

SEMINARIO DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA TEORÍA Y PRÁCTICA

10:00h. Apertura

A cargo de: Dr. Alfonso Piñón Pallarés. Prof. Titular de Derecho Mercantil de la Universitat de València y abogado; y de Sra. Carmen Tomás Juan, directora de la Unidad de Igualdad de la Universitat de València



Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas: Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil.

10:15 h. Modera la mesa: Dr. Alfonso Piñón Pallarés. Prof. Titular de Derecho Mercantil de la Universitat de València y abogado

10:30h. Dignidad de la persona y publicidad. Dra. Julia Sevilla Merino. Profª. Honoraria de Derecho Constitucional de la Universitat de València.

10:45h. Publicidad, desigualdad y violencia de género. Dra. Ana Marrades Puig. Profª. Contratada doctora de Derecho Constitucional de la Universitat de València.

11:00h. Concepto de violencia de género según la Ley Integral de Violencia de Género. Dra. Asunción Colas Turegano. Profª. Titular de Derecho Penal de la Universitat de València.

11:15h. La igualdad en la publicidad. Regulación y autorregulación. Sra. Inés Pérez Marín. Becaria de FPI en área de Derecho Civil de la Universitat de les Illes Balears; abogada y agente de igualdad.

11:30h. El control administrativo de la publicidad sexista. Dra. Beatriz Belando Garín. Profª. Titular de Derecho Administrativo de la Universitat de València.

11:45h. Acciones legales de la publicidad ilícita sexista. Dra. Angeles Cuenca García. Profª. Titular de Derecho Mercantil de la Universitat de València.

Descanso 12:00h. a 12:15h.

Práctica. Casos prácticos de publicidad desleal, ilícita y sexista.

Presenta: Dr. Alfonso Piñón Pallarés. Prof. Titular de Derecho Mercantil de la Universitat de València y abogado.

12:15h. Publicidad discriminatoria por razón de sexo: la legitimación activa de las Asociaciones de Consumidores y Usuarios. Caso Ryanair.

Sr. Antonio Castillo Gómez. Abogado y presidente de la asociación de consumidores y usuarios ADECUA

13:00h. Resoluciones judiciales sobre publicidad desleal, ilícita y sexista.

Ilma. Sra. Doña Amanda Cohen Benchetrit. Magistrada-Juez en comisión de servicio del Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Málaga.

SALÓN DE GRADOS DE LA FACULTAD DE DERECHO

Edificio Departamental, Campus dels Tarongers Avda. dels Tarongers, s/n
31 de Marzo de 2014 de 10:00 h a 14:00 h

ORGANIZA

VNIVERSITAT
ID VALÈNCIA  Facultat de Dret
Departament de Dret Mercantil
"Manuel Broseta Pont"

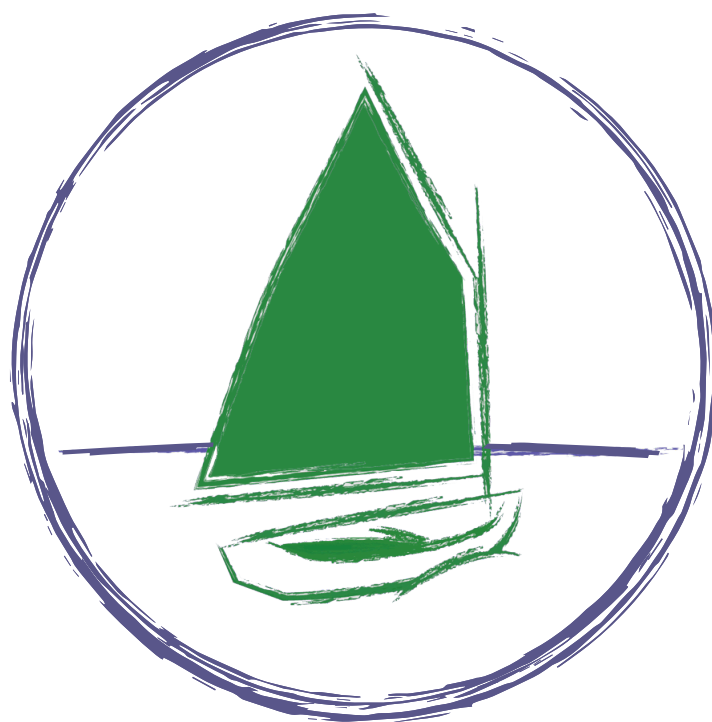
COLABORA

UNITAT D'IGUALTAT

VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

Dirige: Dr. Alfonso Piñón Pallarés
Prof. Titular de
Derecho Mercantil de la UV

Coordina: Inés Pérez Marín
Becaria de FPI en área de
Derecho Civil de la UIB



PROYECTO EUROPEO *Siamura*

Este seminario tiene su origen en el foro de debate sobre publicidad sexista que se ha celebrado en el Ateneo de Málaga el pasado 7 de febrero de 2014 a raíz de la primera sentencia definitiva nacional y europea, no firme, sobre publicidad transfronteriza desleal, ilícita y sexista de dos campañas publicitarias de la compañía Ryanair, difundidas a través de internet. Este foro de debate ha constituido la primera actividad del Proyecto Europeo Siamura (Sociedad de la Información Amura), coordinado y dirigido por Inés Pérez Marín, becaria de FPI del área de Derecho Civil del departamento de Derecho Privado de la Universidad de las Islas Baleares. El Proyecto Europeo Siamura es una “networking” sobre el estudio e investigación de la utilización de la imagen de la mujer en la publicidad en el ámbito del Derecho y de las Comunicaciones Comerciales. Este recurso tecnológico, enmarcado en la sociedad digital, permite interactuar en los diferentes ámbitos académico, asociativo, institucional y empresarial, ampliando así su potencial y nuevas formas de relación a distancia. Su finalidad es crear un espacio de debate, de análisis y de reflexión sobre los abundantes anuncios de publicidad desleal, ilícita y sexista que aparecen en internet, en el ocio digital (videojuegos), en las redes sociales, en la telefonía móvil. Siamura pretende actuar ante la publicidad sexista favoreciendo así el desarrollo de una publicidad respetuosa con el dignidad de la mujer, sin menoscabo de la libertad de expresión. El seminario : “Dimensión jurídica de la publicidad sexista. Teoría y práctica” está enmarcado dentro del Proyecto Europeo Siamura.

ÍNDICE

Modificaciones de Art 3a) Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.	4
Sujetos organizadores y colaboradores	6
Singladura al parlamento europeo (Bruselas/Estrasburgo)	8
Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:	
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil.....	10
Práctica. Casos prácticos de publicidad desleal, ilícita y sexista	26
Canción de motivación	34
Fotografías.....	36



Modificaciones del art 3a) Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad

MODIFICACIONES DE LA PUBLICIDAD ILÍCITA art 3.a) de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Antes y después de la modificación LOVG*1

A) GENERAL:

La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución

Art. 1
Art 9.2
Art 10 Dignidad
Art 14 Igualdad

Antiguo art 3.a) LGP

B) ESPECIAL:

especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer.

Modificado art 3.a) LGP

B)ESPECIAL:

Especialmente a los que se refieren sus artículos, 14*2, 18 y 20 apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando

18 y 20 -4 CE
Honor.
Intimidad
Propia Imagen

B.1) particular y directamente su **CUERPO O PARTES** del mismo como mero objeto **DESVINCULADO** del producto que se pretende promocionar,

B.2) bien su **IMAGEN** asociada a comportamientos **ESTEREOTIPADOS** que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento

COADYUVANDO 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.

*1 Por Disposición Adicional Sexta de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (LOVG) queda modificado el art 3a) LGP.

*2 Lo indicado de color verde fue introducido en el art. 3a) LGP por Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios



PROYECTO
EUROPEO
Siamura

**Sujetos organizadores
y colaboradores**

SEMINARIO
DIMENSIÓN JURÍDICA
DE LA
PUBLICIDAD NO SEXISTA
TEORÍA Y PRÁCTICA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

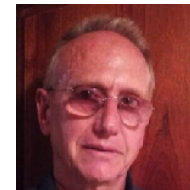
SUJETOS ORGANIZADORES Y COLABORADORES DEL EVENTO:



UNIVERSIDAD

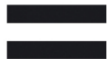
ORGANIZA

VNIVERSITAT ID VALÈNCIA  Facultat de Dret
Departament de Dret Mercantil
"Manuel Broseta Pont"



Dr. Alfonso Piñón Pallarés
Prof.Titular de Derecho Mercantil
de la UV

COLABORA

UNITAT D'IGUALTAT

VNIVERSITAT ID VALÈNCIA



Sra.Carmen Tomás Juan.
Directora de la Unidad de Igualdad de la
Universitat de València

Dirige: **Dr. Alfonso Piñón Pallarés**
Prof.Titular de Derecho Mercantil de la UV

VNIVERSITAT ID VALÈNCIA  Facultat de Dret
Departament de Dret Mercantil
"Manuel Broseta Pont"

Coordina: **Inés Pérez Marín**
Becaria de FPI en área de Derecho Civil de la UIB



Departamento de derecho priva-
do de la Universidad de las Islas
Baleares



Singladura al parlamento europeo (Bruselas/Estrasburgo)

SINGLADURA AL PARLAMENTO EUROPEO (BRUSELAS/ESTRASBURGO)

¡Tripulación *Siamura* rumbo a Valencia! Nuestra andadura se inició el 7 de febrero con el Foro de debate sobre publicidad sexista: Caso práctico calendario Ryanair en Málaga. Y el 31 de marzo tendrá lugar en en la Universitat de València este seminario. El objetivo final es llegar al Parlamento Europeo para plantear la necesidad de una directiva sobre la materia en cuestión.

