

## A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Al amparo de lo establecido en el Reglamento de la Cámara, la diputada Sofía Fernández Castañón del **Grupo Parlamentario Confederal Unidos Podemos-En Comú Podem-En Marea**, presenta las siguientes preguntas **relativas al funcionamiento, dotación y actual situación del Observatorio de la Igualdad de las Mujeres, dependiente del Instituto de la Mujer**, dirigidas al Gobierno para las que se solicita respuesta escrita.

### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El Observatorio de la Igualdad de las Mujeres, en origen Observatorio de la Publicidad Sexista, se creó en 1994 y depende del Instituto de la Mujer. Su finalidad es “analizar la representación de las mujeres en la publicidad y en los medios de comunicación, ver cuáles son los roles más significativos que se les atribuyen y, en el caso de que éstos sean sexistas, realizar acciones que contribuyan a suprimir las imágenes estereotipadas”.

Los mecanismos a través de los cuales lleva a cabo sus fines, según su descripción en la página web del Instituto de la Mujer, combinan la acción *motu proprio* de vigilancia de los contenidos publicitarios y comunicativos en España, con dar respuesta e iniciar investigaciones derivadas de las quejas ciudadanas que el organismo pueda recibir.

El Observatorio de la Imagen de las Mujeres ha elaborado, entre los años 2000 y 2014, de forma continuada, Informes Anuales en los que daba cuenta de la actividad realiza en sus ámbitos de actuación, algo que no se ha realizado los años 2015 y 2016.

Los fundamentos jurídicos en los que se basa su acción se recogen en la Ley 34/88, de 11 de noviembre, General de Publicidad que en su artículo tercero 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”; la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres y la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación que en su 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”, así como en su artículo 18.1 señala que “está prohibida toda comunicación comercial que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual. Igualmente está prohibida toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio”.

El informe sobre la *Percepción de la violencia de género en la adolescencia y la juventud*, editado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en 2015, constató la dificultad de los y las jóvenes y adolescentes para detectar conductas machistas y de control en sus relaciones,

debido, en parte, a las representaciones sobre los sexos, las relaciones y los afectos que reciben en los medios de comunicación y a través de la publicidad, concluyendo la existencia de un vínculo entre los estereotipos de género, transmitidos en parte a través de los citados medios, y la dificultad de este colectivo joven para detectar el machismo en sus diversas formas.

Para todo ello se plantean las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la dotación presupuestaria del Observatorio para la Imagen de la Mujer?
- ¿Cuántas personas trabajan actualmente en el Observatorio y en qué régimen de dedicación laboral?
- ¿Cuál es la razón de que no se hayan emitido informes anuales de los años 2015 y 2016?
- ¿Cuál es el tiempo medio estimado en el que el Observatorio responde a las quejas ciudadanas?

Madrid, Congreso de los Diputados, a 10 de mayo de 2017



Sofía Fernández Castañón  
Diputada