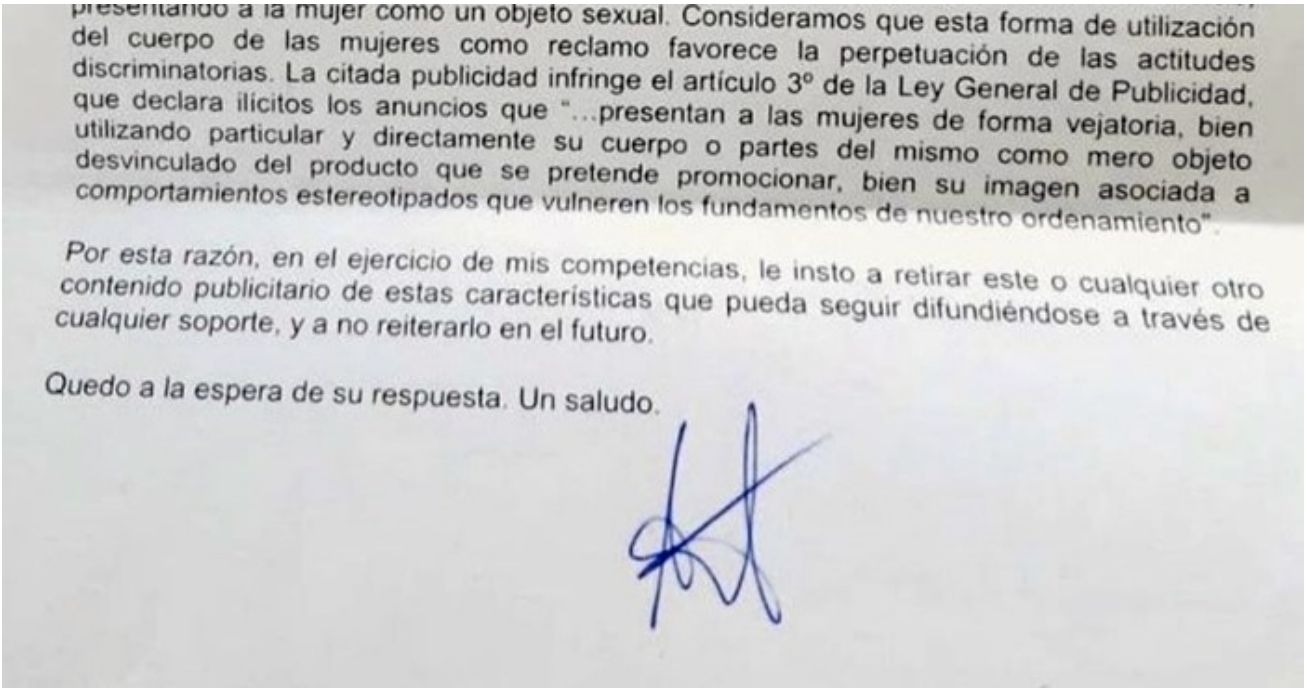
vinetur

El Ministerio de Igualdad pide por carta a una bodega que elimine la imagen de un vino por sexualizar a la mujer

miércoles 30 de noviembre de 2022



presentando a la mujer como un objeto sexual. Consideramos que esta forma de utilización del cuerpo de las mujeres como reclamo favorece la perpetuación de las actitudes discriminatorias. La citada publicidad infringe el artículo 3º de la Ley General de Publicidad, que declara ilícitos los anuncios que "...presentan 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".

Por esta razón, en el ejercicio de mis competencias, le insto a retirar este o cualquier otro contenido publicitario de estas características que pueda seguir difundiéndose a través de cualquier soporte, y a no reiterarlo en el futuro.

Quedo a la espera de su respuesta. Un saludo.

El Instituto de la Mujer del Ministerio de Igualdad ha enviado una carta a la bodega Almázcara Majara/Encima Wines de El Bierzo solicitando la retirada de una valla publicitaria por "sexualizar la imagen de la mujer con fines promocionales".