- Islas baleares



Departamento de derecho privado de la
Universidad de las Islas Baleares

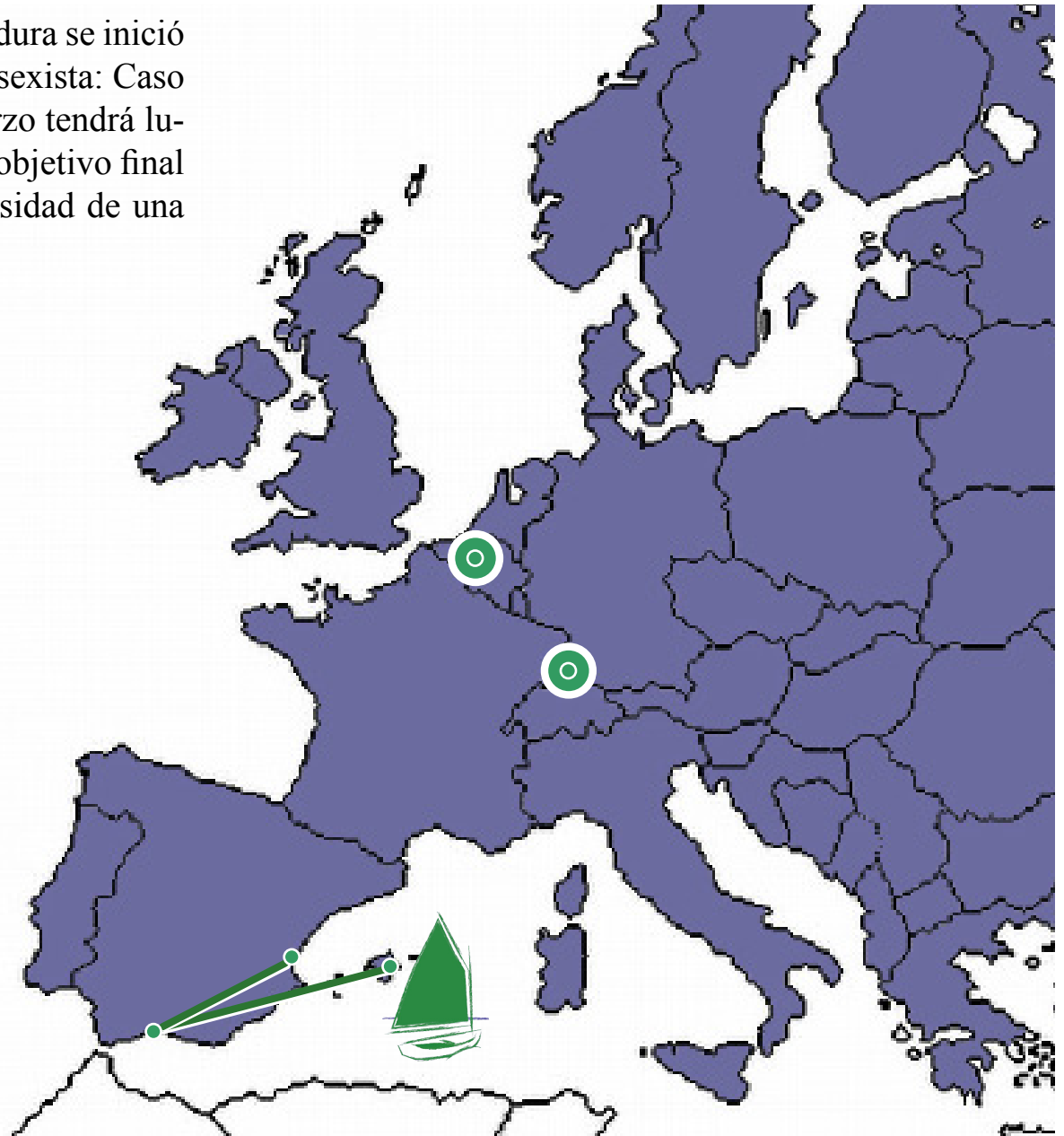
- Málaga



- Valencia



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA



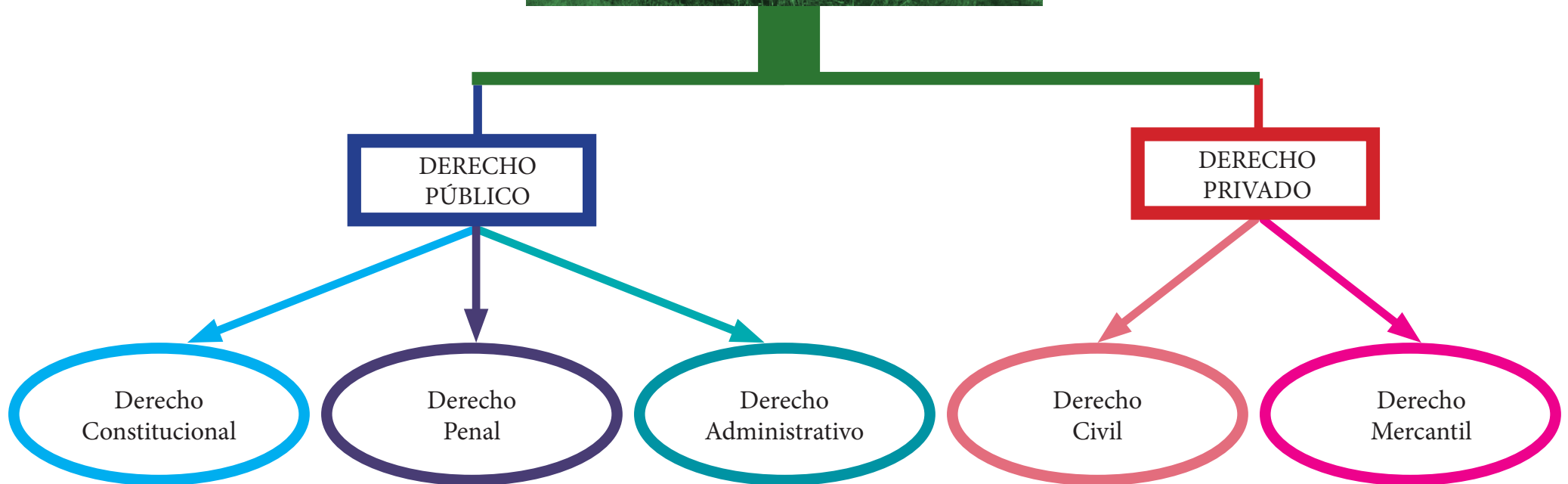


Teoría

Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas: Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

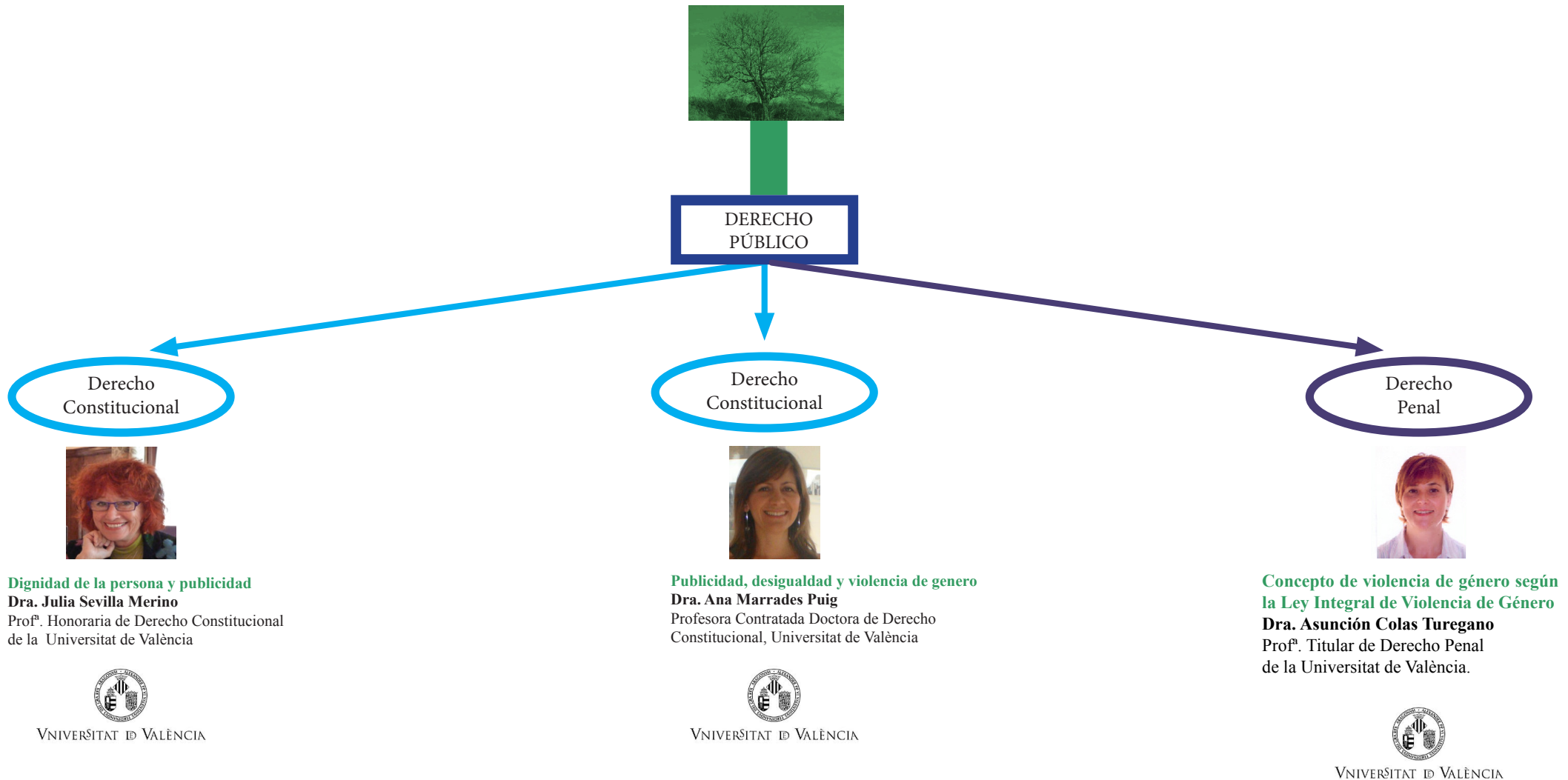
DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil



