, Ley General de Telecomunicaciones, la Ley N.º 8660, Ley de Fortalecimiento y Modernización de las Entidades Públicas del Sector Telecomunicaciones, ni de la Ley N.º 1758, Ley de Radio, esta ley es de aplicación conexas con:

- a) La Ley N.º 5811, Ley de Protección a la Mujer contra la Propaganda Comercial.
- b) La Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y la Defensa Efectiva del Consumidor.
- c) La Constitución Política.
- d) Los convenios y los instrumentos internacionales suscritos por Costa Rica, vigentes y debidamente ratificados en materia de audiovisuales por el órgano correspondiente.

TÍTULO II

CAPÍTULO ÚNICO

DEFINICIONES

ARTÍCULO 6.- Definiciones

Agencia de publicidad: persona física o jurídica cuya actividad u objeto es la creación, el diseño, la ejecución o el control de campañas publicitarias o de propaganda. Estas personas están registradas para operar en el territorio nacional y desarrollar labores de asesoramiento, colaboración y realización de mensajes publicitarios. Planificar lo pautado y contratar los espacios correspondientes para su difusión pública.

Audiovisuales: medios de comunicación que hacen uso o no de frecuencias de radiodifusión, para difundir mensajes que pueden verse y escucharse, o ambos efectos a la vez.

Campaña de intriga: tipo de publicidad, propaganda o promoción, que por un tiempo determinado, no identifica clara y explícitamente el bien o el servicio, programa o anuncia lo que se ofrece.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Comercial filmico o corto filmico: todo mensaje publicitario y todo anuncio comercial visual y auditivo con fines comerciales, publicitarios o propagandísticos que se difundan en las salas de cine o en las estaciones radiodifusoras de televisión, excepto los avances de películas de largometraje, series, las telenovelas o los programas musicales.

Consumidor, cliente o usuario final: persona que habitual o regularmente recibe o hace uso de los servicios de comunicación audiovisual sin explotar o brindar servicios en medios públicos audiovisuales.

Espectáculo público: toda función, actuación, exhibición, demostración, desfile, representación, diversión, gala, ceremonia, transmisión o captación pública capaz de congregar en cualquier lugar a personas para presenciarla o escucharla.

Infocomercial: mensaje publicitario con formato de programa informativo sobre un mismo producto o servicio, cuya difusión es superior a dos minutos de manera ininterrumpida.

Obra audiovisual: es toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada por medio de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y del sonido, independientemente de las características del soporte material que la contiene.

Operador: persona física o jurídica capacitada para operar equipos técnicos en audiovisuales.

Prestador: persona física o jurídica autorizada (concesionaria) para brindar servicios audiovisuales.

Productor cinematográfico, audiovisual y de anuncios comerciales: es aquella persona que crea intelectualmente el montaje de una obra cinematográfica, audiovisual o anuncio comercial total y tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad de la producción.

Productora de cine o televisión: es aquella empresa que tiene la iniciativa, la coordinación y la responsabilidad de la producción de una obra cinematográfica, audiovisual o anuncio comercial, que emplea un mínimo del noventa por ciento de trabajadores nacionales, que su representante legal sea costarricense y que cuente con personal técnico e intelectual capacitado y el equipo necesario para la realización de los productos usuales del género, entendiéndose por equipo: cámara de cine, cámaras de video o cámaras de televisión, mesas de edición, instrumentos profesionales de video y sonido, grabadoras, sistemas de edición, equipos de iluminación, o cualquier otro medio tecnológico profesional para la producción de programas, documentales o anuncios publicitarios.

Productor musical: la persona que crea la música y la letra para fines publicitarios.

Programación: conjunto de contenidos sonoros en la radio o de imágenes en movimiento, con o sin sonido, en televisión. Contenidos susceptibles de ser transmitidos por medio de un canal que tiene propósitos de: entretenimiento, informativos, educativos, cívicos, de fomento, culturales etc., por ejemplo, los largometrajes, las manifestaciones deportivas, las series, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos culturales o de cualquier otro tipo

Programación de oferta de productos: la que tiene por objeto ofrecer o promover la venta de bienes o la prestación de servicios.

Programación extranjera: aquella cuyos derechos de propiedad intelectual pertenecen mayoritariamente a una persona física o moral extranjera.

Programación nacional: aquella cuyos derechos de propiedad intelectual originalmente pertenecieron o siguen perteneciendo, en forma mayoritaria, a una persona física o moral costarricense.

Promoción: mensaje cuyo fin es anunciar o promover el programa o los programas de un prestador de servicio audiovisual o el servicio que se presta.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Lleva implícita la modalidad de inserción y cualquier otra que tenga la finalidad anteriormente descrita.

Propaganda: difusión de mensajes con contenido ideológico cuya información está destinada a inducir o intensificar actitudes y acciones específicas. Su fin es tratar de convencer o cautivar a un público que adopte la actitud o acción que él representa. Se vale de los sentimientos o de la razón.

Proveedor: persona física o jurídica que proporciona con autorización servicios audiovisuales.

Publicidad: mensajes emitidos a cambio de una remuneración o compensación similar, o bien con fines de autopromoción por parte de una empresa pública o privada o de una persona física, en relación con una actividad comercial industrial, artesanal o profesional, para promover el consumo de bienes o servicios a cambio de una remuneración.

Publicidad por emplazamiento: tipo de publicidad que se difunde deliberadamente ubicando imágenes o sonidos que se relacionan con un bien o servicio, en programas o promociones difundidos por los prestadores de servicios de radio y televisión, sin que su presencia sea anunciada como publicidad ni interrumpa el desarrollo natural del programa o promoción. Técnica publicitaria que consiste en la inserción de un producto, marca o mensaje dentro del desarrollo de un programa.

Publicidad por inserción: publicidad utiliza la superposición de imágenes o sonidos durante los programas, puede tratarse de frases, lemas, logotipos, símbolos, emblemas, signos distintivos y, en general, cualquier imagen o sonido que se relacione con un bien o servicio.

Señal: contenido empaquetado de programas producido para su distribución por medio de servicios de comunicación audiovisual. Elemento o sustancia portador de información.

Servicios por suscripción:

1. Servicios de comunicación audiovisual primordialmente unidireccional destinada a la transmisión de señales para ser recibidas por público determinable, mediante la utilización del espectro radioeléctrico o por medio de vínculo físico, por emisoras o retransmisoras terrestres o satelitales.
2. Contrato de servicio de televisión entre un prestador y una persona, se brinde dicho servicio por la vía satelital o por cable, generalmente el servicio se brinda a cambio de un importe.

TITULAR:

Persona física o jurídica que posee por adjudicación o permiso de la autoridad correspondiente los derechos para emitir señales en audiovisuales. Que así conste en los documentos del órgano emisor y que posea acreditación de estos.

Para otras definiciones, se deben consultar las descritas en la Ley General de Telecomunicaciones u otras normativas similares.

TÍTULO III**CAPÍTULO ÚNICO****DIFUSIONES Y DERECHOS****ARTÍCULO 7.- Transmisiones y difusiones**

Para los efectos de esta ley, todos los tipos y las formas de emisión y difusión de mensajes sonoro-visuales, en cualquiera de sus manifestaciones, se consideran servicios audiovisuales los siguientes:

- a) Por radio, televisión, monitor o por medio virtual.
- b) En forma sonora, visual o sonoro-visual.
- c) Transmitidas por ondas de cualquier tipo mediante cables, sustancias o cualquier otro medio o elemento que lo facilite y cualquier otra modalidad de difusión audiovisual que nuevas tecnologías implementen o incrementen en el futuro.

ARTÍCULO 8.- Conceptos y derechos

La información es un derecho público, al cual tiene acceso toda persona. Conforme a este principio y a la Constitución Política toda persona tiene libertad y derecho de:

- a) Expresar y difundir sus pensamientos y opiniones por cualquier medio.
- b) Informar y recibir información veraz e imparcial.
- c) Fundar medios masivos libres de comunicación, pero con responsabilidad social.

ARTÍCULO 9.- Derecho de rectificación o de respuesta

- a) Toda persona, natural o jurídica, tiene derecho a rectificar con amplitud la información difundida, por cualquier medio de comunicación social, de hechos que la aludan, que considere inexactos y cuya divulgación pueda causarle perjuicio.
- b) Podrán ejercer el derecho a rectificación el perjudicado aludido o sus representantes.
- c) Si la persona ha fallecido, sus herederos o los representantes de estos. De conformidad con la real y justa equidad, el perjudicado exigirá que la rectificación se difunda en espacio de audiencia y relevancia semejantes a la de la información injuriosa, por un plazo no mayor a los tres días.
- d) De no ser posible, mediante la rectificación o la reparación del mal causado, esta ley faculta al perjudicado el derecho legal a recurrir a otras instancias jurídicas.

ARTÍCULO 10.- Censura

En ninguna medida se aplicará censura previa, ni en la información, ni en la libertad de expresión, lo que garantiza el respeto a esos derechos en concordancia con nuestros principios democráticos. Se incluyen en esta ley las responsabilidades que provoquen el buen o el mal uso de ese derecho.

TÍTULO IV
CAPÍTULO ÚNICO
TIPOS DE AUDIOVISUALES

ARTÍCULO 11. - Efectividad de la ley

Con el objeto de alcanzar la efectiva aplicación de esta ley, sin perjuicio de afectar otras normas que se complementen, se consideran en audiovisuales tres tipos de radiodifusión y medios para nuestro país, que son los siguientes:

- a) Estatal público donde los prestatarios de los servicios serán el Estado y los gobiernos locales o municipales.
- b) Privado comercial donde los prestatarios de los servicios son personas físicas o jurídicas de cualquier tipo y cuyo fin es el lucro.
- c) Comunitario donde los prestatarios de los servicios son organizaciones sociales, instituciones educativas, universidades y cultos religiosos. Se entiende que todas las frecuencias en este rango obedecen a radiodifusoras sonoras o televisivas sin fines de lucro.

El ente regulador podrá calificar y clasificar con otros géneros que estén dentro del rango, si estos son, prioritariamente, sin fines de lucro y de servicio comunal.

ARTÍCULO 12.- Servicios por suscripción

Quedan sometidos y sujetos a las regulaciones de esta ley toda clase de servicios audiovisuales por suscripción, sean estos video-sonoros, visuales o tan solo sonoros. La aplicación del presente artículo se dará aunque no se haga uso para ello del espectro radioeléctrico.

ARTÍCULO 13.- Medios de comunicación

Debido a que las manifestaciones físicas de la radio y la televisión son servicios de carácter video-sonoro, basados en imágenes y sonidos que se oyen y se ven, los llamaremos medios de comunicación audiovisual, en adelante medios.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Debido a que esta ley es de responsabilidad social y civil y que regula los espectáculos públicos, quedan implícitos en el marco de esta ley todos los medios de comunicación, de cualquier tipo.

Esta ley, por su naturaleza y esencia, define a los medios como formadores de opinión pública y por ello garantiza

- a)** La protección de la familia y de todos los costarricenses del uso indiscriminado e irresponsable que de tales medios se pueda hacer.
- b)** Derecho de todo ciudadano a expresarse, comunicarse, estar bien informado y participar, preservar y fortalecer del Estado de derecho.
- c)** Prevenir por la vía jurídica la información que por los medios llega al consumidor final, donde los contenidos ocupan el elemento más relevante.
- d)** Regular las influencias, benéficas o nocivas, que los medios ejerzan sobre la persona humana y no la tecnología por ellos usada. Para esto, el Estado debe capacitar y desarrollar políticas que impulsen la formación de una cultura cívico-social en los prestadores de los servicios audiovisuales.
- e)** Maximizar la tecnología en los medios de comunicación con la participación de las instituciones del Estado, mediante la sistematización de proyectos y programas tendientes a la educación y la formación en las TIC.
- f)** Saciar las necesidades de información y comunicación social a las comunidades en que los medios estén instalados y alcancen su área de cobertura o prestación.
- g)** Los derechos individuales y de familia.
- h)** Seguridad a la asociación lícita y a la no discriminación.
- i)** Seguridad al honor y la dignidad humana, a la formación cívica, la cultura, la recreación y los demás valores humanos.
- j)** El desarrollo de las capacidades, tanto indígenas o autóctonas como de diferentes identidades culturales, así como su inserción en la elaboración de los contenidos en sus propias lenguas o idiomas, para

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

una mayor diversidad cultural y lingüística; de tal manera que se promueva el respeto a la identidad cultural, las tradiciones, las religiones, como elementos para el desarrollo de una sociedad de la información basado en el diálogo entre culturas y en una cooperación amplia y recíproca de acercamiento, tanto regional como internacional.

- k) En forma global los principios de igualdad, fraternidad, solidaridad y que la familia está bajo la tutela y la protección del Estado.

ARTÍCULO 14.- Medios y responsabilidad social

Por ser esta ley de orden público, reguladora de las manifestaciones públicas que los medios de comunicación hacen llegar a la población y debido a que es protectora de la salud pública con marcado interés en la infancia, la niñez, la adolescencia, el adulto mayor y otras poblaciones de especial protección por parte del Estado, esta se considera un código de responsabilidad social que implica y regula las siguientes actividades conexas:

- a) Espectáculos públicos de toda índole.
- b) Cine y afines, incluida la implementación y el desarrollo de nuevas técnicas.
- c) Teatro y afines en cualquiera de sus manifestaciones presentes o futuras.
- d) Impresos y afines, según la evolución que se dé por el desarrollo de nuevas tecnologías en el ramo.
- e) Videos o dispositivos de cualquier tipo, sean musicales, de cine, de juegos u otros.

TÍTULO V

CAPÍTULO I

AUTORIDADES EN AUDIOVISUALES

ARTÍCULO 15.- Arma

Con el objetivo de interpretar, reglamentar y aplicar esta ley, se crea la Autoridad Reguladora de los Medios Audiovisuales, en adelante ARMA, como

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

un órgano adscrito y dependiente económicamente de la Sutel, con personería jurídica y plena capacidad para actuar en las áreas de derecho público y privado en todo el territorio nacional.

ARTÍCULO 16.- Composición

Este ente, ARMA, estará compuesto por veintidós miembros, que son los siguientes:

- a) Un presidente del Comité Superior, miembro de la Sutel, nombrado por el Poder Ejecutivo.
- b) Un miembro del Ministerio de Cultura y Juventud.
- c) Un miembro del Ministerio de Educación Pública.
- d) Un miembro del Ministerio de Salud Pública.
- e) Un miembro de la Oficina de Control de Propaganda del Ministerio de Seguridad Pública.

