

Senador Navarro: “De la Ministra Pascual depende prohibir la propaganda electoral y comercial machista”

El Ciudadano · 25 de septiembre de 2016

Parlamentario del PAÍS indicó que, “las campañas publicitarias y electorales no pueden ser excusa para fomentar la minusvaloración de la mujer”. Para superar esto pidió que el Ejecutivo de urgencia a los dos proyectos de ley anti sexismo que presentamos en el año 2014, y que desde aquel entonces duermen en el Congreso.





Como “un imperativo ético impostergable”, calificó el Presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Senado, Alejandro Navarro, la urgencia en la aprobación de dos proyectos de ley que prohíben y sancionan la propaganda electoral y la publicidad comercial sexista.

Cabe destacar, que ambas mociones fueron presentadas en diciembre de 2014, de acuerdo a Navarro, “motivadas por denuncias ciudadanas que lamentablemente, siguen vigentes, pues los casos se siguen repitiendo mes a mes y a veces con mayor intensidad”.

“Ya que solo hace algunos días”, continuó, “la misma Ministra de la Mujer y Equidad de Género, Claudia Pascual, condenó la publicidad de una discoteque en la ciudad de Concepción, que promovía el abuso y la violencia hacia las mujeres como un acto de entretenimiento”.

“Tanto en Concepción como en Chillán, hemos tenido recientemente casos que nos recuerdan lo atrasados que estamos como nación en cuanto a la regulación de la publicidad sexista, lo que puede derivar en conductas misóginas o en las distintas formas de violencia de género”, añadió.

REPRESENTACIÓN DE MUJERES EN PUBLICIDAD

“Lamentablemente, esto no es una excepción: el reciente estudio Representación de la mujer en la publicidad chilena comparando 1980 y 2013, de la Universidad Católica, establece que en factores de género no se ha evolucionado, más aun, se ha involucionado; pues el hombre aparece como un experto y la mujer en cambio, en un rol de modelo”, explicó el congresista.

Agregando: “o donde casi el 50% de las féminas aparecen con cuerpos estilizados frente a solo el 6,1% de los hombres. Y para que hablar de las vestimentas; mientras hace 36 años las tenidas de los hombres en los comerciales eran casi iguales a las de ahora, es decir, muy cubiertos en todo su cuerpo, a las mujeres se las desviste cada vez más, apareciendo cada año más ligeras de ropa que el anterior”.

De acuerdo al parlamentario del PAÍS, “a esto se suma que las campañas electorales pecan de lo mismo: sexismo encubierto; la campaña de un candidato a alcalde por Chillán, cuyo nombre estaba estampado en los glúteos de los pantalones de las bailarinas, se explica por sí solo”.

“Año a año y elección tras elección, probamos como chilenas y chilenos que no respetamos a la mujeres, que estamos dispuestos a crear y reproducir una cultura machista, a debilitar la imagen de las mujeres, a fomentar la idea de que es débil, incapaz en algunos aspectos, mero objeto sexual, sólo útil para la maternidad y el cuidado de los otros y merecedora de distintas formas de violencia de género”, señaló el senador.

Para el Presidente de la Comisión de Derechos Humanos, “ni la plata ni los votos que obtienen empresas y candidatos, valen que nuestras niñas y niños crezcan viendo propaganda en calles y en medios de publicidad, que fomentan la humillación, subestimación y utilización de mujeres”.

“Debemos dejar atrás esos contenidos, pues lo que se muestra luego se hace normal, y eso deriva en conductas futuras. Que una mujer gane en Chile 30% menos que el sueldo de los hombres por el mismo trabajo, más de 40 femicidios al año y muy poca presencia de mujeres en cargos políticos y directorios de empresas, quiere decir, entre otras cosas, que nuestra publicidad machista es efectiva, y eso no lo podemos seguir tolerando”, enfatizó.

Para Navarro, “esto va más allá de la discoteca de Concepción o el candidato de Chillán, esto es la tónica permanente. Por eso le pedimos a la Ministra Pascual y a la Presidenta, que apoyen estos proyectos de ley, que necesitamos que se prohíba y sancione el inducir mediante propaganda electoral y publicidad comercial a los niños a minusvalorar y despreciar a las mujeres, pues eso tiene consecuencias a largo plazo. Ya no basta con indignarse, hay que actuar”.

“Ya le hemos dado demasiadas oportunidades a la autorregulación. Simplemente no sirve. Si no hay prohibición y multas, seguiremos permitiendo que el machismo nos derrote y siga desfigurando la imagen que tenemos de las mujeres, fomentando lo peor de nuestra sociedad patriarcal y vulneradora de derechos. La Presidenta y la Ministra tienen la oportunidad de generar este cambio y esperamos que lo aprovechen”, finalizó el senador del PAÍS.

El Ciudadano

Fuente: [El Ciudadano](#)