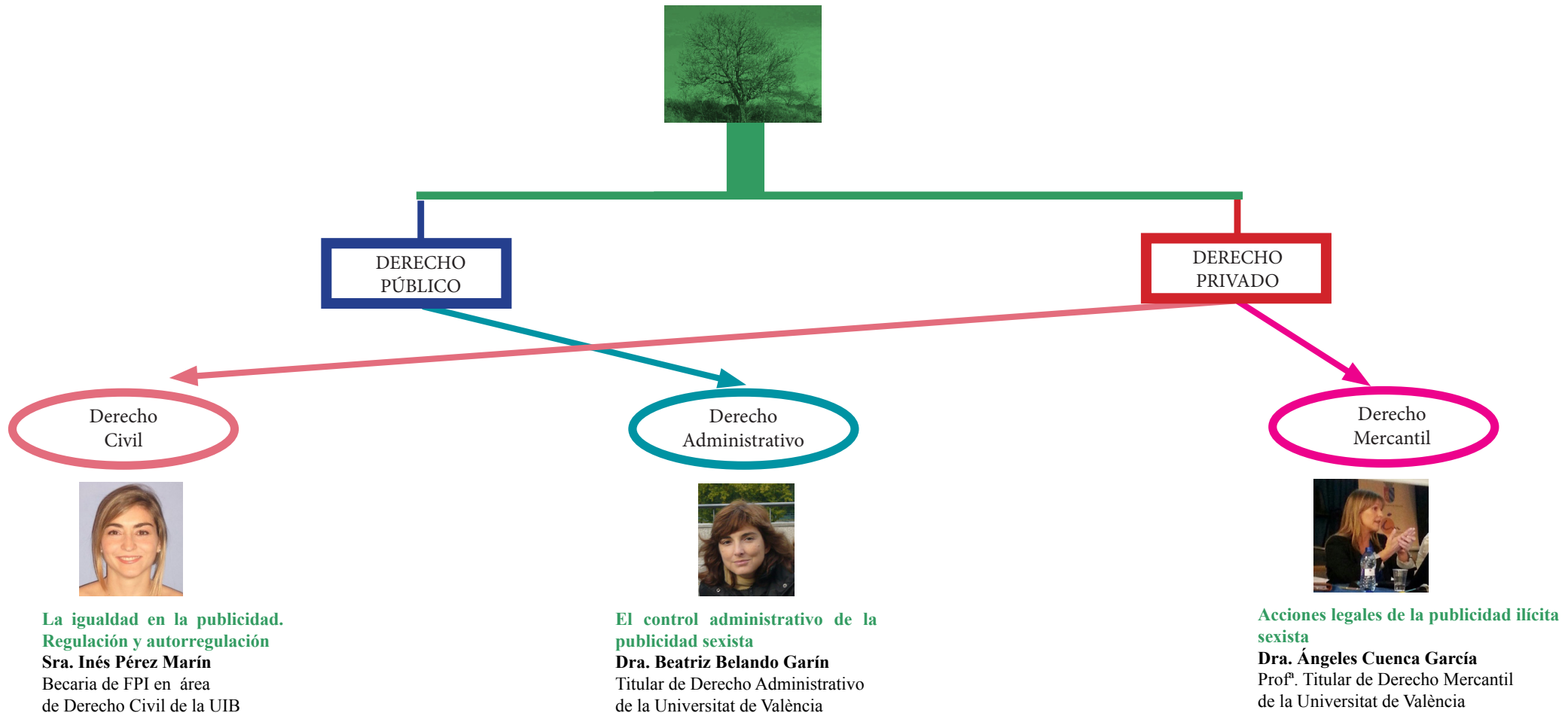
DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil



DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil



Departamento de derecho privado de la
Universidad de las Islas Baleares



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

CURRICULUM VITAE

Dra. Julia Sevilla Merino



Profª. Honoraria de Derecho Constitucional de la Universitat de València

Letrada en les Corts Valencianes trabajo que mantuvo hasta el 31 de marzo de 2011.

Pertenece al Institut Universitari d'Estudis de la Dona, desde su creación.

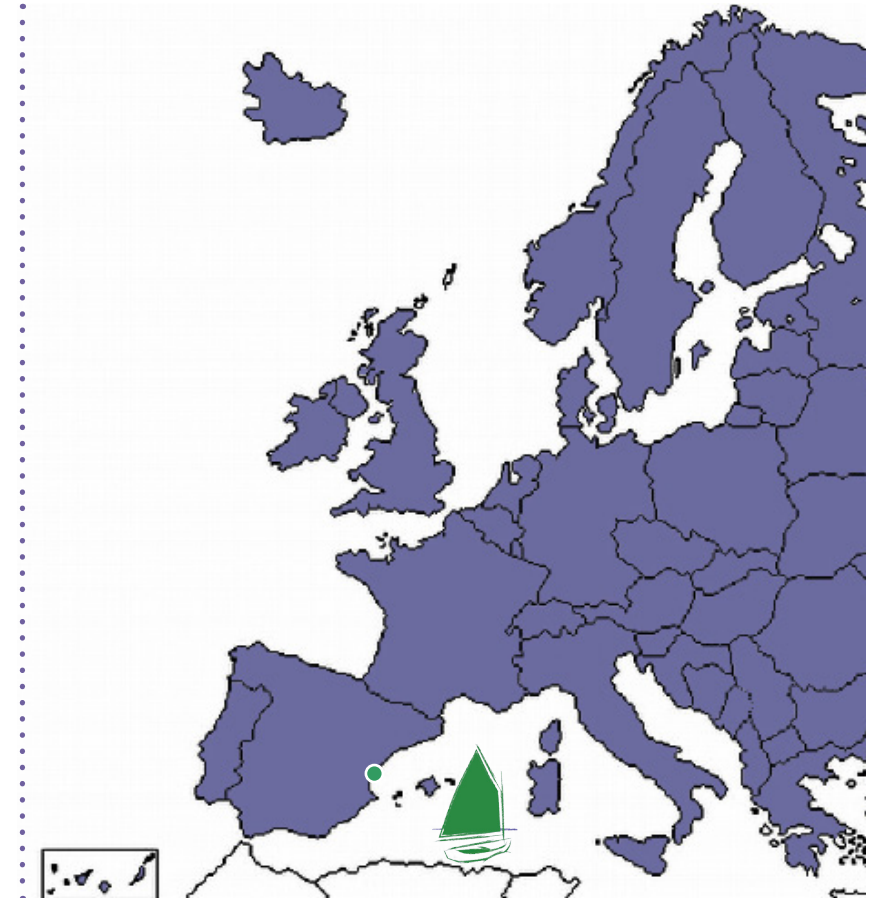
Adjunta al Síndic de Greuges de la Comunitat Valenciana en el primer mandato de la Institución 1993-1995.

Dirigió la primera Tesis Doctoral que se leyó en las Facultades de Derecho de España que incorporaba la teoría feminista como parámetro interpretativo de la posición de las mujeres en la Constitución española.

Ha participado en diferentes Proyectos de Investigación en esta Universidad, siendo investigadora principal del Proyecto “El derecho a la participación política de hombres y mujeres: consecuencias de la aplicación de la LOI a los procesos electorales”, financiado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Es fundadora y presidenta de la Red Feminista de Derecho Constitucional de la que también forman parte otras profesoras de la Universitat de València, equipo que ha realizado diferentes actividades en esta Universidad.

Tiene más de 80 publicaciones entre las que se puede destacar la dirección y autoría de las obras colectivas Las mujeres parlamentarias en la legislatura constituyente (2006), por encargo de la Presidencia del Gobierno y las Cortes Generales, y Las parlamentarias en la I Legislatura: Cortes Generales (1979-1982), que fue galardonada con el III Premio “Mujer y Parlamento. Clara Campoamor 2010”. “Mujeres y Ciudadanía, la democracia paritaria” (2004).



DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

RESUMEN

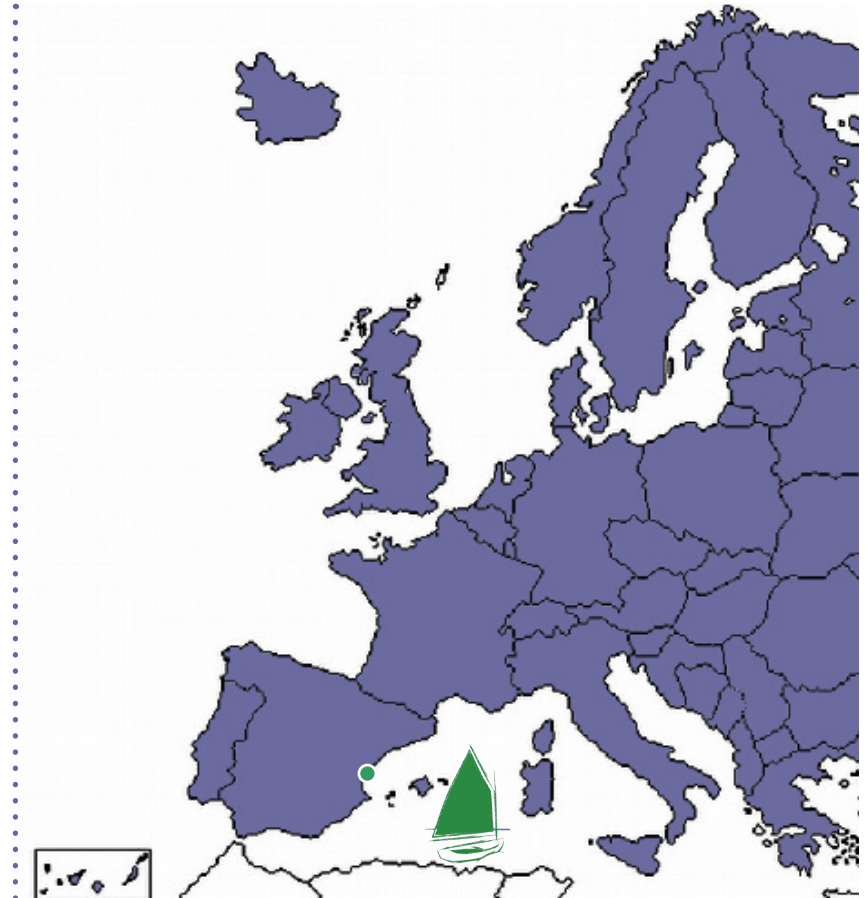
DIGNIDAD DE LA PERSONA Y PUBLICIDAD

Dra. Julia Sevilla Merino

Prof^a. Honoraria de Derecho Constitucional de la Universitat de València



La dignidad de la persona reconocida en la Constitución difícilmente se encuentra en la representaciones en las que la publicidad hace utilizando la imagen de la mujer. En la mayoría de las ocasiones presenta una imagen en la que predominan los estereotipos devaluadores muy alejados de su dignidad de ésta como sujeto constitucional de derechos.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