Los representantes ministeriales serán designados, respectivamente, por el ministro del ramo correspondiente. El Poder Ejecutivo nombrará de entre estos representantes al director de la ARMA, quien, a su vez, fungirá como secretario del Comité Superior.

- f) Un miembro de las universidades nacionales que tengan facultades o carreras en Ciencias de la Comunicación, Información o Periodismo, designado por un consejo de rectores.
- g) Un miembro designado por los medios de comunicación audiovisual universitarios por consenso de entre los medios de enseñanza superior.
- h) Un miembro de los medios comunitarios sin fines de lucro.
- i) Un miembro del Patronato Nacional de la Infancia designado por el director o la directora respectiva.
- j) Un miembro del Inamu designado por el director o la directora.
- k) Un miembro del Consejo Nacional de la Persona Adulta Mayor designado por el presidente de la Junta Rectora.
- l) Un miembro de la Defensoría de los Habitantes designado por el defensor de los habitantes.
- m) Un representante de los pueblos autóctonos, debidamente reconocido por la Conai.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- n) En asamblea convocada y fiscalizada por la Sutel, tres miembros de las contralorías ciudadanas que creará esta ley más adelante.
- o) Un profesional en Psicología o Psiquiatría nombrado por la Caja Costarricense de Seguro Social.
- p) Tres representantes de las entidades sindicales de los trabajadores de los medios de comunicación.
- q) Un representante de las sociedades gestoras de los derechos humanos.
- r) Un profesional en Sociología y Derecho designado por el Colegio de Profesionales en Sociología.

Los miembros citados deberán ser ratificados como idóneos para el cargo por parte del Poder Ejecutivo.

La instalación de los miembros la hará el Poder Ejecutivo.

Durarán en sus cargos cuatro años y deberán ser nombrados a mitad del periodo presidencial, pudiendo ser reelegidos consecutivamente.

No percibirán salario, serán nombrados de forma *ad-honorem*.

No podrán tener vínculos ni intereses, so penas legales, con asuntos, funciones o con actividades bajo sus decisiones que se correlacionen de algún modo. Solo podrán ser destituidos en pleno o individualmente por faltas probadas o incumplimiento de sus funciones si ha existido el debido proceso.

ARTÍCULO 17.- Objeto

La ARMA, como la autoridad reguladora y de aplicación de esta ley, garantiza:

- a) El libre ejercicio de la comunicación audiovisual en las áreas de la radio, la televisión y los servicios conexos e interactivos en las condiciones previstas en esta ley.
- b) El total cumplimiento de los extremos de esta ley, tanto en derechos como en obligaciones.

CAPÍTULO II FUNCIONAMIENTO

ARTÍCULO 18.- Reuniones

- a) Las sesiones o reuniones de la ARMA serán de carácter público. Deberán elaborar un informe de temas tratados y difundirlos por

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

medio del Sinart y en cadenas nacionales, de conformidad con esta ley.

- b) La ARMA tendrá dos reuniones o sesiones al mes. Podrá hacerlo extraordinariamente por acuerdo de un veinticinco por ciento de sus miembros, como mínimo.
- c) El cuórum se conformará, tanto en convocatoria ordinaria como en extraordinaria, con la mitad más uno del total de sus miembros y los acuerdos se adoptarán por mayoría absoluta de los miembros presentes.
- d) Para lo no dispuesto en esta Ley, la ARMA se regirá por la Ley General de la Administración Pública.
- e) A fin de asegurar su funcionamiento, la autoridad deberá presupuestar del fondo asignado el transporte racional de sus miembros, tanto para asistir como para regresar. En situaciones difíciles, por prolongación de las sesiones o por otros motivos, incluir viáticos, no con ostentación, sí con dignidad. Estos gastos deberán ser validados por el Comité Superior.

ARTÍCULO 19.- Presupuesto y sustento

- a) La Sutel asignará racionalmente a la ARMA, conforme a su envergadura, avalado por la Contraloría General de la República, un presupuesto relativo a las necesidades económicas anuales de esta y velará porque tenga todas las facilidades de reunión y funcionamiento, brindando para ello espacio físico y apoyo logístico. La ARMA podrá apelar ante la Contraloría el presupuesto otorgado.
- b) El centro oficial de reuniones de la ARMA deberá estar siempre en la ciudad de San José, propiamente en el cantón Central, salvo excepciones por situaciones de fuerza mayor.
- c) La ARMA brindará, anualmente, un informe a la Sutel y a la Contraloría General de la República y anexará la respectiva liquidación del año fiscal. La Sutel no solo lo revisará, sino que la auditará.

- d) El Ministerio de Seguridad Pública y Policía facilitará a la ARMA personal óptimo, con el fin de capacitarlo para la aplicación de esta ley.
- e) Los inspectores de otros organismos del Estado deberán colaborar, con autorización de esta ley, previa capacitación, en las tareas que favorezcan el cumplimiento de esta ley.
- f) Las autoridades municipales, de ser competente y acorde con la ley, coadyuvarán, previa capacitación, en la aplicación de esta ley.

CAPÍTULO III

FUNCIONES DE ARMA

ARTÍCULO 20.- Obligaciones y funciones

En el campo de lo audiovisual, espectáculos públicos y toda la materia descrita en el artículo cinco de esta ley, la ARMA debe:

- a) Elaborar el reglamento de esta ley en un plazo no mayor a los noventa días naturales, contados a partir del momento de instalación de la ARMA. Dicho reglamento deberá ser aprobado por el Poder Ejecutivo.
- b) Elaborar el reglamento de funcionamiento interno del Directorio en un plazo no mayor a los treinta días naturales, contados a partir de la instalación de la ARMA.
- c) Confeccionar, junto con el reglamento de esta ley, en concordancia con el título XVI de esta, los parámetros relativos al régimen de sanciones de esta ley en un plazo no mayor a noventa días naturales, contados a partir de la instalación de la ARMA.
- d) Adoptar las medidas precisas, con el fin de asegurar la funcionalidad de esta ley.
- e) Desarrollar los parámetros correspondientes a los diferentes extremos de esta ley, con el fin de favorecer a las poblaciones más débiles e indefensas.
- f) En aras del bien común y sobre la base de que la libertad de expresión no incluye la libertad de exhibición, regular las actividades contempladas por esta ley, con el fin de restringir aquellas que constituyan un peligro

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

social por su contenido estrictamente pornográfico o violento, por su potencial de incitación al crimen, al vicio o por degradar la condición del ser humano.

- g)** Estar al tanto de los programas, los contenidos audiovisuales y toda clase de eventos y espectáculos públicos, así como mantener un efectivo monitoreo de los prestadores y sus servicios.
- h)** Elaborar los registros que determine esta ley
- i)** Responder a los requerimientos de los órganos definidos en esta ley.
- j)** Resolver, en primera instancia, sobre la calificación y la regulación de las actividades contenidas en esta ley y su reglamento.
- k)** Fallar con respecto a las denuncias recibidas y notificar por medio del director el dictado de la resolución.

ARTÍCULO 21.- Funciones conexas

Debido a la relación que existe entre los audiovisuales y los espectáculos públicos y la responsabilidad depositada por esta ley en la ARMA, esta debe:

- a)** Mantener el control y la calificación de los espectáculos públicos, así como de los medios, los contenidos, los programas, la publicidad, los horarios y otras generalidades, con el fin de contribuir al desarrollo, la formación y el bienestar de las personas menores de dieciocho años, los adultos mayores, las personas con diferentes capacidades y las poblaciones autóctonas, pero, sobre todo, procurar el respeto a los derechos humanos.
- b)** Colaborar y asesorar en el diseño de la política pública de radiodifusión.
- c)** Fomentar la exhibición de películas de alto valor artístico, social, cultural, educativo y otros espectáculos.
- d)** Confeccionar el listado de eventos de trascendente interés público mencionado en esta ley, a fin de que sea trasladado directamente al Poder Ejecutivo.
- e)** Recibir, canalizar y presentar ante la Defensoría de los Habitantes los reclamos, las demandas, las denuncias o las investigaciones presentadas por las contralorías ciudadanas, cuando así lo demanden.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- f) Capacitar a las diferentes autoridades del país en materia de aplicación de esta ley, ya sean del Poder Ejecutivo o de las municipalidades.
- g) Elaborar un informe público anual sobre el estado de cumplimiento de esta ley, así como del desarrollo y el comportamiento de los programas y contenidos audiovisuales en el país.
- h) Beneficios, alcances y logros en el área de espectáculos públicos.
- i) Convocar, anualmente, a la Presidencia de la República y al Consejo de la Sutel, a efectos de brindar un informe detallado, minucioso y conciso de su gestión.
- j) Elaborar su propio reglamento.
- k) Crear comisiones, temporales o permanentes, para el desarrollo de las materias o los temas afines a las radiodifusiones o audiovisuales dentro del marco de competencia correspondiente.
- l) Evaluar la programación, los contenidos y el funcionamiento del Sinart.
- m) Aportar propuestas destinadas a mejorar el funcionamiento del Sinart.

ARTÍCULO 22.- Resoluciones

- a) Los fallos de la ARMA se adoptarán por mayoría absoluta de los miembros presentes. En caso de empate, el presidente tendrá doble voto.
- b) Contra sus resoluciones, podrán interponerse los recursos de revisión y reconsideración ante el Comité Superior, dentro de los cinco días hábiles posteriores a que se notifique la resolución. El Comité Superior resolverá en cuarenta y cinco días naturales.

CAPÍTULO IV COMITÉ SUPERIOR

ARTÍCULO 23.- Superior

La ARMA tendrá un Comité Superior compuesto por cinco miembros:

- a) El presidente nombrado por el Poder Ejecutivo, el director de la ARMA, quien fungirá como secretario, y tres miembros más elegidos por los miembros de la ARMA mediante elección realizada entre ellos mismos.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- b) Para su funcionamiento, el Comité elegirá de entre sí un vicepresidente y dos subsecretarios.

ARTÍCULO 24.- Instalación de los miembros del Comité Superior

- a) El presidente de la República instalará y juramentará a los miembros del Comité Superior, quienes no devengarán dietas.
- b) Durarán en sus cargos cuatro años y pueden ser reelectos.
- c) Sus nombramientos son *ad-honorem* y no devengan salarios, salvo viáticos avalados por el Comité.

ARTÍCULO 25.- Funciones

- a) Resolver los recursos de revisión y reconsideración que se interpongan por la aplicación de la presente ley.
- b) Ejecutar las políticas necesarias para cumplir con los fines de la presente ley, las cuales serán de acatamiento obligatorio.
- c) Elevar ante el órgano judicial correspondiente los casos que, por impedimento legal, la administración no pueda resolver.

ARTÍCULO 26.- Alcance

Para lo no dispuesto en esta ley se recurrirá a toda ley en pro de la salud, la educación, la protección a la mujer, los niños, los adultos mayores, los pueblos indígenas u originarios, las poblaciones especiales, el deporte, la cultura, los valores cívicos, el bien común y los derechos humanos.

Las resoluciones del Comité Superior agotan la vía administrativa. En el curso de quince días naturales, contados a partir de la notificación, cabe recurso de revocatoria y apelación en subsidio ante el correspondiente tribunal judicial de primer instancia, en la jurisdicción del medio y no del prestador

TÍTULO VI

CAPÍTULO ÚNICO

LA SOCIEDAD CIVIL Y LOS MEDIOS

ARTÍCULO 27.- Contralorías ciudadanas

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Conforme lo asigne y le atañe al soberano, se crean las contralorías ciudadanas libres y autónomas, con el fin de:

- a) Promover y defender sus legítimos intereses y derechos.
- b) Ser vigilantes en el cumplimiento de la presente ley y de los servicios públicos en general.
- c) Ser contralores en la creación de la obra pública.
- d) Activar la participación de la sociedad civil en aras de fortalecer y enriquecer la democracia.
- e) Ser activos vigilantes, fiscalizadores y contralores de los valores patrios, el patrimonio nacional, las instituciones del Estado, la idiosincrasia costarricense y la soberanía nacional.

ARTÍCULO 28.- Inscripción

Las contralorías que se constituyan fundamentadas en esta normativa deberán inscribirse en un registro que para tal efecto llevará la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (Aresep), con el fin de que esta informe obligatoriamente a las contralorías sobre las convocatorias públicas en el momento de ser formuladas.

Las contralorías pueden ser de barrio, de distrito, de cantón, de provincia o nacional, según la conformación de sus miembros.

ARTÍCULO 29.- Estructura

Las contralorías se conformarán de la siguiente manera:

- a) De barrio, no menos de tres personas de la misma barriada.
- b) De distrito, no menos de nueve personas del mismo distrito, con representación de las contralorías de barriada existentes en el distrito.
- c) De cantón, no menos de dos representantes inscritos por distrito con representación de las contralorías de distrito ya existentes.
- d) De provincia, no menos de cinco representantes inscritos por cantón con representación de las contralorías de cantón ya existentes.
- e) Nacional, no menos de quince representantes inscritos por provincia con representación de las contralorías de provincia ya existentes.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Las contralorías no son juntas ni asociaciones creadas en beneficio del desarrollo comunal, aun cuando pueden hacerlo como sociedad civil independientemente de las contralorías.

Las contralorías están legitimadas legalmente para solicitar y recibir obligatoriamente de las instituciones públicas todo lo referente a los servicios públicos y la obra pública, realizada o por realizar, en proyectos o anteproyectos.

ARTÍCULO 30.- Requisitos

Las contralorías deben llenar los siguientes requisitos:

- a) No tener filiación política.
- b) No tener fines de lucro.
- c) Su conformación mínima estará determinada por la región que represente, según el artículo 28 de esta ley.
- d) Sus miembros no pueden ser accionarios, directores, gerentes, administradores o representantes legales de prestadores o adjudicatarios de bienes de servicios públicos.
- e) Sus miembros no pueden estar financiados, ni recibir bienes, aportes, ayudas o subvenciones de personas naturales o jurídicas públicas o privadas, que puedan condicionar o inhibir sus actividades en la promoción y la defensa de los derechos y los intereses de los consumidores de los servicios públicos.
- f) La Aresep facilitará, en todo momento, la inscripción de las contralorías. Una vez solicitado su registro y cumplido todos los requisitos, la autoridad dispondrá de treinta días naturales para pronunciarse. De no hacerlo, se tendrá por aprobada y se procederá al respectivo registro y entrega del certificado correspondiente.
- g) La Aresep dictará los procedimientos y los oficios que deberán acompañar las solicitudes de registro de conformidad con la ley.
- h) En el caso de que las contralorías ciudadanas deban acudir a la vía jurisdiccional y resulten totalmente vencidas en el proceso, el tribunal las eximirá del pago de costas cuando en su juicio hayan litigado de buena fe.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- i) Las contralorías ciudadanas gozarán de financiamiento por parte de las instituciones autónomas del Estado, la Sutel y las municipalidades del país en porcentajes razonables conforme a su envergadura
- j) De no contar con espacio físico las municipalidades lo facilitarán para que las contralorías puedan funcionar. Las alcaldías reglamentarán u ordenarán el espacio y los horarios de forma tal que se facilite el funcionamiento y la existencia de estas.

