



VI LEGISLATURA NÚM. 44

21 de octubre de 2003

El texto del Boletín Oficial del Parlamento de Canarias puede ser consultado gratuitamente a través de Internet en la siguiente dirección:

<http://www.parcn.es>

# BOLETÍN OFICIAL DEL PARLAMENTO DE CANARIAS

## S U M A R I O

### PROPOSICIONES NO DE LEY

EN TRÁMITE

**6L/PNL-0002** Del GP Socialista Canario, sobre creación del Observatorio Canario de la Publicidad: corrección de error.

Página 2

### PROPOSICIÓN NO DE LEY

EN TRÁMITE

**6L/PNL-0002** Del GP Socialista Canario, sobre creación del Observatorio Canario de la Publicidad: corrección de error.

(Publicación: BOPC núm. 42, de 16/10/03.)

PRESIDENCIA

Advertido error en la remisión del texto de la iniciativa que acompaña a la resolución de la Presidencia, de

fecha 15 de octubre de 2003, por la que se ordena la publicación en el Boletín Oficial del Parlamento de la proposición no de ley de referencia, de conformidad con lo establecido en el artículo 106 del Reglamento del Parlamento de Canarias, dispongo nuevamente la publicación de la iniciativa en el Boletín Oficial del Parlamento.

En la Sede del Parlamento, a 20 de octubre de 2003.-  
EL PRESIDENTE, Gabriel Mato Adrover.

## A LA MESA DE LA CÁMARA

El Grupo Parlamentario Socialista Canario, de conformidad con lo establecido en el artículo 174 y ss. del Reglamento del Parlamento, presenta la siguiente proposición no de ley, a instancias de la diputada D.<sup>a</sup> María Dolores Padrón Rodríguez, para su tramitación ante el Pleno de la Cámara.

### ANTECEDENTES

La mujer española ha sido protagonista de importantes cambios dentro de la vida social en las últimas décadas que deben ser asumidas y reconocidas en todos los ámbitos. Así lo han entendido los medios de comunicación, que han contribuido de manera importante a esta transformación.

Para consolidar y profundizar la igualdad entre hombres y mujeres es fundamental respetar la imagen de éstas y adecuarla a la realidad social actual, alejándola de estereotipos trasnochados.

Sin embargo, hay que lamentar que sigan apareciendo contenidos publicitarios e informativos considerados por los ciudadanos y las ciudadanas discriminatorios por razón de sexo y ante los cuales estos protestan y efectúan denuncias.

La publicidad es la que más frecuentemente provoca el rechazo por la continua representación de la mujer en una posición subordinada, dependiente, estereotipada y, muchas de las veces, como mero objeto sexual.

En 1994 se creó por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales el Observatorio de la Publicidad con el fin de recoger estas denuncias y promover la rectificación o retirada de los mensajes más criticados y discriminatorios de acuerdo con la Ley 34/88 General de Publicidad, que en su artículo 3 define como publicidad ilícita “la que atente contra la dignidad de la persona y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer”, y el artículo 5 del III Plan de Igualdad de Oportunidades para las mujeres (1997-2000) que establecía “la necesidad de fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios”.

También conviene recordar que, con respecto a la publicidad, el Parlamento Europeo insiste expresamente en la necesidad de que “se presenten imágenes, mensajes y publicidad positivos y visibles”, por lo que es muy importante instaurar unas normas sobre la publicidad, en los medios públicos de la Comunidad Autónoma, como es la Radiotelevisión Canaria, que habrán de respetar la dignidad de las mujeres y su derecho a una imagen no

estereotipada ni discriminatoria. Este aspecto debe preocupar especialmente, dada la importancia de la imagen de la mujer en los medios de difusión, tal y como se recoge en la Resolución de la Unión Europea de septiembre de 1995 sobre Mujer y Medios de Difusión.

Respetando el derecho a la libertad de expresión y resolviendo el conflicto entre los bienes jurídicamente protegidos, creemos que un Observatorio Canario de la Publicidad (OCP), adscrito al Instituto Canario de la Mujer (ICM), realizaría un seguimiento exhaustivo sobre el tratamiento de la imagen de la mujer en los medios de titularidad pública de la Comunidad Autónoma y tendría capacidad de realizar propuestas de obligado cumplimiento por los mismos.

Por esto, es por lo que el Grupo Parlamentario Socialista Canario eleva a la Mesa de la Cámara la siguiente proposición no de ley.

### TEXTO

*“El Parlamento de Canarias insta al Gobierno de Canarias a:*

*1) Que, en el plazo de un año, cree el Observatorio Canario de la Publicidad, dependiente del Instituto Canario de la Mujer, que tendrá como objetivo hacer un seguimiento de los medios de comunicación social que presten sus servicios en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias para comprobar que, tanto en publicidad como en sus contenidos informativos y programación, no aparezca de forma particular y directa el cuerpo de una mujer asociado a un producto publicitario, de manera que la posesión de este producto se asocie a valores específicamente femeninos, o expongan modelos de mujer que, de forma vejatoria, puedan asociarse a comportamientos estereotipados de las mujeres en las funciones del ámbito doméstico o de objeto sexual.*

*2) Que, asimismo, el Observatorio Canario de la Publicidad cuente con un número telefónico gratuito específico para recibir las quejas y denuncias de los ciudadanos/as sobre cualquier publicidad o contenido informativo que considere que atenta contra la dignidad de la mujer.*

*3) El Gobierno de Canarias se compromete a dotar con partidas presupuestarias específicas al Observatorio Canario de la Publicidad para que pueda llevar a cabo las tareas para las que ha sido creado.”*

Canarias, a 13 de octubre de 2003.- PORTAVOZ DEL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA CANARIO, Francisco Hernández Spínola.