CURRICULUM VITAE

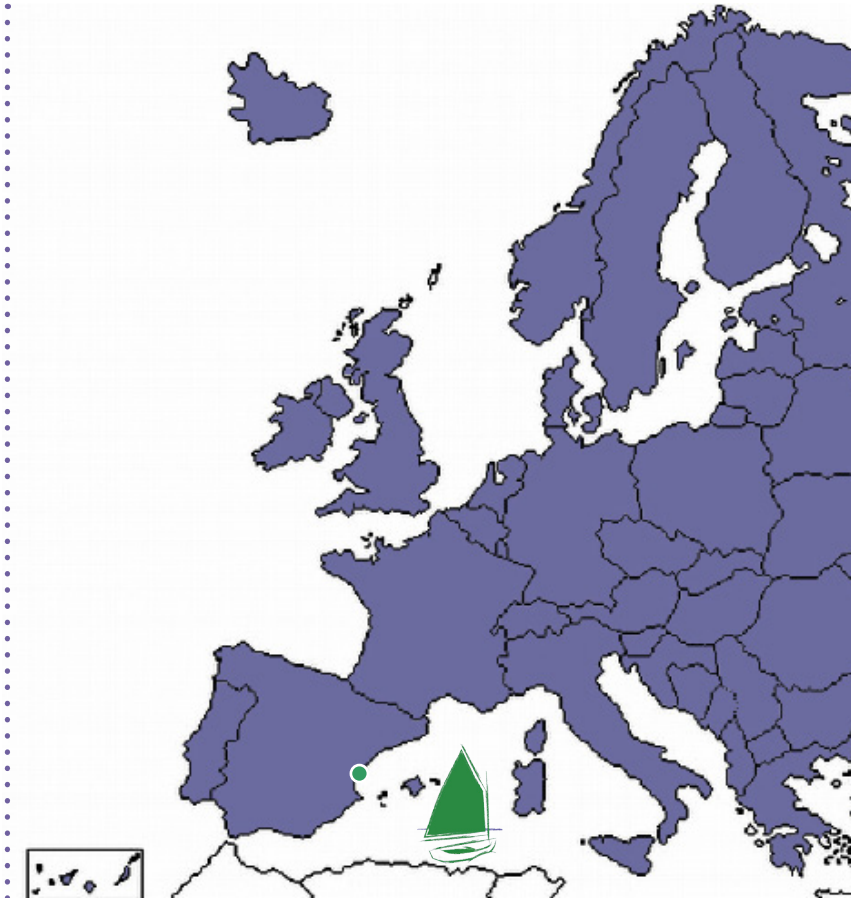
Dra. Ana Marrades Puig



Profesora Contratada Doctora de Derecho Constitucional, Facultad de Derecho, Universitat de València desde 2010.

Desde 1993 hasta 2010 ha compaginado su carrera docente como Profesora asociada de Derecho Constitucional con el ejercicio profesional de la Abogacía desarrollando su labor en el ámbito de la asistencia a las mujeres víctimas de violencia de género. Sus áreas de investigación y sus publicaciones se han centrado principalmente en los estudios de género.

Ha realizado estancias de investigación en la Universidad de Pisa, en la Universidad de Virginia y en la Universidad de Kent.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

RESUMEN

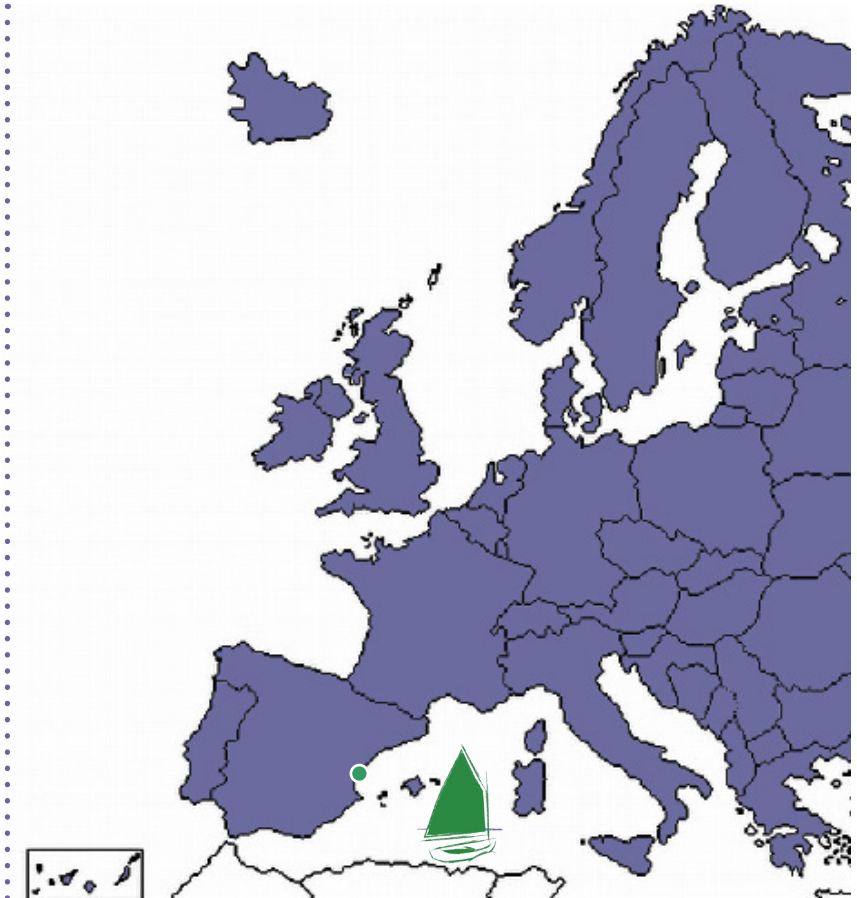
PUBLICIDAD, DESIGUALDAD Y VIOLENCIA DE GÉNERO

Dra. Ana Marrades Puig

Profesora Contratada Doctora de Derecho Constitucional, Facultad de Derecho, Universitat de València desde 2010.



La publicidad sexista es una manifestación más de la desigualdad y del trato discriminatorio que las mujeres padecen. El problema se agrava si comprobamos que la publicidad sexista conduce a la violencia de género. Ello es así porque el trato desigual a la mujer, la falta de estima y consideración a su contribución en la sociedad, en definitiva, la discriminación constituyen el sustrato de la violencia contra las mujeres. Es por ello que esta intervención aborda de forma conjunta la publicidad y la discriminación como causas de la violencia de género.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

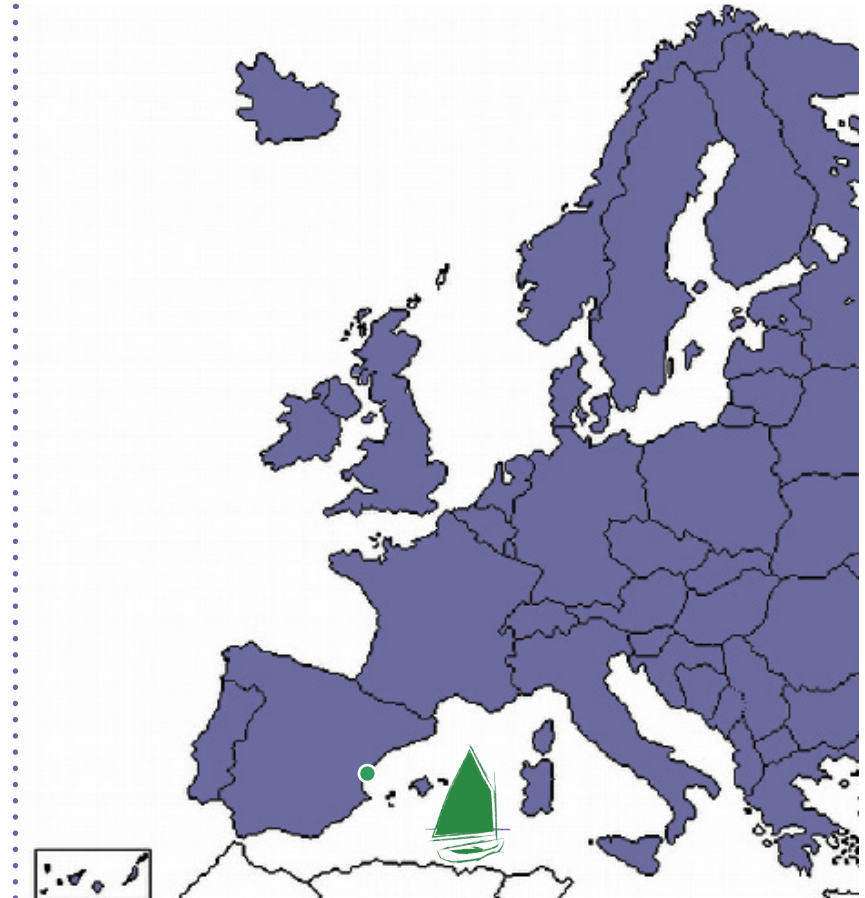
CURRICULUM VITAE

Dra. Asunción Colas Turegano



Doctora en Derecho por la Universidad de Valencia, en enero de 1996 defendió su Tesis Doctoral dirigida por el profesor D. Tomás Vives Antón sobre los problemas de constitucionalidad planteados por los delitos contra el medio ambiente.

Desde 1993 imparte clases de Derecho penal en la Universidad de Valencia, siendo profesora titular de derecho penal desde enero de 1999. Ha participado en diferentes proyectos de investigación y tiene monografías y artículos científicos en materias como protección penal del medio ambiente, delincuencia juvenil, diversidad cultural, derechos de la mujer, derecho a la imagen.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

RESUMEN

CONCEPTO DE VIOLENCIA DE GÉNERO SEGÚN LA LEY INTEGRAL DE VIOLENCIA DE GÉNERO.

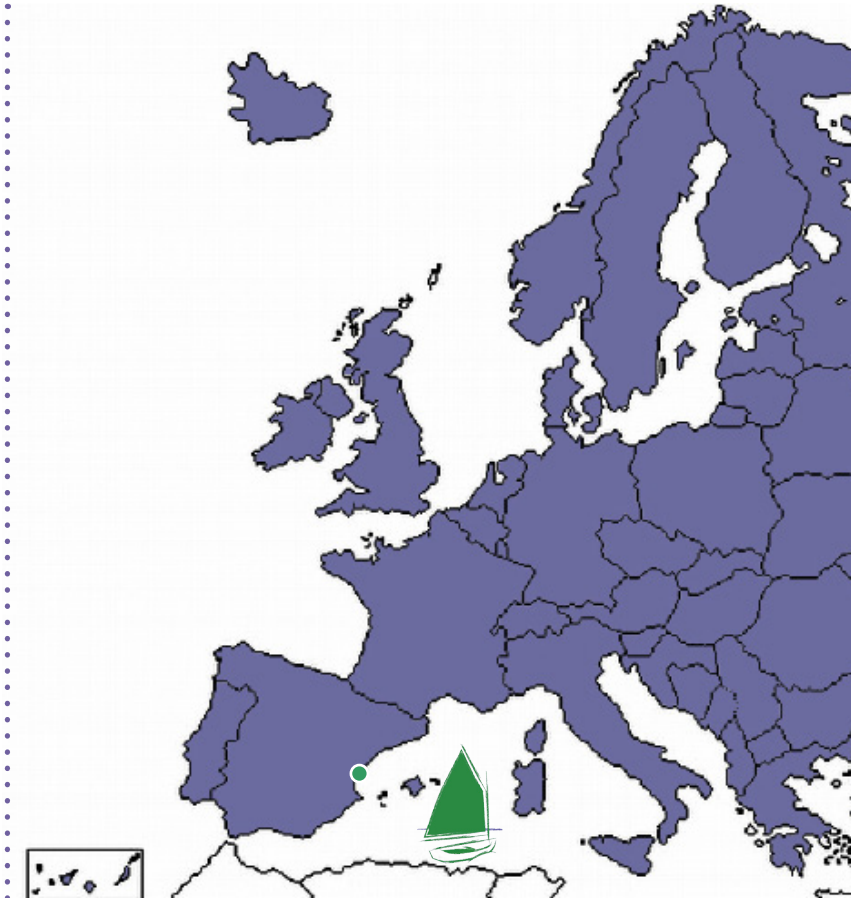
Dra. Asunción Colas Turegano

Prof^a. Titular de Derecho Penal de la Universitat de València.