ARTÍCULO 31.- Derechos

Entre los derechos de las contralorías ciudadanas están los siguientes:

- a) Obtener de los prestadores o adjudicatarios de bienes o servicios públicos, previo a brindarlos, la información sobre estos, en los términos que permita la ley.
- b) Dirigir solicitudes, quejas o reclamos vinculados con los objetivos generales de esta ley u otras normativas que tengan que ver con los bienes o los servicios públicos.
- c) Ser recibidos, atendidos y respondidos por las diferentes autoridades, incluyendo los ministros, en plazos no mayores a tres días hábiles, contados a partir de la solicitud. Su incumplimiento será considerado como desacato.
- d) Promover y defender los derechos y los intereses en bienes y servicios de los ciudadanos de forma individual, colectiva o difusa, ante las instancias administrativas correspondientes.
- e) Acceder a los registros que al respecto deban llevar las instituciones públicas o los prestatarios, o los adjudicatarios de bienes o servicios públicos.
- f) Participar en los procesos de formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas para la elaboración de los instrumentos normativos sobre las materias previstas, tanto en esta ley como en la confección de los carteles de licitación y las concesiones de obra pública, así como en la elaboración de los reglamentos a otras leyes.
- g) Presentar proyectos sobre la educación para la percepción crítica de los mensajes y la investigación relacionada con la comunicación y la

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

difusión de mensajes por medio de los servicios de radio y televisión, así como de otros servicios con el debido financiamiento, de conformidad con la ley.

- h)** Acceder a espacios gratuitos en los servicios de comunicación audiovisual, aun los de suscripción, de conformidad con esta ley, previa autorización de la ARMA.
- i)** Promover el diálogo entre los prestadores de servicios, el Estado y los ciudadanos.
- j)** Constituirse en comisiones por cantones, con cinco miembros, como máximo, o tres, como mínimo, que funcionarán como órganos auxiliares de la ARMA en el control y la calificación de los medios y los espectáculos públicos. En cada cantón del país, existirá una.
- k)** Ser contralores del ordenamiento público, los servicios públicos y la obra pública.

TÍTULO VII

CAPÍTULO ÚNICO

CLASIFICADOS NACIONALES Y LIMITACIONES

ARTÍCULO 32.- Evaluación

Para los efectos de la presente ley, y con el fin de clasificar qué es nacional y qué no, el presente capítulo determina los siguientes elementos:

- a)** Los programas, los materiales, los personajes y los artistas, los autores o las autoras, los locales, los escenarios, los argumentos, los dichos, los modismos, los directores o las directoras, el personal técnico y los valores culturales.
- b)** En el caso de los seres vivos, humanos o animales, se considera su participación en los programas y las obras de cualquier tipo.
- c)** En el plano físico y material, uso y procedencia de los productos utilizados.
- d)** En el campo intelectual, las producciones en sí, sean artísticas, culturales, deportivas, documentales, de cine, publicitarias,

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

propagandísticas, noticiosas o de cualquier índole que se difundan por los medios.

e) La instrumentación y el material tecnológico utilizado.

La respectiva evaluación en cuanto a la calidad, la cantidad y los porcentajes de los elementos tomados en cuenta para su clasificación los llevará a cabo la autoridad reguladora de audiovisuales, en asocio con el Ministerio de Cultura y Juventud. En fin, la concurrencia de los elementos nacionales no podrá en ningún caso ser inferior al sesenta por ciento. El reglamento respectivo definirá el procedimiento.

ARTÍCULO 33.- Convenios centroamericanos

De conformidad con los tratados centroamericanos y en el caso de existir reciprocidad, los cortos comerciales, los filmes, los documentales y otros serán considerados como nacionales.

TÍTULO VIII

RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES

ARTÍCULO 34.- Generales

Con el fin de fortalecer el artículo 51 constitucional, en este título se facilitan las herramientas y los mecanismos legales y jurídicos necesarios tendientes a coadyuvar y garantizar el desarrollo integral óptimo de las familias y a cada uno de sus integrantes, con respecto a la responsabilidad social y civil que corresponda a los usuarios, al Estado, a los prestatarios de los respectivos medios audiovisuales, a todos los actores en el universo de los espectáculos públicos y otros, todos en concordancia con el artículo 5 de esta ley.

Se califican, específicamente, los programas que se publiquen, presenten, transmitan, difundan o retransmitan y sus contenidos, sean estos informativos, artísticos, culturales, deportivos, educativos, recreativos, de opinión, de novela,

de teatro, de cine o de cualquier índole o variedad que se relacionen al respecto.

ARTÍCULO 35.- Pluralidad

Los medios de comunicación, en todas sus modalidades y regímenes de propiedad, tienen también un cometido indispensable como actores en el desarrollo de la sociedad de la información, y se considera que son un factor importante para la libertad de expresión y la pluralidad de la información. En este contexto, a fin de que sigan desempeñando tan importante rol en la sociedad de la información se garantiza la independencia y la pluralidad de los medios.

ARTÍCULO 36.- Deberes

Los medios tienen la obligación de fomentar, promocionar y cumplir en su totalidad con las normas de esta ley, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados en el futuro a la Constitución Política.

Dentro de los parámetros compatibles con la libertad de expresión se debe:

- a)** Implementar las medidas necesarias, a fin de combatir los contenidos ilegales y perjudiciales.
- b)** Promover la paridad y la alternancia de los sexos indicando y señalando la forma de hacer efectiva la imagen equilibrada de los hombres y las mujeres en los medios. Esta promoción abarca la protección y la salvaguarda de la igualdad entre los géneros, el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, con el fin de evitar toda discriminación por género u orientación sexual.
- c)** Contrarrestar el aumento en la brecha del conocimiento mediante la promoción del bien común y evitando la mala e indebida utilización de las TIC.
- d)** Velar porque exista protección a la privacidad y los datos personales. Adoptar medidas preventivas y acciones adecuadas contra conductas ilegales y actos que motiven la discriminación racial, la xenofobia, el odio, la

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

violencia, todo tipo de intolerancia y toda forma de abuso infantil, incluidos tanto la pedofilia y la pornografía infantil como el tráfico y la explotación de los seres humanos.

e) Los que utilizan el espectro radioeléctrico con base en criterios democráticos y republicanos y que garantizan una igualdad de oportunidades para su acceso por medio de las asignaciones respectivas, para lo cual se considerarán: los espacios, los horarios, los tiempos, la alternancia y la imparcialidad.

f) Hacer cumplir el derecho de acceso a la información y a los contenidos de las personas con discapacidad.

g) Velar por la preservación y la promoción de la identidad y de los valores culturales.

ARTÍCULO 37.- Archivos

Todos los prestadores de los diferentes medios, incluidos los de difusión por suscripción, deberán mantener, obligatoriamente, a disposición de la autoridad reguladora y de conformidad con esta ley, lo siguiente:

a) La información, los documentos, los acuerdos o los contratos relacionados con la difusión de los mensajes, propios o de terceros, en la forma que se establezca en las respectivas normas técnicas.

b) Las grabaciones claras e inteligibles, continuas y sin edición, de todos los mensajes difundidos por el lapso que se establezca en las normas técnicas o reglamentarias. Este lapso no podrá ser inferior a los tres meses, contados a partir de la fecha en que se hayan difundido los mensajes. Se exceptúan de esta obligación los prestadores de servicios por suscripción.

c) Cualquier otra información que se requiera de conformidad con esta ley u otras vigentes relacionadas.

ARTÍCULO 38.- Prohibición

Se prohíbe la difusión de mensajes subliminales o en los que se utilicen técnicas de cualquier tipo o carácter que impidan o dificulten de alguna manera la percepción consciente de él en los usuarios.

ARTÍCULO 39.- Obligaciones

- a) Los mensajes dirigidos a las comunidades autóctonas o indígenas serán difundidos en su propia lengua.
 - b) Los programas informativos, culturales, educativos, de comentarios o de opinión sin fines de lucro según su género, naturaleza y esencia que se transmitan en otros idiomas deberán acompañarse de subtítulos o técnicas de señal o lenguaje signado, a fin de que personas con discapacidades auditivas puedan participar integralmente de estos.
- 

CAPÍTULO 2**REGULACIONES****ARTÍCULO 40.- Emisiones en televisión**

Dentro de las regulaciones de esta ley los medios deberán ajustar sus producciones de la siguiente manera:

- a) Emitir el sesenta por ciento (60%), como mínimo, de producción nacional y un cuarenta por ciento (40%) internacional.
- b) Del sesenta por ciento (60%) mencionado en el inciso anterior, por lo menos el treinta por ciento (30%) deberá ser de producción propia y que incluya informativos locales.
- c) En el caso de estaciones regionales deberán, además, emitir adicionalmente un mínimo del quince por ciento (15%) de producción local.

ARTÍCULO 41.- Filmes nacionales

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Aquellos medios que difundan señales de televisión deberán ofrecer por año calendario a la teleaudiencia y a manera de estreno por lo menos seis películas de largometraje nacionales, o tres largometrajes y tres telefilmes nacionales. La reglamentación correspondiente podrá combinar o mezclar alternancias con cortos, documentales, obras de teatro u otros, siempre y cuando se mantenga el porcentaje correspondiente o el fin educativo y cultural del presente artículo.

ARTÍCULO 42.- Tiempo radial

Los servicios de radiodifusión sonora privados deberán:

- a) Emitir un setenta por ciento (70%), como mínimo, de programación nacional. De este setenta por ciento (70%), no menos del veinte por ciento (20%) deberá estar destinado a la difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público, tanto de autores como de compositores e intérpretes nacionales.
- b) Independientemente de la música que se escuche por bloques el porcentaje se debe cumplir proporcionalmente a lo largo de toda la jornada.
- c) Emitir un cincuenta por ciento (50%), como mínimo, de producción propia, incluidos los noticieros o los informativos locales.
- d) Emitir, en el caso de la música, un treinta por ciento (30%) nacional, como mínimo.

TÍTULO IX

SALUD PÚBLICA Y SEGURIDAD SOCIAL

CAPÍTULO I

ARTÍCULO 43.- Disposición general

Con el propósito de salvaguardar la salud pública de los efectos buenos o malos que puedan ocasionar los medios audiovisuales a la población, se considera:

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- a) La relación inequívoca existente entre los medios, las emisiones sonoro-visuales y la ciudadanía es y será la premisa fundamental de esta disposición.
- b) La existencia jurídica de normas en pro de la salud pública.
- c) Los efectos contemplados en el presente título pueden ser directos o colaterales.
- d) Los efectos que puedan causar las emisiones audio-sonoras y visuales difundidas por los diferentes medios pueden ser presentes o futuros. Individuales o colectivos.
- e) Los efectos pueden ser ocasionados por la utilización o no del espectro radioeléctrico; por la operación de maquinaria o aparatos técnicos empleados; de bases fijas de cualquier índole u cualesquiera otras tecnologías.

Por el bienestar nacional se consideran los incisos anteriormente expuestos como el fundamento, el principio y la causa del presente título y, de conformidad con el espíritu de la presente ley, se definen las responsabilidades a los medios audiovisuales, sus dirigentes y representantes, los publicistas, los anunciantes, los usuarios y todas aquellas personas físicas o jurídicas involucradas o inmersas en las diferentes actividades de los medios.

ARTÍCULO 44.- Excepción lingüística.

Dentro del territorio nacional, la programación que se emita y se difunda por medio de los servicios audiovisuales contemplados en esta ley, incluidos los avisos publicitarios y los avances de programas, deben estar expresados en el idioma oficial, español, con las siguientes excepciones:

- a) Los programas destinados a la enseñanza de los idiomas extranjeros.
- b) Los programas informativos o de opinión que sean simultáneamente traducidos o subtítulos.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- c) La programación especial destinada a las comunidades extranjeras habitantes o residentes en el país.
- d) La programación originada en los convenios de reciprocidad.
- e) Los programas en vivo y directo, culturales y educativos, recreativos o deportivos y los mixtos que estando en otro idioma se presenten mediante traducción simultánea.
- f) Las letras de las composiciones musicales, poéticas o literarias.
- g) Las señales de alcance internacional que se reciban en el territorio nacional.
- h) Los programas dirigidos a públicos ubicados fuera de las fronteras nacionales;
- i) Los términos de uso universal que por su carácter técnico, científico o artístico, entre otros, no admitan traducción;
- j) La mención de marcas comerciales.
- k) Los autorizados por el órgano respectivo de conformidad con esta ley;
- l) En el de los pueblos autóctonos, cuando estén dirigidos a sus comunidades o se originen en sus propios medios y en sus comunidades.

ARTÍCULO 45.- Regularidad de trasmisión

Para favorecer el desarrollo ordenado de la nación o las regiones y fomentar la disciplina laboral, los titulares de servicios de comunicación audiovisual deben asegurar la regularidad y la continuidad de las transmisiones, así como el cumplimiento de los horarios de programación, los que deberán ser comunicados a la autoridad reguladora y de aplicación en audiovisuales, ARMA, con no menos de treinta días naturales de antelación, salvo programas extraordinarios, en cuyo caso se deberá hacer solicitud de autorización con no menos de ocho días naturales de anticipación al evento.

ARTÍCULO 46.- Ajuste de transmisión

Los medios de comunicación abiertos tanto como los medios por suscripción en su señal propia deben ajustar su transmisión en forma continua y permanente

a los tiempos indicados en la oferta licitada, solicitud de permiso o la regulada, según el ordenamiento correspondiente a la reglamentación.

