

La Asociación de Usuarios de la Comunicación pide un cambio en la normativa para poner freno a los anuncios de contactos sexuales en la vía pública

AUC insta a los ayuntamientos a restringir esta publicidad en las ordenanzas municipales, pero pide también cambios legislativos en el ámbito estatal y autonómico.

Madrid, 13 de Febrero de 2018. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) ha pedido que se tomen medidas contra la proliferación en diferentes ciudades españolas de anuncios de contactos sexuales que se distribuyen en la vía pública mediante octavillas o flyers, en ocasiones con imágenes muy explícitas, y que acaban colocados en los limpiaparabrisas, o pegados en paredes, farolas y escaparates.

AUC recuerda que la publicidad debe cumplir con los valores institucionales, entre ellos la dignidad de las personas, la no discriminación y la protección de la juventud y de la infancia. En un informe realizado al respecto, la Asociación señala que es posible un desarrollo reglamentario que convierta esta publicidad en ilícita a nivel estatal. Se refiere también a la normativa de protección de los menores desarrollada por las comunidades autónomas y, finalmente, pide que se aplique las ordenanzas municipales que prohíben el reparto de publicidad en la vía pública, especialmente cuando su contenido promueva hábitos no saludables (por ejemplo, el consumo de alcohol o de tabaco) o pueda afectar el desarrollo físico, mental o moral de los menores.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación considera contradictorio que la publicidad perjudicial para la infancia esté restringida en ámbitos como la televisión o internet, y sin embargo no tenga ningún tipo de limitación en la vía pública, en la que es fácilmente accesible para cualquier menor. Considera asimismo, que se trata de una publicidad sexista en la mayoría de los casos, y por tanto, perseguible por la vía judicial.