Se analizará el concepto de violencia de género recogido en la L.O. 1/2004 de protección integral contra la violencia de género. Como establece el art. 1 de la misma ésta es una manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, relaciones de poder que podemos comprobar en los más diversos ámbitos de las relaciones entre hombre y mujeres, también en el ámbito de la publicidad, materia objeto del seminario.

El concepto recogido en el art. 1 de la ley es de especial importancia pues el mismo es utilizado como referente en otros ámbitos normativos. Es el caso del derecho penal, al influir en la interpretación de los tipos penales dedicados a luchar contra esta manifestación de la violencia, pero también, de la ley de publicidad que resultó modificada en su art. 3 por la ley integral al considerar la misma que la publicidad sexista es uno más de los medios que provocan violencia de género.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

CURRICULUM VITAE

Sra. Inés Pérez Marín.



Becaria de investigación de FPI en el Departamento de Derecho Privado, área de Dº Civil, Universidad UIB. Abogada y Agente de Igualdad.

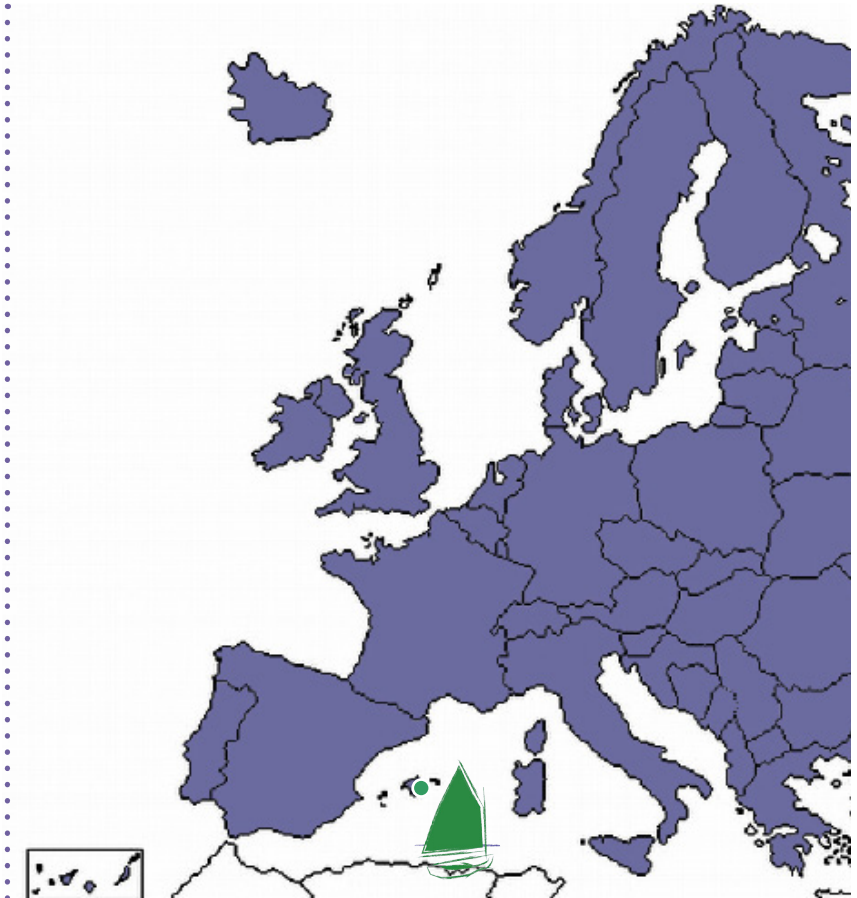
Máster en Género y Políticas de Igualdad (2006/2008) Institut Universitari d'Estudis de la Dona de la UV.

Becas obtenidas: erasmus PDI para docente en la Johannes Gutenberg Universität de Mainz (Alemania); FPI de MINECO; Universidad de Salamanca, Fundación General, en Berlín (Alemania). Erasmus y "Free Mover" en la Johannes Gutenberg Universität de Mainz, (Alemania). Estancias de investigación en el extranjero: Institute of European and Comparative Law de University of

Oxford y en Institute of Advanced Legal Studies Library and Information Services. School of Advance Study, University of London (Inglaterra). En el Parlamento Europeo en Bruselas y en el Institut D'Études Européennes Pôle Européen Jean Monnet. Bruselas (Bélgica).

Ha impartido cursos sobre publicidad desleal ilícita sexista en el área de Civil del departamento de Derecho Privado de la Facultad de Derecho de la UIB y en la UV en el departamento de Derecho Constitucional, Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Derecho y en Máster de Género y Políticas de Igualdad de Institut Universitari d'Estudis de la Dona de la UV. Docente en la Johannes Gutenberg Universität de Mainz (Alemania).

Actividad profesional: prácticas en despachos de abogados. Especialidad: Civil, Mercantil y Derecho Privado: en LOEBER & LOZANO (Valencia y Frankfurt am Main (Alemania); en GÜLPEN & GARAY de Berlín (Alemania); en PIÑÓN & GARCÍA (Valencia).



Departamento de derecho privado de
la Universidad de las Islas Baleares

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

RESUMEN

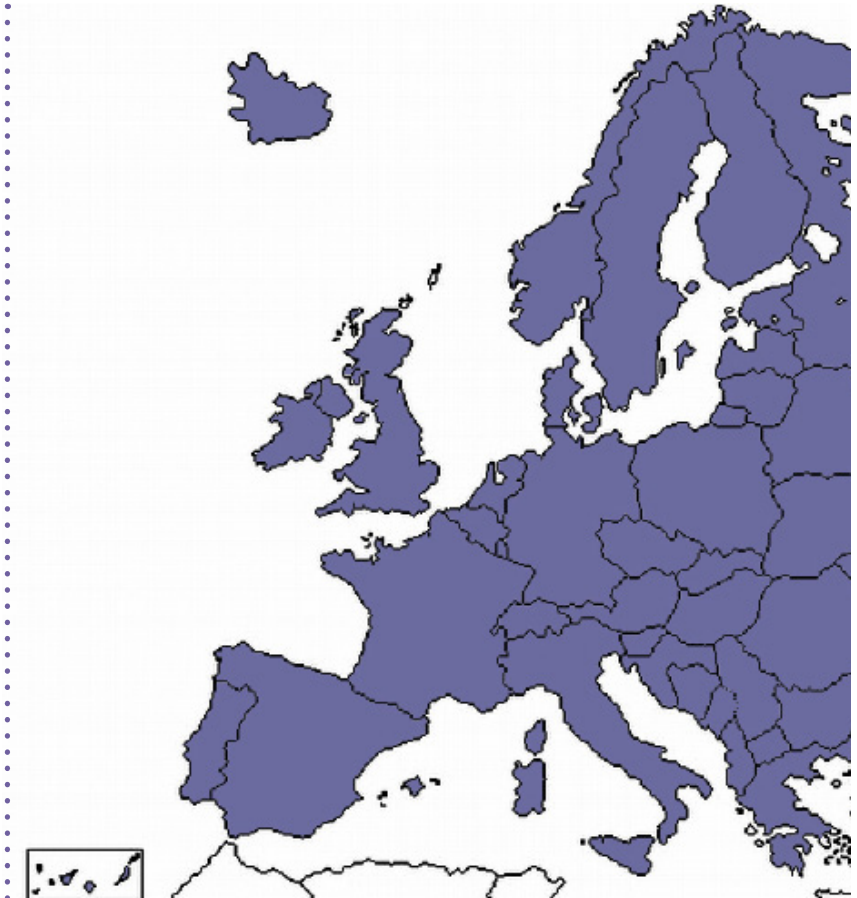
LA IGUALDAD EN LA PUBLICIDAD. REGULACIÓN Y AUTORREGULACIÓN

Sra. Inés Pérez Marín.

Becaria de investigación de FPI en el Departamento de Derecho Privado, área de Dº Civil, Universidad UIB. Abogada y Agente de Igualdad.



Históricamente la mujer ha sido un sujeto desprovisto de derechos. La utilización que la publicidad hacía de su imagen se limitaba a utilizarla como un objeto sexual. Actualmente, las mujeres ya somos sujetos de plenos derechos en el ordenamiento jurídico español, pero la publicidad sigue usando a la mujer como un reclamo publicitario, representando roles estereotipados en situación de subordinación y reducida a un mero objeto sexual para favorecer ventas. Se pretende ver la respuesta que da el ordenamiento jurídico y la autorregulación a tal discriminación, cómo trata la ley de publicidad estos anuncios discriminatorios y la relación con la Ley de Violencia de Género y la Ley de Igualdad.



Departamento de derecho privado de
la Universidad de las Islas Baleares

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

CURRICULUM VITAE

Dra. Beatriz Belando Garín



Profesora Titular de Derecho Administrativo de la Universitat de València.

Licenciada (1997) y Doctora en Derecho (2002) por la misma Universidad, amplió estudios en la Universidad de Harvard durante los años 1999 y 2000 y en la Goldsmith, University of London en el 2013.

Actualmente imparte docencia, entre otros en el Grado de Derecho, en el de Documentación y en el grado de Criminología.

Igualmente imparte docencia en el Máster de Derecho y Administración Pública y en el Máster oficial de Derecho y violencia de Género del que es secretaria.

Sus líneas de investigación ha sido diversas (el acto administrativo, los medios audiovisuales, etc.) destacando especialmente la regulación del mercado de valores por su amplio repercusión a nivel nacional e internacional, y las vías alternativas a los conflictos: mediación y arbitraje administrativo.