ARTÍCULO 47.- Ajuste de selector o codificador de señales

Para garantizar a los consumidores de audiovisuales, los oyentes y los televidentes un acceso inconfundible en las señales recibidas por los servicios que brinden los prestadores por suscripción, sean estos de televisión por cable u otros servicios complementarios, independientemente de la zona o región, los prestadores de servicios audiovisuales deben cumplir las siguientes obligaciones:

- a) Difundir, gratuitamente, a todos sus clientes las señales de los canales de señal abierta en el mismo orden numeral, conforme a su ubicación de origen en el sintonizador (control), grilla o selector de canales, según corresponda, a fin de evitar confusiones en los usuarios, es decir, deberán ordenar su sintonizador u ordenador de programación de forma tal que todas las señales correspondientes al mismo género se encuentren ubicadas de forma correlativa y ordenada con respecto al microprocesador que controla al video procesador integrado. Esto significa que la información que reciba el selector de canales mantendrá siempre la frecuencia correspondiente, de conformidad con el código de su señal.
- b) En el ordenamiento respectivo a que se refiere el inciso a) de este artículo, los prestadores deben ubicar, primeramente, los canales de televisión abierta en la banda de VHF.
- c) En relación con el inciso b) de este artículo, los prestadores deben incluir hasta un quince por ciento (15%), como máximo, del total de canales brindados cuando su oferta supere los cien canales. Del veinte por ciento (20%), cuando la oferta sea inferior a cien, pero mayor a setenta y cinco canales, y del veinticinco por ciento (25) cuando su oferta sea

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

inferior a setenta y cinco canales. Los prestadores podrán aumentar su cuota o porcentaje voluntariamente.

- d)** Difundir, gratuitamente, la señal de servicio de televisión del Estado (Sinart), la cual no cuenta con el porcentaje previsto en el inciso anterior.

- e)** Difundir, gratuitamente, la señal de servicio de televisión de la Universidad de Costa Rica, ya que esta ocupa un espacio constitucional. Esta señal sí la contempla el inciso c) de este artículo.

- f)** De no llenarse el quince por ciento (15%) con los canales señalados en los incisos anteriores, se incluirán los de señal ciudadana y los de UHF en el siguiente orden: en primer lugar los de mayor cobertura nacional y después los de carácter educativo y cultural, respectivamente.

- g)** Las señales sonoras o radiales por suscripción aplicarán el mismo método del inciso anterior, y de igual manera que en el caso de la señal de televisión señalado en el inciso e) se le dará prioridad a Radio Universidad.

- h)** En aquellos casos en que prestatarios de otras señales nacionales independientes contraten espacio con prestadores por suscripción, estos deberán respetar su ubicación de origen u orden numeral, con prioridad sobre las señales extranjeras. La señal debe ubicarse de forma correlativa y ordenada a su presentación en la sintonía correspondiente al selector de canales, conforme y análogo al mismo principio planteado en el inciso a) de este artículo. Los prestadores deben suministrar a su clientela, si lo solicitan, las facilidades técnicas que permitan de manera inmediata y sin dificultad la recepción de dichas señales en el mismo equipo receptor terminal por el cual disfrutan del servicio de difusión por suscripción.

Es de acatamiento obligatorio hacer ajustes o renovar sus equipos, con el fin de que las señales de otros canales se observen con la misma nitidez que en sus frecuencias de origen, de lo contrario y para efectos legales se considerarán como actos de distorsión y boicoteo premeditados por parte de los prestadores de servicios. En su defecto, deberán brindar el equipo o el material técnico necesario, para que con toda naturaleza se pueda operar el aparato receptor con su control de origen y sin distorsiones.

En el caso de la televisión móvil, el Poder Ejecutivo establecerá las condiciones pertinentes en la materia objeto de este artículo para el respectivo servicio.

ARTÍCULO 48.- Respeto a señales

Los prestadores de los servicios de difusión por suscripción que difundan señales de radio o sonoras deberán mantener el mismo comportamiento de respeto hacia las otras señales.

ARTÍCULO 49.- Facilidades tecnológicas

Los prestadores de los servicios de difusión por suscripción deberán suministrar a toda su clientela, si lo solicitan y asumen el costo del servicio, las facilidades tecnológicas que permitan el bloqueo de canales contratados.

ARTÍCULO 50.- Identificación de frecuencia

Por lo menos cada treinta minutos los medios radiales se identificarán con su nombre y frecuencia asignada. Los de televisión lo harán con su logo en un extremo de la pantalla durante la transmisión de sus programas. Los medios de difusión por cable o suscripción cumplirán esta normativa por lo menos en su canal informativo.

ARTÍCULO 51.- Características del medio

Todos los medios sin fines de lucro, sin excepción, tienen el deber de manifestar su visión y misión cada cambio de programación. Esto, sin dejar de cumplir los artículos anteriores.

ARTÍCULO 52.- Nivel de audio

Para no afectar la salud auditiva de los usuarios durante la programación y al pasar a otros espacios, los medios conservarán en todo momento el mismo nivel de intensidad en el audio; en conformidad con la normativa que al efecto determine el ente regulador.

ARTÍCULO 53.- Himno Nacional

Con el propósito de elevar el fervor patrio y el nivel cívico de nuestros ciudadanos, los medios deben difundir el Himno Nacional de la siguiente manera:

- a) Al inicio y al cierre de su programación diaria con letra y música. Debe mencionarse antes a los autores de ambas composiciones.
- b) Aquellos que tengan programación las veinticuatro horas del día lo harán a las seis de la mañana y a las doce media noche.
- c) Durante las fechas patrias, sin excepción, todos los medios deberán hacerlo adicionalmente a las doce medio día.
- d) Antes del inicio de los eventos culturales y deportivos de trascendental importancia, y cualesquiera otros que sean pertinentes a juicio del ente regulador u otra autoridad superior.
- e) Los medios ubicados en las zonas fronterizas terrestres, insulares y marítimas deberán hacerlo en el siguiente horario: 6:00 a.m., 12M, 6:00 p.m. y a las cero horas o 12 medianoche.

ARTÍCULO 54.- Fiestas cívicas

En los días de fiesta cívica, todos los medios, sin excepción, a cada hora, dedicarán cinco minutos a exacerbar el fervor cívico, con música folclórica o con comentarios que conlleven al mismo fin. Los servicios por suscripción lo harán en el canal de señal propia o informativo.

CAPÍTULO II**ELEMENTOS CLASIFICATORIOS****ARTÍCULO 55.- Elementos de lenguaje**

Tipo A: imágenes o sonidos de uso común que pueden ser presenciados por los niños, las niñas y los adolescentes, sin necesidad de orientación por parte de los adultos, y que no clasifiquen dentro de los tipos B y C.

Tipo B: imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan un carácter sucio, ordinario, indigno, grosero, ofensivo, soez e insultante.

Tipo C: imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan carácter obsceno, que constituyan imprecaciones, que describan, representen o aludan, sin finalidad educativa explícita, a órganos o prácticas sexuales, o a manifestaciones obscenas, aberrantes, denigrantes y depravadas.

ARTÍCULO 56.- Elementos de salud

Tipo A: las imágenes o los sonidos utilizados para la divulgación de información, opinión o conocimientos sobre la prevención, el tratamiento o la erradicación del consumo de alcohol, tabaco, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, así como de la práctica compulsiva de juegos de envite y azar y de otras conductas adictivas que puedan ser presenciadas por los niños, las niñas y los adolescentes sin que se requiera la orientación del adulto.

Tipo B: las imágenes o los sonidos utilizados para la divulgación de información, opinión o conocimientos sobre la prevención, el tratamiento o la erradicación del consumo del alcohol, tabaco, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, así como de la práctica de juegos de envite y azar y de otras conductas adictivas, que de ser presenciadas por los niños, las niñas y los adolescentes requieran de la orientación de su madre, el padre o los representantes o responsables.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Tipo C: imágenes o sonidos en los programas y promociones que se refieran directa o indirectamente al consumo moderado de alcohol o tabaco, sin que se expresen explícitamente sus efectos nocivos o tengan como finalidad erradicar las conductas adictivas que producen, el consumo excesivo de bebidas alcohólicas o tabaco, la práctica compulsiva a los juegos de envite y azar y el consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas.

Tipo D: imágenes o sonidos en los programas y promociones que, directa o indirectamente, se refieran al consumo excesivo de bebidas alcohólicas o tabaco, en los cuales no se manifieste explícitamente sus efectos nocivos para la salud; se refieran a la práctica compulsiva de los juegos de envite y azar, en los cuales no se exprese explícitamente sus efectos nocivos para la salud; asocien el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco con ventajas en la posición económica, en la condición social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien la práctica compulsiva de los juegos de envite y azar con ventajas en la posición económica, en la condición social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco con una mejora en el rendimiento físico o psicológico; presenten, de forma negativa, la sobriedad o la abstinencia de bebidas alcohólicas y tabaco; se refieran al consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, en las cuales no se muestran explícitamente sus efectos nocivos para la salud; asocie el consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas con ventajas en la posición social, en la condición económica o en el ejercicio de la sexualidad; asocien el consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas con una mejora en el rendimiento físico o psicológico, o presenten, de forma negativa, la abstinencia de sustancias estupefacientes o psicotrópicas.

ARTÍCULO 57.- Elementos de sexo

Tipo A: imágenes o sonidos utilizados para la difusión de información, opinión y conocimiento sobre la salud sexual y reproductiva, maternidad, paternidad, promoción de la lactancia materna y de expresiones artísticas con fines

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

educativos, que pueden ser recibidos por los niños, las niñas y los adolescentes sin que se requiera la orientación de los adultos.

Tipo B: imágenes o sonidos utilizados para la difusión de información, opinión y conocimientos sobre la sexualidad y la reproducción humana y de expresiones artísticas con fines educativos, que de ser recibida por los niños, las niñas y los adolescentes requieran la orientación de su madres, los padres y los representantes o responsables.

Tipo C: imágenes o sonidos implícitos sin finalidad educativa, o manifestaciones o aproximaciones de carácter erótico que no incluyan actos o prácticas sexuales explícitas.

Tipo D: imágenes o sonidos sobre desnudez sin finalidad educativa, en las cuales no se aludan o muestren los órganos genitales, actos o prácticas sexuales dramatizados, que no se muestren los órganos genitales, los mensajes sexuales explícitos, o la dramatización de actos o conductas sexuales que constituyan hechos punibles de conformidad con la ley.

Tipo E: imágenes o sonidos sobre actos o prácticas sexuales reales, desnudez sin finalidad educativa, en las cuales se muestren los órganos genitales, actos o prácticas sexuales dramatizados que aludan o muestren los órganos genitales, actos o prácticas sexuales reales o dramatizados que amenacen o violen el derecho a la vida, la salud y la integridad personal o se menoscabe la dignidad humana, o actos o conductas sexuales reales que constituyan hechos punibles de conformidad con la ley.

ARTÍCULO 58.- Elementos de violencia

Tipo A: imágenes o sonidos utilizados para la prevención o erradicación de la violencia, que pueden ser presenciados por los niños, las niñas y los adolescentes sin que se requiera la orientación de los adultos, siempre que no se presente el hecho violento o sus consecuencias de forma detallada o explícita.

Tipo B: imágenes o sonidos que presenten violencia dramatizada o sus consecuencias de forma no explícita.

Tipo C: imágenes o descripciones gráficas utilizadas para la prevención o la erradicación de la violencia, que de ser recibida por los niños, las niñas y los adolescentes requieran la orientación de sus madres, los padres y los representantes o responsables, siempre que no presenten imágenes o descripciones gráficas detalladas o explícitas del hecho punible violento o sus consecuencias

Tipo D: imágenes o descripciones gráficas que presenten violencia real o sus consecuencias, de forma no explícita, o violencia dramatizada o sus consecuencias de forma explícita y no detallada.

Tipo E: imágenes o descripciones gráficas que representen violencia real o dramatizada, o sus consecuencias de forma explícita y detallada, violencia física, psicológica o verbal entre las personas que integran una familia, contra los niños, las niñas y los adolescentes o contra la mujer, violencia sexual, la violencia como tema central o un recurso de impacto reiterado, o que presenten, promuevan, hagan apología o inciten al suicidio o a lesionar su propia integridad personal o salud personal.

TÍTULO X

CAPÍTULO I

TIPOS DE PROGRAMAS

Artículo 59.- Programa cultural y educativo

Aquel que va dirigido a la formación integral de los usuarios en los más altos valores del ser humano, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado, con el fin de hacer posible lo siguiente:

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- a) Su incorporación y participación en el desarrollo económico, político, social y cultural de la nación.
- b) La promoción, la defensa y el desarrollo progresivo de los derechos humanos, las garantías y los deberes, la salud pública, la ética, la paz y la tolerancia.
- c) La preservación, la conservación, la defensa, el mejoramiento y el mantenimiento del ambiente, para promover el desarrollo sustentable del hábitat en su beneficio y el de las generaciones presentes y futuras.
- d) El desarrollo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y las demás manifestaciones del conocimiento humano en cooperación con el sistema educativo.
- e) El fortalecimiento de la identidad, la soberanía y la seguridad de la patria.
- f) La educación crítica para recibir, buscar, utilizar y seleccionar, apropiadamente, la información adecuada para el desarrollo humano emitida por los medios.

ARTÍCULO 60.- Programa informativo

El que difunde información sobre personas o acontecimientos nacionales o internacionales de una forma imparcial, veraz y oportuna.

ARTÍCULO 61.- Programa de opinión

El que da a conocer formas de pensar, de opinar, emisión de criterios, ideas o juicios de valor sobre las personas, las instituciones públicas o privadas y los temas o sucesos nacionales o internacionales, entre otros.

ARTÍCULO 62.- Programa recreativo o deportivo

Los que se refieren a la recreación, el entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios, siempre que no califique dentro de ninguno de los anteriores programas.

ARTÍCULO 63.- Programa mixto

El que se combine con cualquiera de los mencionados.

ARTÍCULO 64.- Regularidad y continuidad

Los diferentes medios deberán asegurar la regularidad y la continuidad de las transmisiones y el cumplimiento de los horarios de programación.

CAPÍTULO II**HORARIOS****ARTÍCULO 65.- Horario todo público**

Comprendido desde las seis de la mañana y hasta las siete de la noche. Se pueden difundir mensajes y programas aptos para los niños, las niñas y los adolescentes que no ameriten supervisión de sus madres, padres o de quien asuma la responsabilidad de cuidado en ese momento.

