

Donostia a 17 de Marzo de 2016

## A LA SECRETARIA GENERAL

### MOCION DE CONTROL SOBRE ANUNCIOS Y PUBLICIDAD EN MEDIOS CON CONTENIDOS SEXISTAS O DE PROSTITUCION

Amaia Martin, Portavoz del Grupo Irabazi Donostia, de acuerdo con el artículo 98 del Reglamento Orgánico del Pleno, presenta la siguiente MOCION DE CONTROL fruto de la interpelación realizada en la COMISION DE SERVICIOS GENERALES del 14 de marzo

#### JUSTIFICACIÓN

El pasado día 14 interpelamos al Concejal Delegado Sr. Viles, sobre las razones por las que el Gobierno municipal publica anuncios y campañas publicitarias en medios de comunicación que tienen anuncios de contenido sexual y prostitución.

El Sr. Viles se refirió a la Ley 6/2010, de 23 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional de Euskadi como el marco por el que se regulan los anuncios y campañas publicitarias del Ayuntamiento, excluidos aquellos anuncios establecidos por mandato legal de las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre actuaciones públicas afectadas por dicho mandato.

La citada Ley 6/2010 establece una serie de normas que deben regir las campañas institucionales de publicidad y comunicación. En su artículo 4.3 se establece que “las campañas institucionales contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y respetarán la diversidad social y cultural presente en la sociedad, así como la protección de la infancia y adolescencia”.

Asimismo, el apartado 1.c) de su artículo 5. Prohibiciones establece que “no se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad o comunicación que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales”.

Por lo tanto, no parece lógico pensar que una ley que incluye previsiones para fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, la protección de la infancia y adolescencia o que establece prohibiciones para incluir mensajes discriminatorios o sexistas, pueda ser el argumento del Gobierno municipal para justificar la publicación de sus anuncios o campañas publicitarias en medios de comunicación que sí tienen publicidad de contenido sexual y de prostitución, ya que supone una contradicción en sí misma.

Además, queremos recordar que el pasado 26 de febrero, medio centenar de medios informativos y agencias de publicidad de Euskadi han firmado un “Código deontológico y de autorregulación para una Comunicación y Publicidad no sexista en Euskadi”, como fruto de un trabajo llevado a cabo por Begira, Comisión Asesora para un uso no sexista de la Publicidad y la Comunicación de Emakunde.

El primero de los principios básicos del citado Código establece que:

*La comunicación (publicitaria y periodística) debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la Igualdad de Mujeres y Hombres (que prohíbe “la realización, emisión y exhibición de anuncios publicitarios que presenten a las personas como inferiores o superiores en dignidad humana en función de su sexo, o como meros objetos sexuales, así como los que justifiquen, banalicen o inciten a la Violencia contra las mujeres); en la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de protección Integral contra la Violencia de Género; y, en la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad (que tipifica como ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona, “especialmente en lo relativo a la infancia, la juventud y la mujer”).*

Habrá que esperar a ver cómo se aplica este Código por quienes lo han suscrito y si tiene más éxito que la propuesta de autorregulación pretendida por el Gobierno del Estado cuyo fracaso se ha reconocido en el Informe que llevó a cabo el Consejo de Estado en 2010 sobre las Posibilidades de Actuación contra anuncios de contenido sexual y prostitución publicados a diario en diversos medios de comunicación de prensa escrita.

Lamentamos que muchos medios de comunicación escritos no estén por la labor de eliminar esta publicidad, y seguir con sus beneficios económicos, aunque estos sean amorales, por lo que esperamos que el Gobierno municipal tenga una actitud valiente y decidida para no utilizar medios de comunicación que contengan anuncios sexistas en sus campañas publicitarias.

Queremos recordar que el problema de la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual está directamente relacionado con la prostitución. Un fenómeno de dimensión global y que constituye un atentado a los Derechos Humanos de las víctimas.

Contribuir a su disminución y erradicación es un cometido en el que están implicadas distintas administraciones, instituciones, entidades, así como colectivos sociales. En este sentido, la publicidad de la compraventa de cuerpos es un medio apto para el desarrollo de las actividades de proxenetismo y por tanto para favorecer la explotación sexual, la violencia de género en muchos de los casos, y la devaluación colectiva de las personas que se ven abocadas al ejercicio de la prostitución.

Por ello, la decisión adoptada por algunos medios de prensa escrita de no incorporar anuncios de contactos en sus páginas, es una decisión a aplaudir y que debemos de animar al resto de medios a seguir.

Por lo tanto, creemos que este Ayuntamiento tiene la posibilidad de establecer mecanismos que eviten publicitar en medios de comunicación donde hay anuncios de contenido sexual y de prostitución, al igual que es posible evitar que la emisión de plenos online carezca de anuncios de este tipo.

Es por ello, que presentamos la siguiente:

#### MOCIÓN DE CONTROL

1. El Pleno del Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián insta al Gobierno Municipal a que, excepto estrictamente en los casos que la ley obliga, no utilicen para la difusión de sus anuncios y campañas publicitarias, medios de comunicación en los que haya publicidad de contenido sexual y/o de prostitución.

Fdo.: Amaia Martin Garin  
Portavoz del Grupo Irabazi Donostia