En su investigación ha tenido siempre un papel relevante la violencia de género. En esta área forma parte de un grupo de investigación consolidado que desde el año 2004 y dirigidos por la profesora Elena Martínez García vienen trabajando desde distintas perspectivas la violencia de género, en concreto el papel de los medios audiovisuales y la violencia de género. En este campo ha realizado diversas investigaciones de las que destaco especialmente:

- “El papel de la regulación y supervisión pública de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género”, en Retos de la Comunicación ante la violencia de género (Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social), Tiran Lo Blanch / Instituto de la Mujer, Valencia, 2009, pp. 83 a 95.
- BELANDO GARÍN, Beatriz y MONTIEL ROIG, Gonzalo (2010): “La regulación de los contenidos audiovisuales: presente y futuro”, en Teoría y derecho. Revista de pensamiento jurídico, nº 7, 2010, pp. 227-243.
- Contenidos y mercado en la regulación de la comunicación audiovisual. El nuevo marco de la ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual, Tirant Lo Blanch, Valencia, 2010.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

RESUMEN

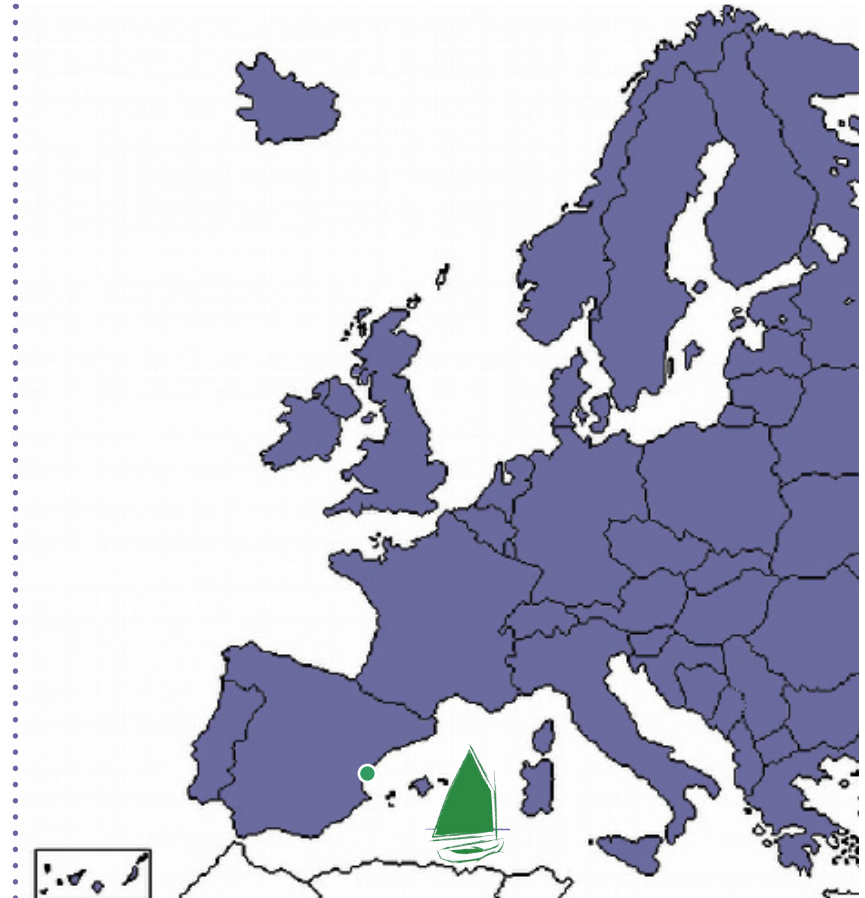
PUBLICIDAD SEXISTA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Dra. Beatriz Belando Garín

Titular de Derecho Administrativo de la Universitat de València



La publicidad sexista tiene un especial relevancia jurídica cuando se realiza a través de los medios audiovisuales, tanto tradicionales (radio o televisión) como los más actuales (internet, videojuegos, etc.) al amplificar enormemente su impacto en los ciudadanos. La respuesta pública a este fenómeno fue establecer un significativo aparato público sancionador para reprimir su realización, especialmente tras la Ley 7/2010, general de comunicación audiovisual. Es este marco público el que trataremos de describir.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

CURRICULUM VITAE

Dra. Ángeles Cuenca García



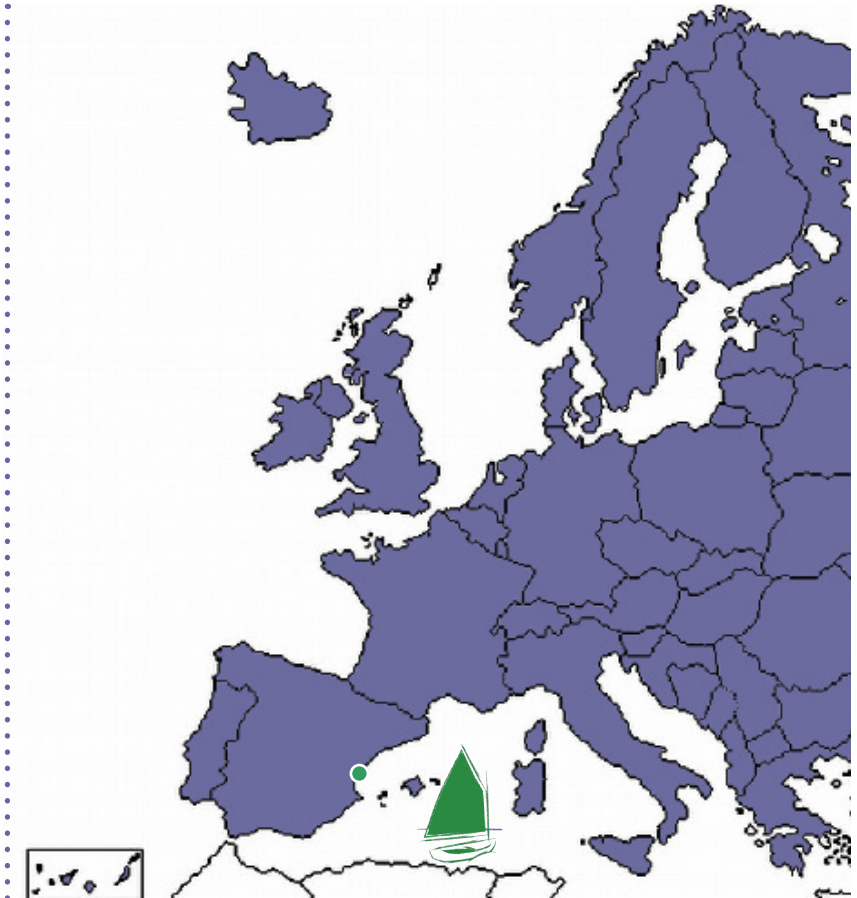
Profesora Titular de Derecho Mercantil. Universitat de València.

Arbitro de la Junta Arbitral de Consumo de la Comunidad Valenciana, con la que colabora mediante un convenio de encomienda de gestión entre la Conselleria de Economía, Industria y Comercio, y la Universitat de Valencia Estudi General, en materia de arbitraje institucional de consumo.

Miembro del Observatorio de Publicidad no Sexista de la Generalitat Valenciana, en representación de la Unidad de Igualdad de la Universidad de Valencia.

En el ámbito de la publicidad sexista ha escrito capítulos de libro sobre “Publicidad discriminatoria por razón de sexo y violencia de género”, en AA.VV., La prevención y erradicación de la violencia de género. Un estudio multidisciplinar y forense, Thomson-Aranzadi, 2012; y “La imagen de la mujer en los medios de comunicación. Remedios contra la publicidad sexista”, en Mujer y Derecho, Tirant lo Blanch, 2011.

En la actualidad es miembro del Proyecto de investigación denominado “Reordenación del Derecho de la competencia desleal con ocasión de la transposición de la Directiva 2005/29/CE” de la Universitat Pompeu Fabra.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Teoría. Miradas de la publicidad sexista desde las diferentes áreas jurídicas:
Constitucional, Penal, Civil, Administrativo y Mercantil

RESUMEN

ACCIONES LEGALES DE LA PUBLICIDAD ILÍCITA SEXISTA

Dra. Ángeles Cuenca García

Prof^ª. Titular de Derecho Mercantil de la Universitat de València

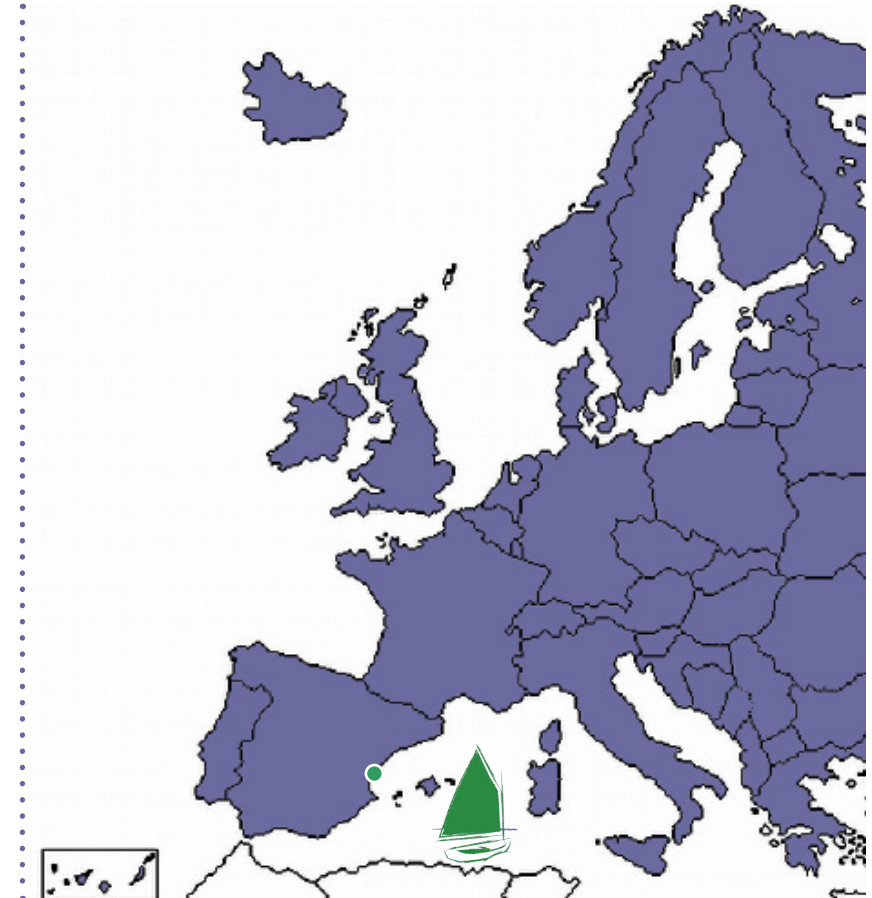


En esta presentación se reflexiona sobre el sistema de control de la publicidad ilícita “sexista” configurado en nuestro ordenamiento jurídico tras la reforma de la Ley de Competencia Desleal y la Ley General de Publicidad operada por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

Según el sistema diseñado, toda la publicidad ilícita se considera desleal y, por tanto, las acciones contra la publicidad sexista son las mismas que pueden ejercitarse contra las prácticas comerciales desleales, con algún matiz relativo a la legitimación activa.