ARTÍCULO 66.- Horario bajo vigilancia

Comprendido entre las cuatro de la mañana y las seis de la tarde, y desde las siete de la noche hasta las doce de la noche. La programación y los mensajes difundidos en el transcurso de estos horarios o lapsos requerirá, por parte de los medios, la indicación de que en caso de ser recibidos por los niños, las niñas y los adolescentes se hace prioritaria la vigilancia y la supervisión de su padre, madre o quien tenga a cargo en ese momento el cuidado y la responsabilidad.

ARTÍCULO 67.- Horario solo adultos

Está restringido desde las cero horas (medianoche) y las cuatro de la mañana. Los programas, los mensajes y los anuncios son exclusivos por su contenido solo para personas mayores de dieciocho años en adelante.

CAPÍTULO III**LIMITACIONES****ARTÍCULO 68.- Todo horario**

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

De conformidad con esta ley y en relación con los elementos clasificatorios y los tipos de programas y horarios, en el presente capítulo se determina lo siguiente:

En el horario “todo público” se prohíbe la difusión de los mensajes que contengan:

- a) Elementos de lenguaje tipo B y C.
- b) Elementos de salud tipo B, C y D.
- c) Elementos sexuales tipo B, C y D.
- d) Elementos de violencia tipo C, D y E.
- e) Mensajes que atenten contra la formación integral de los niños, las niñas y los adolescentes
- f) Mensajes con orientación o consejos de cualquier índole que inciten al juego de invite y azar.
- g) Publicidad de juegos de invite y azar o loterías, salvo que sean benéficas de ayuda humanitaria debidamente aprobadas o las oficiales de la Junta de Protección Social de San José y bingos de la Cruz Roja.
- h) Publicidad de productos y servicios de carácter sexual, salvo los dirigidos a promover la salud sexual y reproductiva.

En el horario “todo público” se permite la difusión de hasta dos horas de radionovelas o telenovelas que mantengan las restricciones de los elementos correspondientes a ese horario.

ARTÍCULO 69.- Bajo vigilancia

En el horario “bajo vigilancia” se prohíbe:

- a) Difusión de mensajes que contengan elementos de lenguaje C.
- b) Elementos de salud tipo D.
- c) Elementos sexuales tipo D.
- d) Elementos de violencia tipo E.

En el horario “bajo vigilancia” se permite la difusión de radionovelas o telenovelas que mantengan las restricciones de los elementos correspondientes a ese horario.

ARTÍCULO 70.- Dispensación

Durante los horarios “todo público” y “bajo vigilancia”, cuando se trate de mensajes en vivo y directo se permiten descripciones gráficas o imágenes de violencia real, si ello es indispensable para la comprensión de la información, la protección de la integridad física de las personas o como consecuencia de situaciones imprevistas, en las cuales no se pueda evitar su difusión. Las descripciones gráficas o imágenes deberán ajustarse a los principios éticos del periodismo en cuanto al respeto a la dignidad humana, tanto de los usuarios como de aquellas personas que son objeto de la información; no se permite el uso de técnicas amarillistas como deformación del periodismo que afecte el derecho de los usuarios a ser correctamente informados, de conformidad con la legislación correspondiente, y en ningún caso podrán ser objeto de exacerbación, trato morboso o énfasis sobre detalles innecesarios.

CAPÍTULO IV**PUBLICIDAD-PROPAGANDA-PROMOCIONES**
ARTÍCULO 71.- Tiempos de propaganda

Se ordenan los espacios dedicados por los medios a la propaganda, la publicidad y las promociones, incluidos los programas en vivo de la siguiente manera:

- a) Dichos espacios no podrán excederse en más de quince minutos por cada hora de transmisión.
- b) Los quince minutos dedicados a la materia del inciso anterior podrán dividirse en un máximo de cinco fracciones; sin embargo, en los programas de origen o procedencia ajena o extranjero podrá mantenerse el mismo patrón de interrupciones. Debido a la estructuración y los sistemas empleados en los programas deportivos o de espectáculos podrán también ajustarse al modelo respectivo.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- c) La publicidad por inserción solo podrá realizarse durante la difusión en vivo y directo de los programas recreativos sobre eventos deportivos o espectáculos, siempre que no perturbe la visión de estos y no ocupe más de una sexta parte de la pantalla.
- d) En aquellos programas recreativos sobre eventos deportivos o espectáculos que, por su naturaleza y duración reglamentaria, requieran un patrón de interrupción distinto. El tiempo total de publicidad por inserción no podrá exceder de quince minutos por hora de trasmisión.
- e) De ninguna manera, sin excepciones, las interrupciones durante los programas podrá exceder de diecisiete minutos.
- f) La publicidad clasificada como info-comercial no podrá excederse en ningún caso más del diez por ciento (10%) de la programación diaria, ni tampoco durante su difusión podrá ser interrumpida por otro tipo de publicidad.
- g) Durante el horario todo público y bajo vigilancia, la difusión de info-comerciales no podrá de ninguna manera exceder los quince minutos de duración.

ARTÍCULO 72.- Prohibiciones

Está prohibida la publicidad sobre:

- a) Cigarrillos y derivados del tabaco.
- b) Bebidas alcohólicas y demás especies que en relación con esta materia regulen o no otras normativas y las previstas en la legislación sobre el mismo tema.
- c) Sustancias estupefacientes o psicotrópicas prohibidas por la ley respectiva.
- d) Servicios profesionales prestados por personas que no posean o cumplan los requisitos o condiciones exigidos por la ley.
- e) Bienes, servicios o actividades cuya difusión haya sido prohibida o restringida, de forma temporal o permanente, por motivos de salud pública o garantía de los derechos de las personas, por la ley, las autoridades competentes o no haya sido autorizada, según el caso.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- f) Juegos de envite y azar que denigren el trabajo como hecho social y proceso fundamental para alcanzar los fines del Estado, o en los cuales participen niños, niñas o adolescentes, excepto que se trate de rifas benéficas por motivo de ayuda humanitaria
- g) Bienes o servicios dirigidos a los niños, las niñas o los adolescentes que muestren o utilicen elementos de violencia regulados en esta ley.
- h) Armas, explosivos y bienes o servicios relacionados o similares a los anteriores.

ARTÍCULO 73.- Fondos benéficos

La publicidad sobre la recolección de fondos con fines benéficos directos de recursos económicos o materiales, o mediante la compra de un bien o servicio, deberá identificar claramente la persona natural o jurídica que administrará los fondos y la labor social a la que serán destinados.

ARTÍCULO 74.- Tarifas sobre cuota

La publicidad de los números telefónicos de las tarifas con sobre cuota deberá expresar, claramente, la naturaleza y el objeto del servicio ofrecido. El costo por minuto de la llamada deberá estar indicado por lo menos en un cincuenta por ciento (50%) de la proporción visual del número telefónico anunciado y a la misma intensidad de audio, cuando sea anunciado verbalmente.

ARTÍCULO 75.- Transparencia

No está permitida la publicidad que no identifique, clara y explícitamente, el bien o servicio objeto de esta, que emplee las mismas frases, los lemas, las melodías o los acordes musicales, las imágenes, los logotipos, los símbolos, los emblemas, los signos distintivos y, en general, cualquier sonido o imagen que relacione un bien, servicio o actividad con otra cuya difusión haya sido prohibida, restringida o no autorizada. Además, la difusión de mensajes donde se utilice la fe religiosa, los cultos y/o creencias con fines comerciales, de conformidad con esta ley.

ARTÍCULO 76.- Publicidad por emplazamiento

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

No está permitida la publicidad por emplazamiento, excepto en eventos deportivos y que no se trate de los servicios y productos contemplados en los incisos del artículo setenta y dos de esta ley, o con la intención de defraudar la ley.

ARTÍCULO 77.- Campañas de intriga

Cuando se trate de campañas de publicidad denominadas de intriga, se deberán tomar todas las medidas pertinentes para hacer conocer al consumidor oportunamente el bien o servicio objeto de la campaña. Los requisitos y la oportunidad de este tipo de campañas serán fijados mediante normas técnicas.

ARTÍCULO 78.- Restricción propagandística

No está permitida la propaganda anónima, por emplazamiento o por inserción, salvo situaciones que, conforme al espíritu de esta ley y sin apartarse de ella, se regule la reglamentación.

ARTÍCULO 79.- Servicios por suscripción

En servicios de difusión por suscripción no se permite la publicidad de productos contemplados en los incisos a), b), c) y h) del artículo 72.

ARTÍCULO 80.- Restricciones anexas

En otros casos no permitidos en este capítulo, la ARMA, previa consulta, fijará las condiciones de restricción o flexibilización que sean necesarias o resulten pertinentes.

ARTÍCULO 81.- Utilización de términos alusivos a la nación

En cualquier tipo de publicidad se prohíbe terminantemente y así se transfiere al Código Electoral lo siguiente:

- a) La utilización de la frase “Costa Rica”, que pretenda identificar una posición política con la patria, por ejemplo, “vote por Costa Rica”; “vote por (nombre del partido)”; “Costa Rica, usted y nosotros uno solo somos”, o en clara alusión a los colores patrios como “en Costa Rica todo es (color de la bandera del partido político)”, etc.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- b) La restricción planteada en este artículo será aplicada a toda clase de institución, gubernamental o privada, empresas y partidos políticos.
- c) La reglamentación correspondiente interpretará, conforme al espíritu de esta ley, la clara despolitización partidaria y gubernamental en tal sentido.

En materia de publicidad política deberán los medios ajustarse a lo que en su defecto indique el Código Electoral.

ARTÍCULO 82.- Entidades públicas y privadas

La prohibición publicitaria del artículo anterior se aplica también a las entidades públicas o privadas de toda índole y productos de cualquier especie.

ARTÍCULO 83.- Nivel de volumen

Toda la publicidad debe difundirse con el mismo volumen de audio de la programación.

ARTÍCULO 84.- No discriminación

Ningún tipo de publicidad hará discriminaciones de raza, etnia, género, orientación sexual, ideología, asuntos socio-económicos o de nacionalidad, entre otros. La publicidad no menoscabará la dignidad humana, no ofenderá las convicciones morales o religiosas y no inducirán a comportamientos perjudiciales para el ambiente o la salud física y moral de los niños, las niñas y los adolescentes.

ARTÍCULO 85.- Niños y propaganda

La publicidad destinada a los niños, las niñas y los adolescentes no debe incitar a la compra de productos explotando su inexperiencia y credulidad

ARTÍCULO 86.- Utilización de profesionales en la publicidad

Los anuncios, los avisos y los mensajes publicitarios que promocionan tratamientos estéticos y/o actividades vinculadas al ejercicio profesional en el área de la salud deberán contar con la autorización de la autoridad competente

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

en su ramo y poder ser difundidos. Además, estos serán de conformidad con las restricciones legales que afecten a esos productos o servicios.

ARTÍCULO 87.- Diferencia entre publicidad y programación

Para diferenciar entre publicidad y programación al inicio y al final de cada tanda publicitaria los medios utilizarán su logo.

ARTÍCULO 88.- Respeto profesional

La difusión publicitaria debe respetar las incumbencias profesionales.

ARTÍCULO 89.- Regulación publicitaria en servicios por suscripción

En los casos de servicios por suscripción la publicidad se regula de la siguiente manera:

- a) En el canal o en la señal de generación propia un máximo de ocho minutos por hora de programación.
- b) En otras señales que no sea la de generación propia seis minutos por hora de programación.
- c) En los casos de señales que llegan al televidente por medio de dispositivos que obligan a un pago adicional no incluido en el servicio básico está prohibida todo tipo de publicidad.

ARTÍCULO 90.- Publicidad en programas culturales

La publicidad inserta en los programas de carácter cultural en vivo e, implícitamente, cuando se trate de obras artísticas audiovisuales de unidad argumental deberán contar con la respectiva autorización, regulación y condiciones de la autoridad respectiva o el ministerio correspondiente.

ARTÍCULO 91.- Autorizaciones no incluyen programación

En los tiempos máximos autorizados no se incluye la promoción de la programación propia.

ARTÍCULO 92.- Programas de venta por televisión y autorizaciones

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Los programas dedicados exclusivamente a la tele-venta, promoción o publicidad de productos y servicios deben contar con la autorización de la autoridad respectiva.

ARTÍCULO 93.- Condiciones para las promociones

La reglamentación respectiva establecerá las condiciones para la inserción de promociones, patrocinios y publicidad dentro de los programas.

ARTÍCULO 94.- Tiempo y mensajes institucionales

El tiempo utilizado para la difusión de los mensajes institucionales no será computado dentro de los quince minutos previstos para la publicidad y la propaganda regulados en esta ley. Sin embargo, sí serán contabilizados dentro de los diecisiete minutos de interrupciones.

ARTÍCULO 95.- Tiempo de infocomerciales

El tiempo de difusión de infocomerciales en horario “todo público” y “bajo vigilancia” se contemplará dentro de los quince minutos regulados en cada hora de difusión. No así en el horario adulto, donde no será considerado de tal manera.

ARTÍCULO 96.- Mensajes de servicio público

Los mensajes de servicio público no serán contabilizados dentro de los diecisiete minutos de interrupción regulados en esta ley.

ARTÍCULO 97.- Deber de anunciar el tipo de programa

Se debe, previo al inicio de cada programa o cuando se trate de infocomerciales, anunciar el nombre o el tipo de programa, las advertencias sobre la presencia de elementos clasificados y si se trata de producción nacional independiente, según las normas así establecidas.

ARTÍCULO 98.- Anuncio de la programación

Al menos tres veces al día deberán los prestadores de servicios anunciar al público su programación diaria; mañana, tarde y noche respectivamente, en horario predeterminado y conocido por su regularidad e invariabilidad.

ARTÍCULO 99.- Interrupción de la programación

Solo las intervenciones gratuitas y obligatorias del Estado pueden alterar el orden en la difusión de los programas y la concordancia con sus programaciones, por razones de fuerza mayor o por la difusión de programas en vivo y directo de mensajes no previamente programados de carácter informativo.

ARTÍCULO 100.- No confusión entre programa e info-comercial

Cuando se trate de info-comerciales, durante la publicidad o propaganda, en la cual se utilicen los mismos escenarios, ambientación o elementos propios de un programa, se insertará durante toda la duración de la difusión la palabra publicidad o propaganda, según sea el caso, bien legible en un ángulo de la pantalla, con el fin de no confundir al televidente. En los casos radiales, se deberá anunciar al inicio que se trata de propaganda, publicidad u otros.

