



Ayuntamiento
Cartagena



MOCIÓN QUE PRESENTA GONZALO ABAD MUÑOZ, CONCEJAL DEL GRUPO MUNICIPAL VOX CARTAGENA, SOBRE "REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA"

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS:

El pasado 24 de enero y con un plazo de quince días naturales desde su publicación para presentar alegaciones, se publicó el anuncio de la elaboración por parte de éste Ayuntamiento de una ordenanza para regular la publicidad no sexista en Cartagena, acuerdo que se había adoptado en la Junta de Gobierno Local del día 30 de diciembre de 2019.

Este grupo municipal ha presentado en plazo una serie de alegaciones, algunas de las cuales se incorporan en esta exposición de motivos.

En primer lugar, entre las competencias que la Ley 7/1985, de 7 de abril, Reguladora de Bases del Régimen Local, no aparece ninguna que se refiera a la regulación de una actividad como la publicidad, ni como competencias propias municipales (artículo 25, apartado 2), ni como competencias delegadas, sin que conste que hayan sido delegada ninguna de las incluidas en el artículo 27, por lo que consideramos que **este Ayuntamiento no está legitimado** para aprobar una ordenanza de esta índole, ni tampoco ostenta por tanto la potestad sancionadora sobre la actividad de la publicidad.

Por otra parte, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad ya establece en su artículo 3 lo que se considera **publicidad ilícita**, entre la que se encuentran "los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, 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".

En el artículo 6 se establecen las **acciones** que caben ante ella y quiénes están legitimados para el ejercicio de las mismas de contra quienes utilicen de forma discriminatoria o vejatoria la imagen de la mujer, entre los que se encuentran el Instituto de la Mujer o equivalente en el ámbito autonómico, las asociaciones que tengan como objeto la defensa de los intereses de la mujer y el Ministerio Fiscal.

Por su parte, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual también establece en sus artículos 4 y 18 el derecho a recibir una comunicación audiovisual que no incite a la discriminación por razón de género y prescribe “la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres” y la prohibición de “toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio”.

Por ello, consideramos que **ya están regulados por ley tanto la tipificación como las acciones que corresponden** por la infracción de los preceptos que la ordenanza municipal trata de regular por su lado, por lo que no hay vacío legal que cubrir con la misma.

Además, la Ley 7/2007, de 4 de abril, para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, y de Protección contra la Violencia de Género en la Región de Murcia ya establece en su artículo 38, en sus puntos 1 y 2 que la Comunidad Autónoma “velará de forma específica la emisión y exhibición de anuncios publicitarios, para evitar que muestren a las mujeres como meros objetos sexuales, inciten o justifiquen la violencia sobre las mujeres u ofrezcan una imagen estereotipada de las mismas”, así como que “actuando de oficio o a instancia de parte, podrá solicitar el cese y rectificación de cualquier publicidad emitida en su ámbito territorial que sea considerada ilícita, al amparo de lo previsto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad”.

En su título IV, la citada Ley 7/007 establece las infracciones y sanciones que corresponden, así como las entidades competentes y el procedimiento sancionador para su aplicación.

Por tanto, la Comunidad Autónoma es la administración competente sobre la materia, por lo que en caso de que el Ayuntamiento tratara de regular la materia, se estaría produciendo una **invasión de competencias**, duplicando además los organismos encargados de vigilar sobre la materia.

En cuanto a los medios audiovisuales, la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual, establece en su artículo 56 que “las Comunidades Autónomas ejercerán las competencias de supervisión, control y protección activa para garantizar el cumplimiento de lo previsto en esta Ley y, en su caso, la potestad sancionadora” y en los artículos 57 y siguientes el régimen sancionador.

Por otra parte, existen varios precedentes, uno de ellos muy sonado en el año 2019, dónde al ayuntamiento de Málaga se le denegó la posibilidad de incluir dentro de su ordenanza la posibilidad de regular la publicidad no sexista, por el mismo motivo que alegamos en este documento: Ya existe una ley reguladora de rango autonómico.