Dichas acciones son la acción declarativa de la deslealtad, la acción de cesación de la conducta desleal, la acción de remoción de los efectos producidos por la conducta desleal y la acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas. Y están legitimados para su ejercicio, junto a cualquier persona física o jurídica que resulte afectada y quienes tengan un derecho subjetivo o un interés legítimo, la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, el Instituto de la Mujer o su equivalente en el ámbito autonómico, las asociaciones legalmente constituidas que tengan como objetivo único la defensa de los intereses de la mujer y no incluyan a personas jurídicas con ánimo de lucro, y el propio Ministerio Fiscal.

Sin embargo, el escaso número de demandas presentadas en los juzgados competentes nos hace plantearnos si el fomento de la autorregulación y el encaje del control de la publicidad sexista en sede de competencia desleal son realmente las opciones adecuadas para frenar las actividades publicitarias que nos ocupan.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

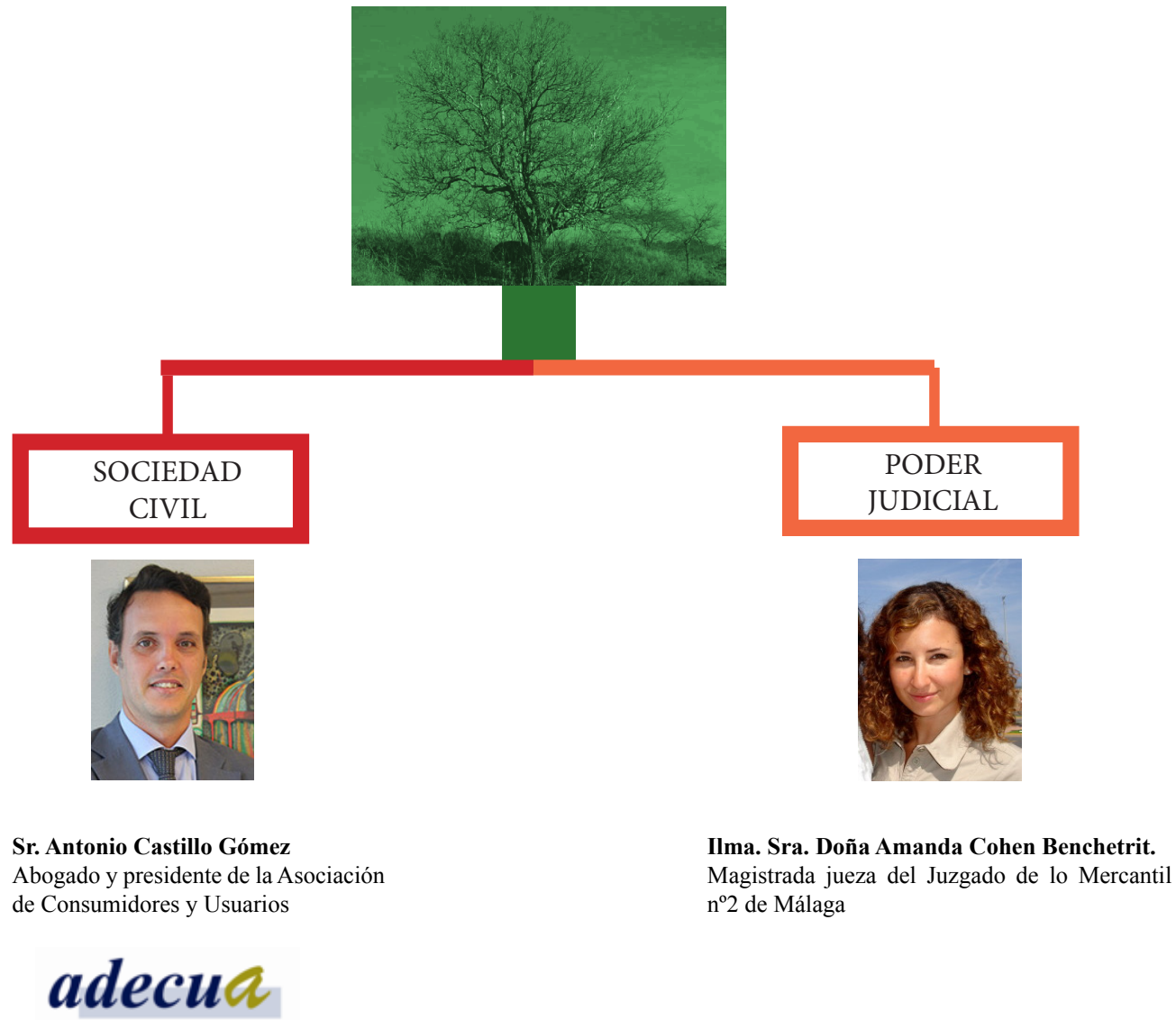


Práctica

Casos prácticos de publicidad desleal, ilícita y sexista

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Práctica. Casos prácticos de publicidad desleal, ilícita y sexista.





Publicidad discriminatoria por razón de sexo:

La legitimación activa de las asociaciones de consumidores y usuarios.

Caso Ryanair

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Práctica. Casos prácticos de publicidad desleal, ilícita y sexista.

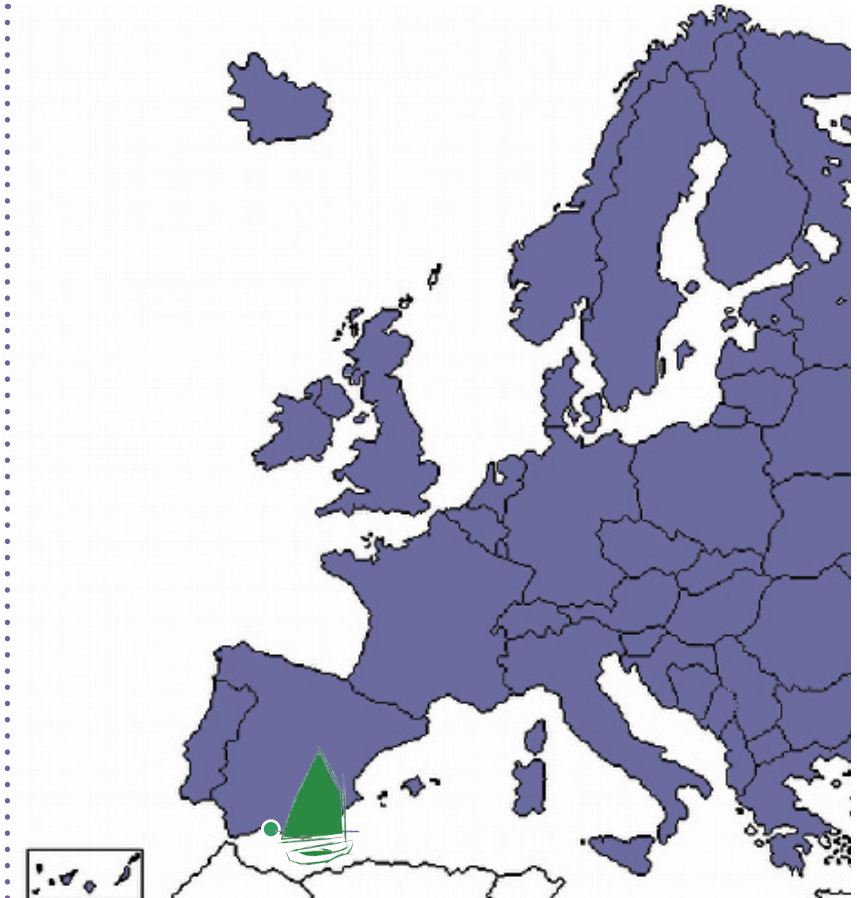
CURRICULUM VITAE

PUBLICIDAD DISCRIMINATORIA POR RAZÓN DE SEXO: LA LEGITIMACIÓN ACTIVA DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS. CASO RYANAIR

Sr. Antonio Castillo Gómez.



Abogado.
Presidente de la Asociación de Consumidores ADECUA.
Consejero titular del Consejo Social de la Ciudad de Málaga y miembro de su Comisión Permanente.
Árbitro de las Juntas Arbitrales de Consumo del Ayuntamiento y Diputación de Málaga.
Vocal de la Comisión de Honorarios del Colegio de Abogados de Málaga.
Sentencias con repercusión mediática en el sector bancario y aerolíneas.



adecua

ANUNCIOS DEL CASO RYANAIR

is Baratos - Reserva Vuelos... +

yanair.com/es

nzar a usar Firefox

RYANAIR Información del Vuelo Contacto Recargos Términos y condiciones España (Castellano)

Buscar

VUELOS ALQUILER DE COCHES HOTELES SEGUROS TARJETA PREPAGO ALBERGUES ESTACIONAMIENTO Y TRANSFERENCIA ORGANIZAR VIAJE MAPA DE RUTAS GESTIONAR MI RESERVA CHEQUES REGALO DE NAVIDAD

TARIFAS AL ROJO VIVO

€8

¡V LA TRIPULACIÓN!

¡PINCHA AQUÍ Y COMPRE EL CALENDARIO BENÉFICO 2013 DE LA TRIPULACIÓN RYANAIR!

RESERVA HASTA LA MEDIANOCHE DEL LUNES. VALIA EN ENERO. TARIFAS POR TRAYECTO DESDE. TÉRMINOS Y CONDICIONES APLICABLES. LOS TITULARES DE TARJETA RYANAIR CARD PASSPORT TIENEN DERECHO A UN DESCUENTO DE 16 POR PERSONA/SECTOR. LA TARIFA NO INCLUYE RECARGOS NI COSTES OPCIONALES. [PINCHA AQUÍ](#)

He leído y acepto los [términos de uso de Ryanair.com](#)

Adultos 1 Niños <16 0 Bebés <2 0

Reservar

Facturación Online

Alquile un coche

Hertz

RESERVA CON ANTELACIÓN Y AHORRA HASTA UN 25%

Cheques Regalo

Cheque-Regalo De Ryanair

Novedades 14 Dic - Vuelos Cancelados - Italia

Vuelos baratos Destinos Cheques Regalo Ofertas

¡Felicidades!

