

AL PLENO DEL AYUNTAMIENTO DE JEREZ

A/A Secretaría General

D. Santiago Sánchez Muñoz, como Portavoz del Grupo Municipal GANEMOS JEREZ, expone el siguiente **RUEGO**:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Las violencias machistas tienen su origen en una intrincada estructura social y cultural con síntomas y señales en muy diversos ámbitos de nuestra vida cotidiana. La flagrante desigualdad existente entre mujeres y hombres no es un producto accidental ni inevitable en la evolución de las sociedades humanas, sino un desenlace y un método interesado contra los que debemos luchar con ahínco.

Estos patrones de desigualdad y opresión del género femenino se difunden constantemente a través de los medios de comunicación en sus innumerables variantes y soportes tecnológicos.

En este sentido la publicidad juega un papel fundamental dado que además de instrumento de consumo actúa como herramienta ideológica y una manera de percibir la realidad social, siendo la percepción de nuestra realidad social un elemento clave para el cambio social de las mujeres.

A tal efecto, España en su conjunto y Andalucía en particular, entendiendo la gravedad de la situación, han aprobado leyes que deben sin duda sentar las bases para una sociedad más justa, más igualitaria, más humana.

Ley 34/88, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Artículo 3º. Declara ilícita la publicidad que “presente a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.”

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres Hombres.

Artículo 41º. Considera ilícita la publicidad que comporte conducta discriminatoria de acuerdo con esta ley.

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

11.403-Jerez de la Frontera

Artículo 4.2. Establece que “la comunicación audiovisual nunca podrá incitar al odio o a la discriminación por razón de género o cualquier circunstancia personal o social y debe ser respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales, con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres”.

Artículo 18.1. Establece que “está prohibida toda comunicación comercial que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo..... Igualmente está prohibida toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio”.

Asimismo, nuestra Ley 12/2007 para la Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía, deja claro en su artículo 57 que:

“Los poderes públicos de Andalucía promoverán la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de los hombres y de las mujeres en todos los medios de información y comunicación, conforme a los principios y valores de nuestro ordenamiento jurídico y las normas específicas que les sean de aplicación.

A tales efectos se considerará ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación vigente en esta materia, la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente los que refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar,....”

En este mismo sentido el Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres de este Ayuntamiento de Jerez fijó como uno de sus ejes transversales incluir la perspectiva de género en los medios de comunicación y agentes de publicidad, teniendo como uno de sus objetivos promover valores y prácticas que transmitan una imagen igualitaria, diversa y plural de las mujeres.

Atendiendo a lo expuesto debemos concluir que presentar el cuerpo de la mujer como adorno y reclamo para captar la atención del eventual público es una de las prácticas publicitarias ilícitas que las prevenciones legales antedichas pretenden evitar.

En este sentido hemos percibido una práctica habitual en el mundo del

deporte que infringe claramente los preceptos de las leyes de igualdad citadas. Se trata de las mujeres colocadas en lugares visibles por las empresas organizadoras o que financian los eventos deportivos con el fin de captar la atención del público, aunque su presencia esté totalmente desvinculada de la actividad deportiva, e incurriendo en ilegalidades relativas a las citas anteriores.

Es el caso de muchos eventos deportivos de alto nivel, como el Gran Premio de España

11.403-Jerez de la Frontera

MotoGP, o el Ciclismo, en los que es generalizado el “uso” de mujeres de belleza estereotipada –popularizadas como paragüeras- en los pódiums y las líneas de salida y/o meta.

Así pues, denunciaremos esta práctica ilícita y ofrecemos la gran oportunidad de sentar un precedente a nivel nacional y erradicar una costumbre injusta y denigrante que iguala a la mujer con un objeto ornamental, cosificándola e hiper-sexualizándola, en muchos casos, de manera vejatoria, proponiendo el siguiente:

RUEGO:

1.- Incentivar la inclusión de la perspectiva de género en todos aquellos agentes de publicidad que participen de los eventos deportivos que llevados a cabo en nuestra ciudad cuenten con apoyo institucional, a fin de romper los estereotipos sexuales y fomentar la construcción de valores de igualdad.

2.- Proponer a las organizaciones de estos eventos, que, a partir de ahora, las/os personas encargadas de dar los trofeos, se sustituyan por jóvenes promesas del deporte. De esta manera aportarán el mensaje, motivando a otros y otras jóvenes, a sumarse a los deportes, pero ejerciendo roles activos y no estereotipados como, de ciclistas, de pilotos, mecánicos o ingenieros/as.

3.- Solicitar al Área de Igualdad del Ayuntamiento de Jerez la realización de un estudio de diagnóstico sobre el uso del cuerpo de la mujer como reclamo publicitario en eventos y competiciones deportivas que se celebran en Jerez y que cuentan con ayudas y patrocinios públicos de cualquier índole.

4.- Vigilar el cumplimiento de las leyes de igualdad, imponiendo las sanciones previstas a los organismos o empresas responsables de la infracción, y movilizandolos medios y recursos necesarios para poner fin a esta práctica.

En Jerez a 11 de abril de 2017.



Fdo.: Santiago Sánchez Muñoz.

Grupo Municipal
Plaza de la Yerba, 3. Planta baja.
11.403-Jerez de la Frontera