Por lo tanto, como cuestiones previas planteamos la **falta de legitimación** por parte de la Ayuntamiento, así como la **inexistencia de un vacío legal** y la **posible invasión de competencias** que tiene atribuidas la Comunidad Autónoma, y por lo tanto no estamos de acuerdo con la necesidad ni oportunidad de la elaboración de ésta ordenanza.

En relación con las cuestiones generales que plantea el borrador de la ordenanza, estamos totalmente de acuerdo en que se debe prohibir la "publicidad que presenta a la mujer de forma vejatoria, utilizando su cuerpo como mero objeto desvinculado del producto, como reclamo para incitar al consumo o que evita la violencia o promueve el consumo de prostitución o la explotación sexual".

Como también estamos totalmente de acuerdo, con que no es admisible "aquella publicidad con mensajes que promueven a la sexualización temprana de las niñas, apareciendo con una presencia hipersexuada, como objetos sexuales, maquilladas y vestidas como adultas y con poses seductoras".

Pero dicho lo anterior, echamos en falta que se haga referencia a la posible utilización publicitaria del cuerpo masculino, así como la publicidad que promueva una sexualización temprana de los niños, y consideramos que el cuerpo masculino y los niños deben ser objeto del mismo nivel de protección por parte de las instituciones, ya que lo contrario sería ir en contra del principio de igualdad ante la ley.

En éste sentido creemos que la legislación actual debería ser más explícita y precisa incluyendo los conceptos antes mencionados como son la incitación al consumo de prostitución y explotación sexual y a la sexualización temprana de menores, por lo que consideramos que la Ley General de Publicidad debería ser modificada para incluir estos supuestos como publicidad ilícita, así como que se prohíba mostrar el cuerpo masculino como mero objeto sexual, al igual que se hace con el de las mujeres, todo con el fin de garantizar la igualdad de todos y la neutralidad sexista de la ley.

Consideramos que lo importante en una sociedad no es que existan muchas leyes, como ocurre en España, sino que las leyes sean justas y que la ley se cumpla. Para ello, lo que sí creemos que se podría hacer y que está en manos de éste Ayuntamiento, y con el fin de que la publicidad sexista no prolifere y campe a sus anchas, sería poner al servicio de los ciudadanos una herramienta que permita de forma sencilla y anónima poner en conocimiento de las autoridades (relacionadas en el artículo 6.2 de la Ley General de Publicidad), todo acto publicitario que pretenda utilizar el cuerpo humano como una mercancía o discrimine a un sexo frente al otro. La herramienta podría ser una "APP" para teléfono móvil, un formulario en la página web municipal o dar de alta un correo electrónico para tal efecto.

Por lo anteriormente expuesto, el concejal que suscribe presenta para su debate y aprobación la siguiente:

MOCIÓN

1º. Que el Ayuntamiento de Cartagena inste al gobierno de la Nación y al de la Comunidad Autónoma a la modificación de las actuales Ley General de Publicidad y Ley de Igualdad entre Mujeres y Hombres, y de Protección contra la Violencia de Género en la Región de Murcia para que se incluya en la categoría de publicidad ilícita aquella que promueva la incitación al consumo de prostitución y explotación sexual y a la sexualización temprana de menores, así como que se incorpore la referencia al cuerpo masculino como objeto sexual y cualquier tipo de discriminación sobre los hombres, al igual que se hace con las mujeres.

2º. Que el gobierno municipal desista de la elaboración de una ordenanza sobre publicidad no sexista, dado que no tiene competencia ni reguladoras ni sancionadoras en materia de publicidad, y en su lugar ponga disposición de los ciudadanos una herramienta que permita de forma sencilla y anónima poner en conocimiento de las autoridades todo acto publicitario que pretenda utilizar el cuerpo humano como una mercancía o discrimine a un sexo frente al otro.

Cartagena, a 19 de febrero de 2020

Fdo: Gonzalo Abad Muñoz
Concejal-Portavoz Grupo Municipal VOX Cartagena

A LA ALCALDÍA – PRESIDENCIA DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE CARTAGENA