The girls of RYANAIR

CABIN CREW CHARITY CALENDAR

2013

Express Checkout

Please allow 21 days for delivery

Quantity: 1

Payable: €10 +€5.99 P&P

*First Name:

*Last Name:

*Address 1:

Address 2:

*City/Town:

County:

*Postal code:

*Country: Spain

*Email:

(Used for Order Confirmation)

Tel.:

(optional for Order Confirmation)

Continue



Análisis de los fundamentos de la sentencia

DIMENSIÓN JURÍDICA DE LA PUBLICIDAD NO SEXISTA

Práctica. Casos prácticos de publicidad desleal, ilícita y sexista.

CURRICULUM VITAE

ANÁLISIS DE LOS FUNDAMENTOS DE LA SENTENCIA

Ilma. Sra. Doña Amanda Cohen Benchetrit.



Ingresó en la carrera judicial, por oposición libre, en marzo de 2004, habiendo desempeñado mi función en los Juzgados de Antequera, Puerto Genil (Córdoba) y Molina de Segura (Murcia).

En octubre de 2008, fui promovida a la categoría de Magistrado.

Desde entonces, he servido en los siguientes destinos:

Juzgado de Primera Instancia e Instrucción 1 de San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria).

Juzgado de Instrucción 1 de Marbella (Málaga), en comisión de servicios.

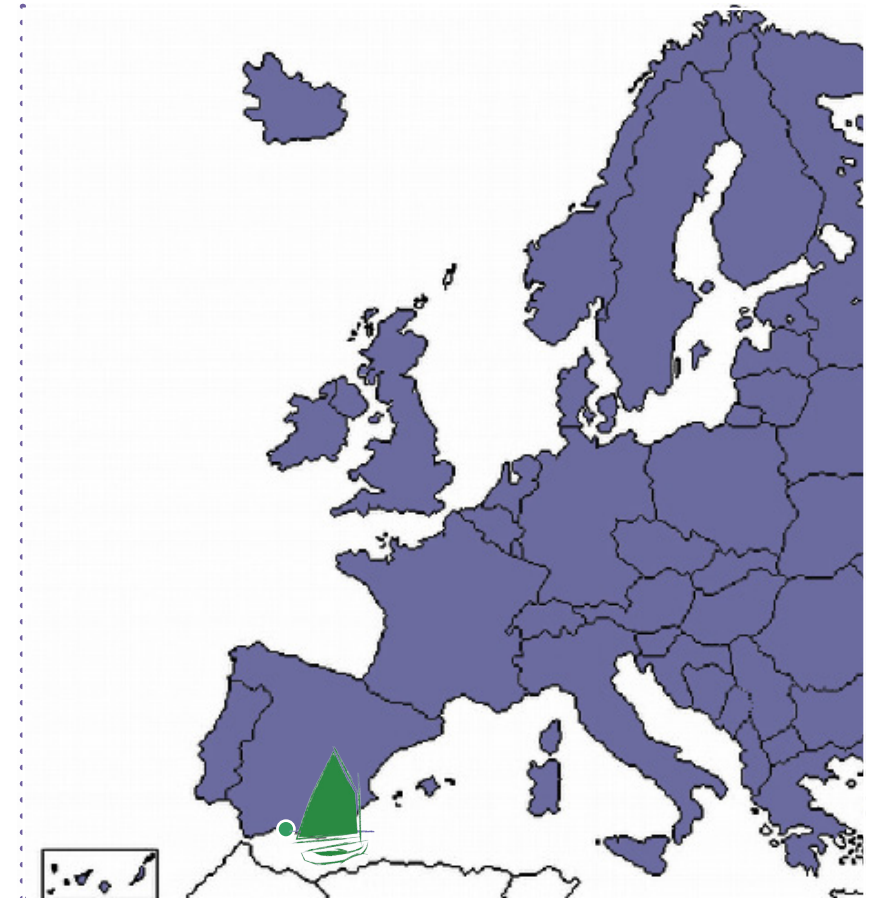
Juzgado de Primera Instancia 3 de Fuengirola, del que soy titular.

Juzgado de lo Mercantil 2 de Málaga, en el que permanezco en comisión de servicios desde el 12/04/2013.

Pertenezco a la Red Séneca, integrada por autores y docentes expertos que colaboran en la impartición de cursos de enseñanza en la Fundación Didáctica XXI, fundación para la que he elaborado el material didáctico “Conocimientos fundamentales desde el ámbito jurídico para la adecuada formación del mediador: materias mercantiles”.

He participado como ponente en la mesa redonda organizada por la Delegación del Colegio de Abogados de Vélez- Málaga, sobre ejecución hipotecaria y cláusulas abusivas.

Actualmente cuento con dos artículos pendientes de publicación, aceptados por las Revistas La Ley y El Derecho, sobre cuestiones relacionadas con las condiciones generales de la contratación y, en particular, sobre la cláusula suelo, bajo los siguientes títulos “Cuestiones prácticas que se plantean ante los Juzgados de lo Mercantil en procedimientos en los que se pretende la declaración de nulidad de una condición general de la contratación: la cláusula suelo” y “Medidas Cautelares en procesos relativos a condiciones generales de la contratación”. Estos artículos vienen motivados por el hecho de la repercusión que ha tenido el hecho de que me haya apartado del criterio marcado por el Tribunal Supremo en



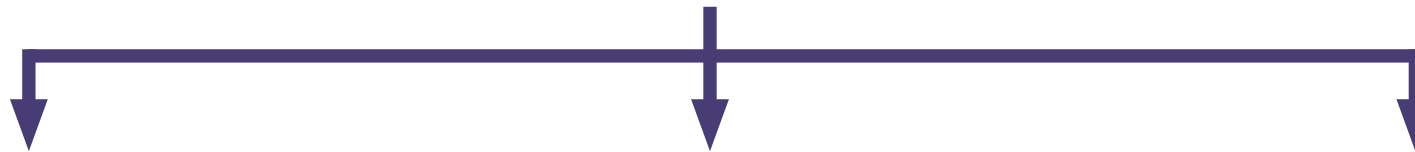
su Sentencia de 9 de mayo de 2013, sobre cláusula suelo, en cuanto al efecto retroactivo de la declaración de nulidad y la procedencia de la devolución de cantidades cobradas de más por las entidades bancarias por aplicación de la mencionada práctica.

Experto en Ley Concursal por la Universidad de Deusto.

SENTENCIAS DE PUBLICIDAD



JURISPRUDENCIA



ESTEROTIPO

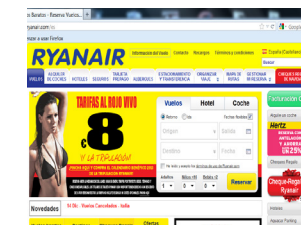
COSIFICACIÓN

ESTEREOTIPO/COSIFICACIÓN

**FEVER JIPI IBI
03/03/1992**

**ST A11-2008N
SEAT LEÓN**

**RYANAIR
05/12/2013**





Canción de motivación

Antònia Font: “Alegria”

Autor: Joan Miquel Oliver

Por gentileza de Robot Innocent Companyia Discogràfica y Antònia Font

Cau es sol de s'horabaixa
dins s'horitzó
damunt sa mar arrissada es avions.

Cau es sol de s'horabaixa
vermell i calent,
me sala i m'arengada sa pell.

Es penya-segat
i una pluja suau
de pols estel·lar.

Cau es sol de s'horabaixa
i plàcidament,
sa gent se dutxa i omple es carrers.

Cau es sol de s'horabaixa
dins es meu cor,
tothom m'estima i jo estim tothom.

Falla sa corrent
ses fireres no
vendran cacauets.

I alegria,
ses velles se xapen de riure,
es dies s'acaben
i es fars il·luminen
ses góndoles entre ses cases.

I alegria,
ses òrbites en sincronia,
i es ovnis se pinyen
i deixen un cràter
per sempre dins sa meva vida.

I alegria.

Cau es sol de s'horabaixa
dins s'horitzó
damunt sa mar arrissada es avions.

Cau es sol de s'horabaixa
vermell i calent,
me sala i m'arengada sa pell.

Es municipals, és evident,
fan aparcar bé sa gent.

I alegria,
ses velles se xapen de riure,
es dies s'acaben
i es fars il·luminen
ses góndoles entre ses cases.

I alegria,
ses òrbites en sincronia,
i es ovnis se pinyen
i deixen un cràter
per sempre dins sa meva vida.

I alegria,
ses velles se xapen de riure,
es dies s'acaben
i es fars il·luminen
ses góndoles entre ses cases.

Traducida por: Dr. Antoni Rubí i Puig

Ver on-line: “Alegria”

Cae el sol del atardecer
dentro del horizonte,
sobre la mar rizada los aviones.

Cae el sol del atardecer,
rojo y caliente,
me sala y me arencia la piel.

El acantilado
y una lluvia suave
de polvo estelar.

Cae el sol del atardecer
y plácidamente
la gente se ducha y llena las calles.

Cae el sol del atardecer
dentro de mi corazón,
todo el mundo me quiere y yo quiero a
todo el mundo.

Falla la corriente,
las feriantes no
venderán cacahuets.

Y alegría,
las viejas se parten de risa,
los días se acaban
y los faros iluminan
las góndolas entre las casas.

Y alegría,
las órbitas en sincronía,
y los ovnis se estrellan
y dejan un cráter
por siempre en mi vida.

Y alegría.

Cae el sol del atardecer
dentro del horizonte,
sobre la mar rizada los aviones.

Cae el sol del atardecer,
rojo y caliente,
me sala y me arencia la piel.

Los municipales, es evidente,
hacen aparcar bien a la gente.

Y alegría,
las viejas se parten de risa,
los días se acaban
y los faros iluminan
las góndolas entre las casas.

Y alegría,
las órbitas en sincronía,
y los ovnis se estrellan
y dejan un cráter
por siempre en mi vida.

Y alegría,
las viejas se parten de risa,
los días se acaban
y los faros iluminan
las góndolas entre las casas.





PROYECTO
EUROPEO
Siamura

Fotografías





















Creación: Inés Pérez Marín
Diseño: María Bellver Boil





























