ARTÍCULO 101.- Prestadores responsables de la publicidad difundida

Para todos los casos, se entiende que conforme al espíritu de la ley los prestadores de servicios y los medios serán los únicos responsables de la publicidad que se difunda durante los horarios “bajo vigilancia” y “todo horario”. El presente artículo pretende recalcar la obligatoriedad que cada uno tiene con respecto a la limitación que determinan los elementos clasificatorios implícitos en los artículos 55, 56, 57 y 58.

ARTÍCULO 102.- Traslado de las regulaciones

Las regulaciones y las prohibiciones que en materia de publicidad y propaganda decreta esta ley se trasladan a toda normativa, leyes y códigos existentes para todos los efectos, en todos los medios, sean audiovisuales, sonoros, prensa escrita, panfletos, volantes, literaria de cualquier forma, vallas, escaparates, desplegados en aviones, hombres y mujeres anuncio, utilización de animales, objetos o en transportes de personas o bienes (terrestres, aéreos, marítimos, etcétera).

ARTÍCULO 103.- Fraude no tipificado

Cualquier comportamiento fraudulento, con cabida en este capítulo, no tipificado por esta ley, deberá trasladarse obligatoriamente al tribunal respectivo, según corresponda conforme a las leyes existentes.

TÍTULO XI

CAPÍTULO ÚNICO

SERVICIOS POR SUSCRIPCIÓN

ARTÍCULO 104.- Deber de respetar la programación

- a) No podrán los prestadores de servicios por suscripción, durante el tiempo efectivo de transmisión de un programa determinado, interrumpir, interferir o difundir mensajes distintos al contenido del programa que se transmite.
- b) Cuando por causa mayor o por cualquier otra se interrumpa la programación, los prestadores deberán descontar a sus abonados del valor pactado en la suscripción el porcentaje correspondiente al tiempo o los tiempos de suspensión del servicio.

ARTÍCULO 105.- Deber de bloquear elemento de sexo

En concordancia con los horarios establecidos, los prestatarios de los servicios de difusión por suscripción deben garantizar el bloqueo correcto de las imágenes y los sonidos de los canales que difundan elementos sexuales tipo E.

ARTÍCULO 106.- Deber de cumplir esta ley

Los prestadores de servicios por suscripción, en su señal de producción informativa propia, deberán cumplir las condiciones y el ordenamiento que esta ley establece para todos los medios de radiodifusión de imágenes y señales de audio y sonoras.

ARTÍCULO 107.- Abono social

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Los prestadores de servicios de radiodifusión por suscripción con finalidades de lucro deberán disponer de un abono social implementado en las condiciones que fije la reglamentación. Seis meses, como máximo, después de promulgada esta ley la autoridad reguladora deberá definir esta cuota.

ARTÍCULO 108.- Sin diferencias ante la ley

Con respecto a la publicidad, la propaganda, los info-comerciales y las promociones, los prestadores de servicios por suscripción deberán apegarse a la presente ley.

TÍTULO XII

CAPÍTULO ÚNICO

EL ESTADO Y LOS MEDIOS

ARTÍCULO 109.- Derechos del Estado

Debido a que los medios son de interés público, conforme al derecho de información y comunicación que tiene todo ciudadano, todos los medios difundirán, obligatoria y gratuitamente, los mensajes del Estado. Esto lo podrá hacer el Estado con solo notificarle a los medios la trasmisión de los mensajes o los comunicados previstos en esta ley u otras compatibles que se le asemejen o que se correlacionen.

La notificación puede hacerse, entre otras formas, con toda validez, ingresando con la difusión del mensaje por medio de los servicios propios administrados por el Estado.

Los mensajes serán:

- a) Culturales, educativos, informativos, preventivos de servicio público o de auxilio en situaciones críticas de emergencia nacional.
- b) No excederán en su totalidad de setenta minutos semanales, que bien se podrán fragmentar a la mejor conveniencia del Estado y el bienestar de la nación.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- c) De los setenta minutos correspondientes, mediante su oficina de comunicación, el Poder Ejecutivo podrá ceder un espacio semanal de hasta treinta minutos en un mismo día a personas de la sociedad civil.
- d) La Oficina de Información y Comunicación del Poder Ejecutivo tendrá a cargo la dirección, la organización y la planificación de los espacios, los horarios y la temporalidad de estos.
- e) Este espacio, que en adelante se llamará “voz oficial”, no podrá ser utilizado por el Estado para difundir publicidad ni propaganda de las instituciones del Estado, ni mucho menos política.
- f) Los medios por suscripción, en cualquier modalidad, no podrán interferir, de ninguna manera, la voz oficial, ni mucho menos boicotear en alguna medida la señal.
- g) Los prestadores de servicios por suscripción deben cumplir el inciso a) de este artículo por medio de un canal informativo. El inciso b) lo cumplirán por medio de los espacios publicitarios que cada canal disponga. Los setenta minutos se distribuirán entre los canales cuya señal se origine fuera del territorio nacional.

ARTÍCULO 110.- Acontecimientos, eventos y espectáculos de interés nacional

El Poder Ejecutivo determinará las medidas vía reglamento, con el fin de que aquellos derechos exclusivos para la retransmisión o la difusión televisiva de determinados acontecimientos de interés general y de cualquier naturaleza no perjudique el derecho de los ciudadanos a seguir dichos acontecimientos en directo y de manera gratuita en todo el territorio nacional. En cumplimiento de este artículo y después de la audiencia pública, el órgano respectivo elaborará un listado de acontecimientos anuales de interés general, respecto de los cuales el ejercicio de los derechos exclusivos deberá ser justo, razonable y no discriminatorio.

En la referida audiencia pública tendrán parte el defensor de los habitantes, los representantes de las contralorías ciudadanas (se crearán en esta ley), el Directorio de la ARMA y cualesquiera otras partes interesadas. Del resultado

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

final de la audiencia, en concordancia con la reglamentación y al menos con seis meses de anticipación, el órgano regulador elaborará el listado.

Contarán para el listado los siguientes criterios:

- a) Que el acontecimiento haya sido retransmitido o emitido tradicionalmente por televisión abierta.
- b) Que su realización despierte atención de relevancia sobre la audiencia de televisión.
- c) Que se trate de un acontecimiento de importancia nacional o de un acontecimiento internacional relevante con una participación de representantes costarricenses en calidad o cantidad significativa.

ARTÍCULO 111.- Forma de transmisión

Los eventos de interés relevante deberán difundirse o retransmitirse en las mismas condiciones técnicas establecidas en la presente ley.

ARTÍCULO 112.- Cesión de derechos no limita derecho a la información

La cesión de los derechos para la difusión o retransmisión, tanto si se realiza en exclusiva como si no, en el caso de actividades deportivas, no puede limitar o restringir el derecho a la información, condicionar el desarrollo normal de la competición, ni afectar la estabilidad financiera e independencia de los clubes u órganos deportivos. Los medios dispondrán de libre acceso a los recintos cerrados donde habrán de realizarse los eventos, con el fin de hacer efectivos los derechos informativos.

ARTÍCULO 113.- Ejercicio del derecho es libre de contraprestación económica

El ejercicio del derecho a la información referido en el artículo 112 de esta ley, cuando se trate de noticias o imágenes para la emisión de breves extractos libremente escogidos en programas informativos, estará libre de contraprestación económica. La duración máxima de cada acontecimiento será de tres minutos y no podrán difundirse en directo.

ARTÍCULO 114.- Las difusiones radiales

Las difusiones radiales no están sujetas a las referidas limitaciones del artículo anterior, como tampoco la difusión de acontecimientos deportivos podrá ser objeto de derechos exclusivos.

ARTÍCULO 115.- No limitaciones con radiodifusión digital

En concordancia con el enunciado del artículo 109 del presente capítulo, el Estado deberá velar, con base en ajustes necesarios, para que no se limiten los medios públicos en la radiodifusión digital. Es deber del Estado vigilar para que se den, sin dilaciones, los ajustes necesarios en la modalidad de radiodifusión digital, en procura siempre del bien común.

ARTÍCULO 116.- Operatividad de los medios comunitarios en el sistema digital

El Estado velará, obligatoriamente, por salvaguardar la capacidad operativa de los medios comunitarios en el sistema de radiodifusión digital.

TÍTULO XIII**CAPÍTULO ÚNICO****AUDIOVISUALES COMUNITARIAS****ARTÍCULO 117.- Audiovisuales sin fines de lucro**

Para los efectos de esta ley, se denominan medios de comunicación comunitaria, audiovisuales o de cualquier tipo a aquellos que tienen como fin servir a los intereses sociales, sean sonoros, visuales o impresos, cuyos servicios se brindan por televisión, radio, prensa en forma de periódico o boletín sin fines de lucro y que:

- a) Están destinados, exclusivamente, a la cultura y sus manifestaciones, con el fin de elevar el conocimiento y su provecho para el desarrollo de la nación.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- b) Están destinados a destacar, fomentar, estimular y desarrollar el folclor patrio, nuestras costumbres, las genealogías, la historia y elevar el fervor cívico.
- c) Están destinados a mostrar las diferentes manifestaciones del arte, con énfasis en lo nacional, su promoción y su enseñanza.
- d) Sean de carácter pedagógico, dedicados a la enseñanza y la instrucción, tanto académicas, técnicas como de enseñanza superior.
- e) Estén orientadas a fomentar y exacerbar los valores, los principios, la moral o el respeto a las creencias religiosas y las sanas doctrinas, según la Constitución Política de nuestro país.
- f) Sean de carácter regional y en beneficio de la comunidad.
- g) Estén dirigidas a fomentar, promocionar, enseñar y educar sobre recreación y deporte en todas las modalidades y formas, así como a formar técnicos a distancia en las diferentes disciplinas.
- h) Contengan al menos dos de los incisos anteriores.

Los medios audiovisuales comunitarios podrán financiarse mediante colaboraciones, subsidios, ayudas, donaciones, colaboraciones y amparos.

ARTÍCULO 118.- Medios indígenas

Se consideran dentro de esta categoría los pueblos autóctonos, originarios o indígenas, autorizados por esta ley, para la instalación y el funcionamiento de los medios audiovisuales, quienes serán financiados por medio de:

- a) Los recursos provenientes del presupuesto nacional mediante asignaciones específicas.
- b) Las donaciones, los legados y cualquier otra fuente de financiamiento que resulte de actos celebrados conforme a los objetivos de los medios comunitarios, culturales o deportivos sin fines de lucro y su capacidad jurídica.
- c) La venta de contenidos de producción propia.
- d) Los auspicios o patrocinios.
- e) Los recursos específicos asignados por la Conai.

ARTÍCULO 119.- Requisitos

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

Los medios a que se refiere el presente capítulo (en adelante medios comunitarios) deberán cumplir las condiciones que se establezcan mediante normas técnicas.

ARTÍCULO 120.- Deberes

Los medios ubicados en zonas fronterizas y los que estén bajo la administración del Estado en sus programaciones musicales deberán incluir al menos un setenta por ciento (70%) de música nacional. Del porcentaje mencionado al menos el treinta y cinco por ciento (35%) deberá ser folclórico. Además de los principios previstos en esta ley, los prestadores de los medios comunitarios se regirán por el principio de rendición de cuentas al país o a la comunidad donde prestan el servicio, de conformidad con la ley.

TÍTULO XIV

CENTROS DE ENSEÑANZA SUPERIOR

CAPÍTULO ÚNICO

ARTÍCULO 121.- Financiamiento

Esta ley faculta a los medios operados por los centros de enseñanza superior a:

- a) Recibir donaciones, legados y cualquier otra fuente de financiamiento que resulte de actos celebrados conforme a los objetivos de la estación universitaria de radiodifusión y su capacidad jurídica.
- b) A la venta de contenidos de producción propia.
- c) A recibir auspicios o patrocinios.

ARTÍCULO 122.- Ampliación de cobertura

Las emisoras pertenecientes a los centros de enseñanza superior nacionales pueden establecer cadenas o redes permanentes de programación entre sí, con medios comunitarios u otros de gestión estatal.

ARTÍCULO 123.- Objetivo de los medios universitarios

El objetivo fundamental de los medios universitarios deberá ser la divulgación del conocimiento científico, la extensión universitaria e incentivar la creación y la experimentación artística y cultural, por lo que sus programaciones estarán orientadas fundamentalmente en ese sentido.

ARTÍCULO 124.- Programas universitarios

Los programas de los servicios autorizados en el artículo anterior deben obedecer al proyecto pedagógico e institucional del centro educativo y deberán incluir, como mínimo, un sesenta por ciento (60%) de producción propia.

TÍTULO XV**CAPITULO ÚNICO****REGISTROS DIVERSOS****ARTÍCULO 125.- Generales**

La autoridad reguladora de los medios audiovisuales deberá llevar un registro de todos y cada uno de los actores que se movilizan en el mundo de los medios, sean estos adjudicatarios, licenciarios, concesionarios, permisionarios, operadores, prestadores, directores, presentadores, publicistas, accionistas, medios, agencias, etcétera.

Para tal efecto, y sin perjuicio de crear otros en el futuro, se constituyen los siguientes:

- a) Un registro de medios estatales, comunitarios, municipales, institucionales o universitarios y todos los de suscripción que utilicen o no el espectro.
- b) Un registro de concesionarios o permisionarios. Implica los datos que permitan identificar al concesionario, sus socios, los integrantes de los órganos de administración y fiscalización, los parámetros técnicos, las fechas de inicio y vencimiento de las autorizaciones de operación y prórrogas, las infracciones, las sanciones y todos aquellos datos o

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

elementos que sean de interés o de relevancia para asegurar la transparencia.

- c) Un registro de señales y productoras. Implica las productoras de contenidos destinados a ser difundidos por los medios, los responsables de la producción y emisión de señales empaquetadas que se difundan en el territorio nacional, así como las empresas generadoras o comercializadoras de señales o derechos para la distribución de los contenidos y los programas en los medios.
- d) Un registro de agencias y productoras de publicidad. La inscripción será obligatoria y un requisito indispensable para la comercialización de los espacios en los medios.

Debido a que los medios audiovisuales son de interés público, la autoridad respectiva deberá establecer un mecanismo adecuado para la consulta pública vía internet de cualquier registro. Estos registros y sus datos son de carácter público. La ARMA los mantendrá actualizados.

En cada uno de los diferentes registros la autoridad de aplicación, o reguladora, conforme a la respectiva reglamentación, especificará y ordenará la totalidad de los datos registrales y sus requisitos.

