



4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

470. Propositiones No de Ley

PNL/001662-01

Proposición No de Ley presentada por las Procuradoras Dña. María Josefa Rodríguez Tobal, Dña. Laura Domínguez Arroyo y Dña. Natalia del Barrio Jiménez, para instar a la Junta a crear un Observatorio para imagen de la mujer en Castilla y León que realice las funciones que se enumeran, para su tramitación ante la Comisión de Familia e Igualdad de Oportunidades.

PRESIDENCIA

La Mesa de las Cortes de Castilla y León, en su reunión de 27 de septiembre de 2017, ha admitido a trámite las Propositiones No de Ley PNL/001651 a PNL/001667.

De conformidad con el artículo 163 del Reglamento se ha ordenado su publicación y acordado su tramitación ante las respectivas Comisiones de la Cámara.

Los Grupos Parlamentarios podrán presentar enmiendas hasta seis horas antes del comienzo de la Sesión en que dichas Propositiones No de Ley hayan de debatirse.

En ejecución de dicho acuerdo se ordena su publicación en el Boletín Oficial de las Cortes de Castilla y León, de conformidad con el artículo 64 del Reglamento.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 27 de septiembre de 2017.

EL SECRETARIO DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: Óscar Reguera Acevedo

LA PRESIDENTA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: Silvia Clemente Muncio

A LA MESA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN

María Josefa Rodríguez Tobal, Laura Domínguez Arroyo y Natalia del Barrio Jiménez, Procuradoras pertenecientes al Grupo Parlamentario PODEMOS CASTILLA Y LEÓN, al amparo de lo establecido en los artículos 162 y siguientes del Reglamento de la Cámara, presentan la siguiente Proposición no de ley para su debate y votación en la Comisión de Cultura, Turismo y Deporte.

ANTECEDENTES

La publicidad es una forma de comunicación persuasiva, es decir, un tipo de comunicación que busca crear o modificar actitudes, ya sea hacia productos, servicios, ideas o instituciones. La responsabilidad que tienen los medios de comunicación y la publicidad de no transmitir estereotipos sexistas ha sido recogida en las grandes conferencias mundiales sobre mujeres (Atenas 1992, Pekín 1995). También ha sido asumida por la ONU y la UNIÓN EUROPEA.

No obstante, y a pesar de la clara protección de la que goza la prohibición de la publicidad sexista, se continúan observando reiterados incumplimientos de la normativa.



Nos encontramos, además, con el problema añadido de que los mensajes que emite la publicidad sexista penetran con gran rapidez en la sociedad. El impacto profundo en las generaciones más jóvenes provoca que en los últimos años estemos asistiendo a un repunte de comportamientos sexistas y discriminatorios contra las mujeres, reproduciendo patrones que se pensaba estaban relegados al pasado.

La Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual en su artículo 18.1 establece que: está prohibida toda comunicación comercial que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo, raza, nacionalidad, religión, discapacidad, edad y orientación sexual. Igualmente, está prohibida toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

En este mismo sentido, incide la Ley General de la Publicidad en su artículo 3, así como el artículo 41 de la Ley de Igualdad. El Observatorio de la Mujer, organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, tiene encomendado el seguimiento y control de los contenidos sexistas de la publicidad en los medios de comunicación, así como la acción de solicitud de la modificación de las campañas estereotipadas o denigrantes para las mujeres.

A pesar de todo ello, se continúan observando reiterados incumplimientos tanto de las normas como de la vigilancia.

Por todo lo expuesto, presentamos la siguiente

PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

"Las Cortes de Castilla y León instan a la Junta de Castilla y León a:

Crear un Observatorio para la imagen de la mujer en Castilla y León que realice las siguientes funciones:

- **Elaborar un código de actuación publicitaria de forma participativa y consensuada con representantes de las Comisiones de Igualdad de las Universidades, Asociaciones para la Igualdad, Colegio y Asociaciones vinculadas al periodismo y Asociaciones y representantes de Agencias de Publicidad y Diseñadores Gráficos.**

- **Vigilar que los códigos que se emplean para transmitir mensajes publicitarios no sean sexistas, erradicando aquellos que contribuyan a la perpetuación de los estereotipos en el rol de la mujer.**

- **Vigilar que las Administraciones Públicas no contribuyan en campañas o actividades que carezcan de criterio igualitario.**

Valladolid, 18 de septiembre de 2017.

LAS PROCURADORAS,
Fdo.: María Josefa Rodríguez Tobal,
Natalia del Barrio Jiménez y
Laura Domínguez Arroyo

EL PORTAVOZ,
Fdo.: Juan Pablo Fernández Santos