



Oficio Nro. SUPERCOM-Z4-DIZ-0094-2016

Portoviejo, 04 de julio de 2016

Asunto: Suspensión de publicidad

Señor
Pedro Zambrano Lapenta
GERENTE GENERAL
EL DIARIO EDIASA S.A
En su Despacho

De mi consideración:

En virtud de mis atribuciones como Intendente de la Información y Comunicación Zonal 4 Pacífico, según lo establecido en los artículos 204, 213 y 384 de la Constitución de la República, 55 y 56 de la Ley Orgánica de Comunicación, y de conformidad con la Resolución Nro.- 013-SUPERCOM-2014, del 23 de enero de 2014, me permito exponerle lo siguiente:

Del proceso de verificación y seguimiento realizado por la Dirección de Vigilancia y Control de Medios al medio de comunicación El Diario EDIASA S.A., el 28 de junio de 2016, se desprende lo siguiente:

"(...) 2. Antecedentes:

(...) En la edición del 25 de junio del 2016, El Diario editó y circuló un inserto conmemorativo de 40 páginas por los 192 años de provincialización de Manabí. En dicho inserto se detectó un total de 64 anuncios publicitarios identificados con la letra P, uno de ellos hacía referencia a una bebida de tipo alcohólica identificada como Caña Manabita.

(...) En tal virtud, se realiza una verificación (...) y se detecta que el medio ha publicitado la referida bebida alcohólica en seis ocasiones durante los últimos 7 meses (diciembre 2015-junio 2016)".

En esta sexta ocasión, este medio ha desobedecido una disposición de la Intendencia de la Información y Comunicación Zonal 4-Pacífico, como autoridad competente, que mediante oficio Nro. SUPERCOM-Z4-DIZ-0365-2015 ordenó suspender toda publicidad de bebidas alcohólicas, el 08 de diciembre de 2015.

La Ley Orgánica de Comunicación, vigente desde el 25 de junio de 2013, establece en el artículo 94 que: "La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales. Se prohíbe la publicidad engañosa, así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas. (...)

El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando esta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo Superintendente o por juez competente, en las condiciones que determina la ley."

En esta misma línea, el Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, en el artículo 59 estipula "La prohibición de realizar publicidad o propaganda establecida en el Artículo 94 de la Ley Orgánica de Comunicación se extiende, de manera general, a todo tipo de publicidad impresa o audiovisual, a aquella que es fija o móvil, que se difunda por los medios de comunicación social definidos en el Artículo 5 de la Ley y, particularmente, a la que se difunde por los medios o canales alternativos.

Las restricciones señaladas en el presente artículo se sujetarán a las siguientes reglas:

(...)2. La publicidad y promoción de bebidas alcohólicas y cigarrillos estará permitida únicamente al interior de los lugares donde se comercializa el producto y de acceso exclusivo para mayores de edad. Los establecimientos afectados por esta disposición son exclusivamente responsables por el conocimiento y por la estricta observancia de la normativa vigente aplicable y la que se expida para tal propósito."

Normativa que tiene sustento en el artículo 19 de la Constitución del Ecuador que establece "La Ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de



Oficio Nro. SUPERCOM-Z4-DIZ-0094-2016

Portoviejo, 04 de julio de 2016

comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos". El artículo 71.7 de la Ley Orgánica de Comunicación, sobre las responsabilidades comunes de los medios de comunicación, contempla: "Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas".

La base de la actual línea de los derechos Humanos y el Estado de Derecho, se encuentra consagrada en la Declaración de los Derechos del Hombre, enunciados desde la Revolución Francesa, donde estipulaba "La ley sólo tiene derecho a prohibir los actos perjudiciales para la sociedad. Nada que no esté prohibido por la ley puede ser impedido, y nadie puede ser constreñido a hacer algo que ésta no ordene". Ante esto, citamos al jurista Carlos Fernández Sessarego, quien sostiene que "Todo está permitido, salvo aquello que prohíba expresamente el ordenamiento jurídico o que atente contra el orden público o las buenas costumbres" aplicando un axioma jurídico básico, estructural, que como lo he indicado es la función principal del Derecho.

Al transcribir la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación, y como es de conocimiento del largo estudio del derecho, esta (la ley) debe ser entendida, a *prima facie*, de manera gramatical; esto es aquello que el autor, en uso de la hermenéutica y la axiología jurídica, intenta decir a los administrados.

El Código Civil vigente define a la ley como "(...) una declaración de la voluntad soberana que, manifestada en la forma prescrita por la Constitución, **manda, prohíbe o permite**. Son leyes las normas generalmente **obligatorias** de interés común" (las negrillas son de mi autoría).

Para Guillermo Cabanellas, el orden jurídico determina como prohibición "(...) Además de mandato de no hacer, significa vedamiento o impedimento en general".

Por lo expuesto, dispongo suspender toda la publicidad de bebidas alcohólicas por ser un mandato legal establecido en el artículo 94 de la Ley Orgánica de Comunicación y el artículo 59 del Reglamento General, en concordancia con los derechos de la Comunicación e Información Constitucionalmente determinados, donde se **prohíbe** la difusión de cualquier publicidad de bebidas alcohólicas de manera taxativa y de obligatorio cumplimiento.

Atentamente,


Fernanda Francisca Hidalgo Franco
INTENDENTA ZONAL 4

FFHF



MEDIOS EDIASA S.A.
RECIBIDO
Fecha: 04/07/2016 Hora: 13:58
Firmado: [Handwritten Signature]