TÍTULO XVI

RÉGIMEN SANCIONATORIO

CAPÍTULO ÚNICO

ARTÍCULO 126.- Responsabilidad

- a) Los concesionarios de los medios son responsables de la calidad técnica de la señal y la continuidad de las transmisiones, y están sujetos a las sanciones establecidas en el presente título. En lo pertinente, será también de aplicación a las productoras de contenidos o empresas generadoras y/o comercializadoras de señales o derechos de exhibición.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- b) Las sanciones determinadas en esta ley engloban en sí y alcanzan a todos los medios audiovisuales, por suscripción o no, por difusión directa o indirecta.
- c) Las sanciones las aplicará la autoridad reguladora (ARMA) autorizada por esta ley en este capítulo y serán directamente proporcionales al tipo de medio, de tal manera que la sanción produzca el efecto esperado según el espíritu de esta ley. El fin de este inciso implica la distinta aplicabilidad de la sanción con respecto al efecto o el impacto que el tipo de medio o la envergadura de este pueda presentar.
- d) Fundamentalmente, la responsabilidad recaerá sobre quien difunde o retransmite la señal y su contenido; sin embargo esta ley será aplicada, sin excepción alguna, a todo aquel que la quebrante en cualquiera de sus extremos.
- e) Sin perjuicio de la aplicación de las sanciones previstas en la presente ley, las infracciones en materia de protección y educación al consumidor y al usuario, promoción y protección de la libre competencia, propaganda electoral y protección integral de los niños, las niñas, los adolescentes y los adultos mayores, serán sancionadas por las autoridades competentes en dichas áreas, de conformidad con las normas legales que rigen tales materias. La ARMA comunicará a las referidas autoridades la existencia de hechos cuyo conocimiento pudiera incumbirles según su competencia.

ARTÍCULO 127.- Procedimiento

Los criterios de aplicación, los conceptos de prescripción y otros al respecto estarán regidos de la siguiente manera:

- a) Instrucción inicial
- b) Aplicación de sanciones por violación a las disposiciones de la presente ley por parte de la ARMA.

- c) Los procedimientos administrativos vigentes en la Administración Pública serán de aplicación en los procesos.

ARTÍCULO 128. - Sanciones

Las infracciones cometidas a las normas o al incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente ley y sus reglamentaciones darán lugar a la aplicación de las sanciones mínimas y máximas.

1.- Para los prestadores de gestión privada con o sin fines de lucro, para los prestadores autorizados de carácter no estatal y para los concesionarios de los registros regulados en la presente ley:

- a) Prevención con referencia a las normas quebrantadas.
- b) Citación conminada.
- c) En los casos leves una multa del cero coma cinco por ciento (0,5%) al diez por ciento (10%) de la facturación de publicidad obtenida en el mes anterior a la comisión del hecho pasible de sanción.

El instrumento mediante el cual se determine la multa tendrá carácter de título ejecutivo.

- d) Suspensión de publicidad.
- e) Cesión de espacios.
- f) En los casos de faltas graves o excesivas multas desde el uno por ciento (1%) y hasta el cinco por ciento (5%) de los ingresos brutos obtenidos en el trimestre inmediatamente anterior a aquel en el cual se cometió la infracción, según corresponda al tipo de infracción.
- g) Caducidad de concesión.

Para los efectos del presente inciso—cuando se trate de personas jurídicas—los integrantes de los órganos directivos son pasibles de ser responsabilizados y sancionados.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

2.- Para los administradores de las emisoras estatales:

- a) Prevención en relación con las normas quebrantadas.
- b) Citación conminada.
- c) Multa, la que deberá ser a título personal del funcionario infractor.

El instrumento mediante el cual se determine la multa tendrá el carácter de título ejecutivo.

- d) Inhabilitación.

Las presentes sanciones no excluyen aquellas que pudieran corresponderle en virtud de su carácter de funcionario público.

Las sanciones previstas en este artículo se aplicarán sin perjuicio de otras que pudieran resultar aplicables de acuerdo con la legislación civil y penal vigente.

ARTÍCULO 129. - Graduación de sanciones

En todos los casos, la sanción que se imponga, dentro de los límites indicados, se graduará de conformidad con lo siguiente:

- a) La gravedad de las infracciones cometidas anteriormente.
- b) La repercusión social de las infracciones, teniendo en cuenta el impacto en la audiencia.
- c) El beneficio que haya reportado al infractor el hecho objeto de la infracción.

ARTÍCULO 130.- Falta leve

Se aplicará sanción de prevención con respecto a las normas quebrantadas, citación conminada, suspensión de publicidad, cesión de espacios o multa desde el uno por ciento (1%) al diez por ciento (10%) de la facturación de la publicidad obtenida en el mes anterior a la comisión del hecho, según corresponda. En los siguientes casos por considerarse falta leve:

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- a) No incorporar medidas que garanticen la integración de personas con discapacidad auditiva.
- b) No conservar el mismo nivel de intensidad de audio entre programación y comerciales, anuncios o avisos.
- c) Incumplir la obligación de identificarse durante la difusión de su programación.
- d) No recibir y responder los reclamos de los usuarios y las usuarias.
- e) No identificar las obras musicales costarricenses que se difundan.
- f) No difundir el Himno Nacional.

En general:

- g) No difundir los mensajes en idioma castellano o idiomas indígenas.
- h) El incumplimiento ocasional de las normas técnicas, en cuanto pueda afectar la calidad del servicio o las áreas de servicio establecidas para otras emisoras.
- i) El incumplimiento de las disposiciones relativas a los porcentajes de producción nacional, propia, local y/o independiente y publicidad en las emisiones de forma reiterada.
- j) El exceso del tiempo máximo permitido por el artículo 71 para los avisos publicitarios.
- k) Aquellos actos definidos como falta leve por esta ley.

La reiteración de una falta leve en un mismo año calendario será considerada como falta grave, y la continuidad de esta a lo largo del tiempo se tomará como rebeldía de parte del prestador y se considerará como falta excesiva, con las correspondientes consecuencias.

ARTÍCULO 131.- Falta grave

Se aplicará sanción de cesión de espacios, suspensión de publicidad, caducidad de la concesión, permiso o derecho de explotación o multa del uno

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

por ciento (1%) al tres por ciento (3%) de los ingresos brutos obtenidos en el trimestre inmediatamente anterior a aquel en el cual se cometió la infracción, según corresponda por ser falta grave o excesivas. En los siguientes casos por:

- a) Reincidencia del incumplimiento de las normas técnicas, en cuanto pueda afectar la calidad del servicio o las áreas de servicio establecidas para otras emisoras.
- b) Incumplimiento de las disposiciones en relación con los porcentajes de producción nacional, propia, local y/o independiente.
- c) Incumplimiento o alteración de las disposiciones relacionadas con publicidad, propaganda y promociones contenidas en los artículos consecutivos del setenta y uno al cien de forma reiterada.
- d) Quebrantar y no cumplir las normas determinadas en el horario y que no estén contempladas como faltas excesivas.
- e) Difundir publicidad de juegos de envite y azar que denigren el trabajo como hecho social y proceso fundamental para alcanzar los fines del Estado.
- f) Difundir publicidad donde se utilice la fe religiosa, cultos o creencias relacionadas con fines comerciales.
- g) Difundir publicidad en la cual se estimulen prácticas o hechos que violen la legislación en materia de tránsito y transporte.
- h) Por no garantizar el acceso, por parte de los suscriptores, a señales de los servicios de televisión abierta UHF y VHF, y televisión abierta comunitaria de servicio público, sin fines de lucro, que se reciben en las zonas donde se presta un servicio de difusión por suscripción, o de garantizar el acceso a los servicios de televisión del Estado.
- i) Por no suministrar a los suscriptores que lo soliciten las facilidades tecnológicas que permitan el bloqueo de canales contratados.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- j) Por no difundir programas dirigidos especialmente a los niños, las niñas y los adolescentes en los horarios respectivos.
- k) Por no difundir programas de producción nacional o programas de producción nacional independiente.
- l) Por no difundir obras musicales nacionales y latinoamericanas de determinarlas esta ley o su reglamento.
- m) Por variar los porcentajes de retransmisión de mensajes de otros.
- n) Por no cumplir la obligación de difundir producción comunitaria.
- o) Por no cumplir con los porcentajes de difusión diaria y el respectivo productor, según esta normativa.
- p) Por no identificar la fecha y la hora original de grabación de los registros audiovisuales de archivo.
- q) Por no cumplir el artículo 54 de esta ley con respecto a las fiestas cívicas.
- r) Por la falta de datos o su actualización en los registros.
- s) Por reincidencia en los casos de faltas leves.
- t) Por incurrir en actos definidos como falta grave por esta ley.

Las sanciones previstas en este artículo se aplicarán sin perjuicio de otras que pudieran resultar aplicables de acuerdo a la legislación civil y penal vigente.

ARTÍCULO 132.- Falta excesiva

Por ser falta excesiva, se aplicará sanción de caducidad de la concesión, permiso o derecho de explotación o multa del tres por ciento (3%) al cinco por ciento (5%) de los ingresos brutos obtenidos en el trimestre inmediatamente anterior a aquel en el cual se cometió la infracción, según corresponda en los siguientes casos, por:

- a) Difundir en el horario “todo usuario” mensajes no permitidos para ese bloque de horario o que atenten contra la formación integral de los niños, las niñas y los adolescentes.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- b)** Difundir mensajes que contengan elementos sexuales tipo E, infringiendo lo previsto en esta ley.
- c)** Difundir mensajes por medio de técnicas audiovisuales o sonoras que tengan como intención, objeto o resultado impedir o dificultar a los usuarios percibirlos conscientemente, infringiendo lo previsto en esta ley.
- d)** Difundir publicidad de cigarrillos y derivados del tabaco o de bebidas alcohólicas y demás especies, infringiendo lo previsto en esta ley.
- e)** Difundir publicidad de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, infringiendo lo previsto en esta ley.
- f)** Difundir publicidad de bienes, servicios o actividades, cuya difusión haya sido prohibida o restringida de forma temporal o permanente, por motivos de salud pública o garantía de los derechos de las personas, por la ley o las autoridades competentes, o no haya sido autorizada, según sea el caso, infringiendo lo previsto en esta ley.
- g)** Difundir publicidad de bienes o servicios dirigidos a los niños, las niñas y los adolescentes que muestre o utilice en cualquier forma la violencia, infringiendo lo previsto esta ley.
- h)** Difundir publicidad de armas, explosivos y bienes o servicios relacionados y similares, infringiendo lo previsto en esta ley.
- i)** Difundir publicidad que no identifique clara y explícitamente el bien o el servicio objeto de esta, infringiendo lo previsto en esta ley.
- j)** Difundir publicidad que emplee las mismas frases, los lemas, las melodías o acordes musicales, las imágenes, los logotipos, los símbolos, los emblemas, los signos distintivos y, en general, cualquier sonido o imagen que relacione un bien, servicio o actividad con otro cuya difusión haya sido prohibida, restringida o no autorizada, según lo previsto por esta ley.
- k)** Difundir propaganda anónima, infringiendo lo previsto en esta ley.
- l)** Difundir propaganda por emplazamiento o por inserción, infringiendo lo previsto en esta ley.
- m)** Incumplir la obligación de difundir los mensajes del Estado, según lo previsto en esta ley.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- n)** Interferir los mensajes y alocuciones del Estado, infringiendo lo previsto en esta ley.
- o)** Incumplir la obligación de garantizar el correcto bloqueo de las imágenes y los sonidos de las señales o los canales que difundan elementos sexuales tipo E, según lo previsto en esta ley.
- p)** Incumplir las decisiones de regulación o reglamentarias, en cuanto a los mecanismos y condiciones para la asignación de los espacios a los productores nacionales independientes, según lo establecido en esta ley o en su reglamento.
- q)** Incumplir la presentación de informes, según lo previsto en esta ley.
- r)** Suministrar al órgano o ente competente, de forma dolosa, grabaciones, informaciones o documentos declarados falsos por sentencia definitivamente firme.
- s)** Difundir durante el horario “todo usuario”, mensajes donde los niños, las niñas y los adolescentes actúen, representen, dramaticen o escenifiquen situaciones donde utilicen lenguaje, actitudes sexuales o violentas inadecuadas para su edad.
- t)** Difundir mensajes discriminatorios, especialmente, aquellos donde los niños, las niñas y los adolescentes sean objeto de burla, ridículo o desprecio.
- u)** Difundir durante el horario “todo usuario” mensajes que promuevan conductas que de ser imitadas por los niños, las niñas y los adolescentes puedan atentar contra la integridad física, psicológica y moral de estos, así como de cualquier otra persona.
- v)** Difundir mensajes que muestren la violencia como una solución fácil o apropiada a los problemas o conflictos humanos.
- w)** Difundir mensajes que inciten al incumplimiento del ordenamiento jurídico vigente.
- x)** Difundir mensajes que impidan u obstaculicen la acción de los órganos de seguridad ciudadana y del Poder Judicial que sea necesaria para garantizar el derecho a la vida, la salud o la integridad personal.
- y)** Difundir mensajes secretos o privados utilizando códigos de signos convenidos.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- z) Utilizar materiales previamente editados que enfatizen lo truculento, morboso o sórdido.
- aa) La emisión de obras cinematográficas cuya calificación realizada por el organismo público competente no coincida con las franjas horarias previstas en la presente ley.

Las sanciones previstas en este artículo se aplicarán sin perjuicio de otras que pudieran resultar aplicables de acuerdo con la legislación civil y penal vigente.

ARTÍCULO 133.- Caducidad de la concesión, el permiso o el derecho de explotación

Se aplicará la sanción de caducidad de la concesión, el permiso o el derecho de explotación en caso de:

- a) Realización de actos atentatorios contra el orden constitucional de la nación o la utilización de los servicios de comunicación audiovisual para proclamar e incentivar la realización de tales actos.
- b) El incumplimiento grave o reiterado de esta ley o de sus respectivas reglamentaciones.
- c) Reiteración en la alteración de los parámetros técnicos que provoquen interferencia a frecuencias asignadas con fines públicos.
- d) Fraude en la titularidad de la concesión, permiso o derecho de explotación.
- e) La condena en proceso penal del proveedor, de cualquiera de los socios, los directores, los administradores o los gerentes de las sociedades concesionadas o autorizadas por la autoridad correspondiente.
- f) La reincidencia en la comisión de infracciones calificadas como falta grave por esta ley.

ARTÍCULO 134. - Responsabilidad

Los prestadores o concesionarios de un medio audiovisual, los integrantes de sus órganos directivos y los administradores de los medios de comunicación audiovisual estatales serán responsables del cumplimiento de las obligaciones emanadas de esta ley y su reglamentación.

