



MISION PERMANENTE DE HONDURAS
GINEBRA, SUIZA

MH-OACDH-S/34-14

La Misión Permanente de Honduras ante la Oficina de las Naciones Unidas y otros Organismos Internacionales con sede en Ginebra saluda muy atentamente a la Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los derechos Humanos, y tiene el honor de presentar las respuestas escritas del Gobierno de la República de Honduras en relación a la resolución 19/6 del Consejo de Derechos Humanos para explorar el impacto de la publicidad y marketing sobre el goce de los derechos culturales.

La Misión Permanente de Honduras aprovecha la oportunidad para expresarle a la Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los derechos Humanos las muestras de su más alta y distinguida consideración.



Ginebra, 13 de marzo de 2014

Oficina del Alto Comisionado de
Naciones Unidas para los derechos Humanos

Anexo: Lo anunciado

Tel: +41-22-7100760
Fax: +41-22-7100766

23 Avenue de France
1202 Ginebra, Suiza

mission@hondurasginebra.ch

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

En aplicación al Artículo 40 del Reglamento de Organización, funcionamiento y competencias del Poder Ejecutivo, se pronuncia en los términos siguientes:

1.- ¿Existe en su país normativas específicas sobre el contenido y los métodos de publicidad y marketing con el fin de proteger los derechos humanos? Si tal es el caso por favor indique al contenido de tales normativas. ¿La legislación se aplica también a la publicidad en Internet?

R/ No, en el país no se dispone de normativas de carácter específica para la protección de los derechos humanos relacionadas con la publicidad y marketing.

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

R/ No, como se menciona anteriormente no se dispone de una normativa aplicable

3.- ¿Los mensajes publicitarios se encuentra protegidos por las disposiciones generales sobre la libertad de expresión y/ o existe en su país una diferencia entre los mensajes comerciales y no comerciales? ¿Existen reglamentos específicos que imponen una distinción clara entre la publicidad y los otros contenidos y cuáles son los criterios que se utilizan a este fin?

R/

a) Los mensajes publicitarios si se encuentran protegidos, aunque no existen diferencias entre los anuncios de índole comercial y los no comerciales.

b) No se disponen de reglamentos específicos.

4.- Si es relevante, por favor proporcione un breve resumen de las decisiones importantes sobre la publicidad/ marketing / patrocinio y los derechos humanos adoptados por las autoridades judiciales de su país en los últimos diez años.

R/ No se puede establecer un resumen, ya que no existen decisiones de carácter legislativo judicial sobre publicidad, marketing patrocinio y los derechos humanos.

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

R/ No existe ninguna autoridad, aunque si existe un compromiso escrito de autorregulación suscrito el año recién pasado, mismo que no se manifiesta en un cambio de proceder por parte de los medios de comunicación agremiados en tres asociaciones de medios de comunicación como los son: La Asociación Nacional de Radiodifusores de Honduras ANARH, Asociación de Medios de Comunicación de Honduras AMH, Asociación de Medios Independientes ANRH.

6.- ¿Existen en su país normativas que regulan ciertos modos de publicidad o de marketing como el neuromarketing o la orientación conductual ¿Si tal es el caso, cuáles han sido los obstáculos para su adopción?

R/ No, no existen normativas de carácter general y coercitiva que regulen la publicidad Neuromarketing (mensaje subliminal).- lo que existe es compromiso de autorregulación de comunicación y publicidad.

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

R/ No, existe regulación de este tipo, cabe mencionar que los datos privados son diferentes a los datos confidenciales.

8.- Ha adoptado su país un código de normas para las investigaciones de mercado? ¿Cómo se regular este sector, en particular en materia de investigación de mercados que implique a seres humanos?

R/

a) No, excepto en el caso de carácter político, investigación de mercado de encuestas.

b) Normas de Conducta Comercial que inhiben realizar hacer uso de investigación de mercado.

9.- Por favor describa las normativas que regulan la publicidad exterior incluidos el uso de carteles o pantallas digitales en su país. ¿Cuáles son los medios de aplicación de estas normativas? Por favor indique si otras formas de comunicación como los mensajes de interés público y la creación artística, también pueden ser mostrados en el exterior, incluido en carteles o pantallas digitales y cuáles son las normativas aplicables.

R/ Publicidad Externa:

- a) La publicación en carteles y pantalla está limitada a autorización regulada en el Plan de Arbitrios de cada Municipalidad, no en su contenido, sino en tamaño, ubicación;
 - b) Medios de Aplicación Plan de Arbitrios Municipal.
 - c) Los mensajes de interés público y de creación artística son publicados en el exterior por fomento de dirección de turismo para fines de promoción turística.
-

10.- ¿Existe una legislación sobre la publicidad, el marketing y el patrocinio en las escuelas públicas y privadas (incluido en los autobuses escolares y los espacios cerca de la escuela? ¿Las empresas que patrocinan a escuelas reciben deducciones fiscales?

R/

- a) No
 - b) No
-

11.- ¿Existe una legislación sobre la publicidad en las universidades y la cooperación entre las empresas, los institutos de investigación y las universidades, en particular sobre el patrocinio de las investigaciones?

R/No existe

12.- ¿Existen medidas específicas, como por ejemplo incentivos fiscales, para fomentar el patrocinio privado de las artes? Por favor describa brevemente estas medidas. ¿Se encuentra regulado el patrocinio privado de instituciones culturales que reciben financiación pública? Si tal es el caso, por favor describa las normativas aplicables. ¿Se aplican también a los monumentos y edificios del patrocinio nacional?

R/

- a) No Existe
 - b) No, no se aplica
-