ARTÍCULO 135.- Asociación para delinquir

Eventualmente, de sospecharse o demostrarse la asociación de varios o el concurso de varias personas físicas o jurídicas para fraguar, elaborar o montar, se concrete o no, calculada o premeditadamente alguna forma de delinquir o burlar esta ley, se tipificará dicha sociedad como “asociación ilícita” y se enviará copia del expediente con las pruebas respectivas al Ministerio Público, para lo que corresponda.

En el caso señalado en el presente artículo, sin perjuicio de lo que acontezca en los respectivos tribunales, la infracción relativa con audiovisuales será analizada, tratada y dictaminada por la ARMA.

ARTÍCULO 136.- Graduación de sanciones

En todos los casos, la sanción que se imponga, dentro de los límites indicados, se graduará teniendo en cuenta lo siguiente:

- a) La gravedad de las infracciones cometidas anteriormente.
- b) La repercusión social de las infracciones, teniendo en cuenta el impacto en la audiencia.
- c) El beneficio que haya reportado al infractor el hecho objeto de la infracción.
- d) A los prestadores de servicios por suscripción, en caso de reincidencia, al infringir cualquiera de los supuestos contemplados en este capítulo, la multa les será incrementada en un cincuenta por ciento (50%), por una vez.

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

e) En los casos en que se aplique la sanción de cesión de espacios para la difusión de los mensajes culturales y educativos, estos no podrán ser inferiores a cinco minutos ni superiores a treinta minutos, según lo determine la autoridad reguladora de los medios.

ARTÍCULO 137. - Publicidad de las sanciones

Las sanciones serán públicas y, en razón de la repercusión de la infracción cometida, podrán llevar aparejada, por parte del infractor, la obligación de difundir la parte resolutive de estas en un diario de circulación nacional y en un medio audiovisual de cobertura nacional.

ARTÍCULO 138. -Jurisdicción

Una vez agotada la vía administrativa, las sanciones aplicadas podrán ser recurridas ante los tribunales correspondientes con competencia en materia contencioso-administrativa y en la jurisdicción de la emisora.

La interposición de los recursos administrativos y de las acciones judiciales previstas en este artículo no tendrá efecto suspensivo, salvo en el caso de caducidad de la licitación o del derecho de explotación, en el que deberán analizarse las circunstancias del caso.

ARTÍCULO 139. - Caducidad de la licencia

Al declararse la caducidad de la concesión o del derecho de explotación, la autoridad correspondiente podrá, después de treinta días de estar firme la sanción, efectuar un nuevo llamado a concurso. Hasta tanto se adjudique la concesión, o el nuevo derecho de explotación, la autoridad correspondiente se hará cargo de la administración del medio. Si el concurso se declara desierto, el medio deberá cesar sus emisiones. Los equipos destinados al funcionamiento no podrán ser desafectados de dicho uso por su propietario mientras no se produzca el cese de emisiones.

ARTÍCULO 140. – Inhabilitación

La sanción de caducidad inhabilita al medio y a los integrantes de sus órganos directivos por el término de cinco años para ser titular de licencias, socios o

integrar los órganos de conducción social de un concesionario o permisionario de servicios contemplados en la presente ley.

ARTÍCULO 141. – Prescripción

Las acciones para determinar la existencia de infracciones a la presente prescribirán a los cinco años de cometidas.

ARTÍCULO 142.- Medios ilegales

Serán declarados ilegales los medios que emitan señales no autorizadas y así sean sorprendidos.

La ilegalidad será declarada por la ARMA, que conminará al titular del medio declarado ilegal al cese inmediato de la emisión y al desmantelamiento de las instalaciones afectadas a la transmisión.

ARTÍCULO 143.- Incautación

Los medios comprendidos en el artículo 141 que no hayan dado cumplimiento efectivo a lo dispuesto por la autoridad reguladora serán pasibles de la incautación y al desmantelamiento de las instalaciones afectadas a la emisión.

Dicha ejecución la realizará la Fuerza Pública mediante el correspondiente mandamiento librado por el juez competente.

ARTÍCULO 144. – Inhabilitación

Quienes resulten responsables de la conducta tipificada en el artículo 139 serán inhabilitados por el término de cinco años, contados a partir de la declaración de ilegalidad, para ser titulares, socios o integrar los órganos de conducción social de un concesionario o permisionario de servicios contemplados en la presente ley.

TÍTULO XVII**CAPÍTULO ÚNICO****NOTIFICACIONES Y TÉRMINOS****ARTÍCULO 145.- Norma procedente**

Para todo lo no dispuesto en esta ley, en relación con las notificaciones y los términos, se debe acudir y proceder conforme a la Ley N.º 6227, Ley General de la Administración Pública, de 2 de mayo de 1978, y sus reformas.

TÍTULO XVIII**DISPOSICIONES DEROGATORIAS Y FINALES****CAPÍTULO I****ARTÍCULO 146.- Derogatoria**

Se deroga la Ley N.º 7440, Ley General de Espectáculos Públicos, Materiales Audiovisuales e Impresos, de 11 de octubre de 1994.

ARTÍCULO 147.- Derogatoria de inciso

Se deroga el inciso g) del artículo 11 de la Ley N.º 1758, Ley de Radio, de 19 de junio de 1954.

ARTÍCULO 148.- Producto de las multas

El producto de las multas por la aplicación de esta ley irá a la caja única del Estado, de donde se girará a la Autoridad Reguladora de los Medios Audiovisuales, ARMA, para ser destinado a la adquisición de los bienes y los servicios necesarios para el cumplimiento de esta ley.

ARTÍCULO 149.- Micit y readecuación

El Ministerio de Ciencia y Tecnología, Micit, por haber absorbido al Departamento Nacional de Control de Radio, deberá realizar la reestructuración

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

para adecuarse a las nuevas competencias que se deriven de la aplicación de la presente ley y demás normativas relacionadas con esta.

ARTÍCULO 150.- Contralorías

Las alcaldías cantonales deberán difundir en sus municipios el objeto y los alcances de esta ley, con el fin de que la ciudadanía sea parte activa en la conformación de las contralorías, de conformidad con esta ley.

Contados sesenta días como máximo, después de la entrada en vigencia de esta ley, el alcalde municipal hará convocatoria pública, con el fin de hacer las convocatorias de barriada, no así las subsiguientes.

Los consejos municipales, las alcaldías municipales y todas las autoridades municipales facilitarán copias de esta ley a los miembros de las contralorías, y les facilitarán los insumos necesarios para su funcionamiento, conforme a las normas de esta Ley.

Para lo normado en el inciso j) del artículo 31 de esta ley, conformadas las contralorías, la ARMA les solicitará, por cantón, los nombres de los ciudadanos que integrarán los órganos auxiliares o las comisiones que coadyuvarán junto a ella en el control y la calificación de los medios y los espectáculos públicos.

ARTÍCULO 151.- Incentivo

Cumplidos los cinco años de funcionamiento de la ARMA y después de los estudios, los informes y las auditorías realizadas por la Sutel, la Contraloría General de la República podrá dar el aval para que el Poder Ejecutivo autorice algún grado de incentivo económico a favor de los miembros de la ARMA.

ARTÍCULO 152.- Incertidumbre legal

Esta ley dispone que cualquier irregularidad, actividad o aptitud que:

- a) Se desarrolle en el ámbito de los audiovisuales, espectáculos públicos o afines, no articulada ni tipificada dentro del marco de esta ley u otras normativas nacionales, se ventile, instruya, resuelva y juzgue a la par del derecho comparado, de tal forma que se imponga el imperio de la justicia y el bien común no sea burlado

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

- b) Se sustente en ideas, asuntos o materiales pertenecientes a los audiovisuales, espectáculos públicos o afines, no articulada ni tipificada dentro del marco de esta Ley u otras normativas nacionales, se ventile, instruya, resuelva y juzgue a la par del derecho comparado, de tal forma que se imponga el imperio de la justicia y el bien común no sea burlado

- c) Evidentemente se denote, perciba, encuentre u observe asida, aprehendida o enlazada de alguna manera al universo de los audiovisuales, espectáculos públicos o afines, no articulada ni tipificada dentro del marco de esta ley u otras normativas nacionales; se ventile, instruya, resuelva y juzgue a la par del derecho comparado, de tal forma que se imponga el imperio de la justicia y el bien común no sea burlado

ARTÍCULO 153.- Ley de orden público

Esta ley es de orden público y deroga las que resulten incompatibles con su aplicación.

ARTÍCULO 154.-Identificación

Los miembros de la ARMA, del Comité superior y de los órganos cantonales auxiliares tendrán libre acceso a los espectáculos públicos, de cualquier índole, para lo cual serán acreditados con un carné de identificación emitido por la Sutel.

ARTÍCULO 155.- Periodo electoral

A partir de la convocatoria a elecciones para presidente, vicepresidentes y diputados de la República y hasta la declaratoria oficial, los setenta minutos semanales de la “voz oficial”, implícita en esta ley, serán cedidos al Tribunal Supremo de Elecciones para instruir sobre los temas cívico-culturales y enriquecer el proceso democrático de la siguiente manera:

- a) Treinta minutos le corresponderán propiamente al Tribunal Supremo de Elecciones para informar, instruir, formar, educar, capacitar a la

ÁREA DE SERVICIOS FILOLÓGICOS

ciudadanía, con el fin de que se eleven el fervor cívico y el deseo de participación.

- b) Cuarenta minutos los distribuirá el Tribunal Supremo de Elecciones a lo largo del proceso, equitativamente y por sorteo entre los diferentes partidos políticos inscritos a escala nacional que participan con candidatos a la Presidencia de la República, con el fin de que difundan sus programas y presenten a sus candidatos.

El Tribunal Supremo de Elecciones podrá, mediante consenso con los partidos que gocen de ese derecho, fraccionar esos tiempos para antes de la Navidad, el saludo de año nuevo y en la recta final del proceso.

Los partidos políticos no podrán utilizar dichos espacios para difundir publicidad ni propaganda.



CAPÍTULO II

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

TRANSITORIO I.- La obligación prevista en la presente ley, relacionada con la difusión de dos horas de radionovelas o telenovelas en los horarios “todo público” y “bajo vigilancia”, respectivamente, conforme al porcentaje de producción nacional allí establecido, será exigible dentro del lapso de los seis meses, contados a partir de la entrada en vigencia de esta ley, de conformidad con las normas técnicas respectivas.

TRANSITORIO II.- La obligación prevista en la presente ley, en relación con la incorporación de los subtítulos y otras medidas necesarias en los programas que difundan, con el fin de garantizar la integración de las personas con discapacidad auditiva, será exigible gradualmente dentro del lapso de tres años, contados a partir de la entrada en vigencia de esta ley, de conformidad con las normas técnicas respectivas.

TRANSITORIO III.- Se harán exigibles a partir de los tres meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley las obligaciones referentes a:

- a) La difusión de mensajes durante el horario “todo público”, relacionadas con los elementos de lenguaje tipos B y C; elementos de salud tipos B, C y D; elementos sexuales tipos B, C y D y elementos de violencia tipos C, D y E; así como, los relacionadas con los juegos de envite y azar, loterías, tiempo máximo de transmisión de las radionovelas y telenovelas.
- b) Los mensajes que se difundan durante el horario “bajo vigilancia”, relacionadas con los elementos de lenguaje tipo C; elementos de salud tipo D; elementos sexuales tipo D y elementos de violencia tipo E.
- c) Propaganda de producción nacional, música de folclor nacional y música latinoamericana.
- d) La publicación de guías, los anuncios de programas y la difusión de programas de acuerdo con los anuncios y las guías.

TRANSITORIO IV.- A los seis meses, contados a partir de la publicación de esta ley, los medios y todos los actores mencionados en esta ley deberán cumplir las normas con respecto a la publicidad por emplazamiento, la publicidad en los servicios de televisión por suscripción, las relacionadas con el bloqueo de canales contratados y aquellos canales que difundan elementos sexuales tipo E en los servicios de televisión por suscripción, así como las que regulan el porcentaje de publicidad nacional.

De igual modo, en seis meses se exigirá un cincuenta por ciento (50%) del mínimo requerido de producción nacional en los horarios “todo público”, “bajo vigilancia” y al menos una hora y media de programas especialmente dirigidos a los niños, las niñas y los adolescentes en horario “todo público”.

TRANSITORIO V.- Al año de entrada en vigencia esta ley, se exigirán las obligaciones siguientes:

- a) Tres horas de programas especialmente dirigidos a los niños, las niñas y los adolescentes en horario “todo público”.
- b) Siete horas de programas de producción nacional en horario “todo público”, y tres horas de programas de producción nacional en horario “bajo vigilancia”.

TRANSITORIO VI.- La producción nacional independiente prevista en esta ley, se exigirá en los siguientes términos:

- a) A los nueve meses, contados a partir de la entrada en vigencia de esta ley, difusión mínima de una hora diaria durante el horario “todo público” y de una hora durante el horario “bajo vigilancia”.
- b) A los doce meses, contados a partir de la entrada en vigencia de esta ley, la difusión mínima diaria será de dos horas durante el horario “todo público” y de una hora en el horario “bajo vigilancia”.
- c) A los dieciocho meses, contados a partir de la entrada en vigencia de esta ley, la difusión mínima diaria será de tres horas durante el horario “todo público” y de una hora y media en el horario “bajo vigilancia”.
- d) A los veinticuatro meses, contados a partir de la entrada en vigencia de esta ley, la difusión mínima diaria será de cuatro horas durante el horario “todo público” y de una hora y media en el horario “bajo vigilancia”.

TRANSITORIO VII.- Durante los primeros seis meses de la entrada en vigencia de esta ley y, en tanto no estén constituidas las contralorías previstas en esta ley, la ARMA funcionará con diecinueve miembros.

TRANSITORIO VIII.- Para que se cumpla el plazo que dicta esta ley y esté instalada la Autoridad Reguladora de los Medios Audiovisuales, ARMA, los diferentes ministros y los otros órganos o instituciones con representación en la ARMA presentarán ante el Poder Ejecutivo las designaciones de sus representantes.

TRANSITORIO IX.- En un plazo máximo de cuarenta y cinco días naturales, contados a partir de la entrada en vigencia de esta ley, el Poder Ejecutivo deberá efectuar la instalación de la ARMA.

Esta ley rige noventa días después de su publicación.

Justo Orozco Álvarez
DIPUTADO