En la carta se puede leer:

«El Instituto de las Mujeres, organismo dependiente del Ministerio de Igualdad, en cumplimiento de las funciones que tiene asignadas, gestiona un Observatorio de la Imagen de las Mujeres con el fin de velar por un correcto tratamiento de la imagen de

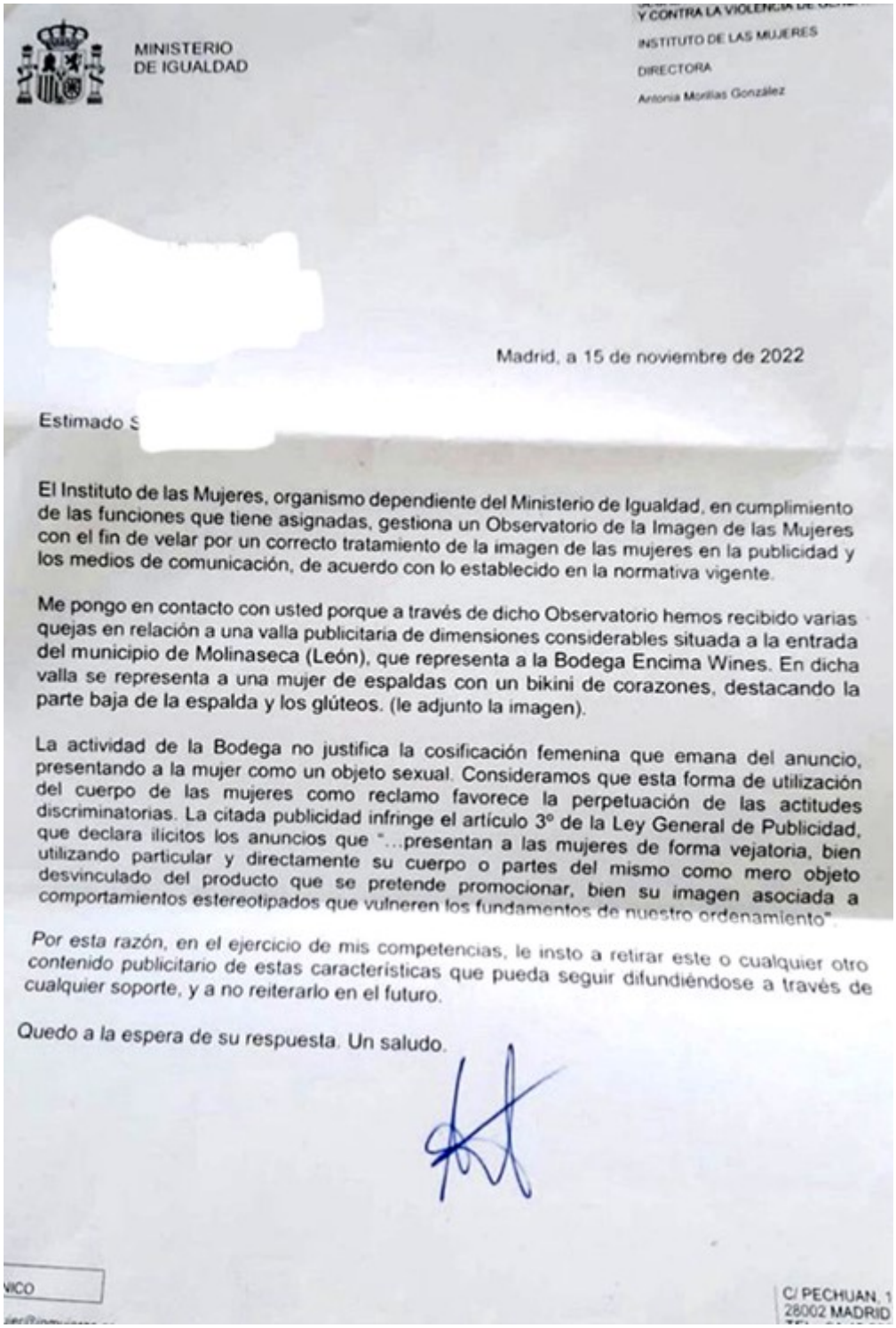
las mujeres en la publicidad y los medios de comunicación, de acuerdo con lo establecido en la normativa vigente

Me pongo en contacto con usted porque a través de dicho Observatorio hemos recibido varias quejas en relación a una valla publicitaria de dimensiones considerables situada a la entrada del municipio de Molinaseca (León), que representa a la Bodega Encima Wines. En dicha valla se representa a una mujer de espaldas con un bikini de corazones, destacando la parte baja de la espalda y los glúteos, (le adjunto la imagen).

La actividad de la Bodega no justifica la cosificación femenina que emana del anuncio, presentando a la mujer como un objeto sexual. Consideramos que esta forma de utilización del cuerpo de las mujeres como reclamo favorece la perpetuación de las actitudes discriminatorias. La citada publicidad infringe el artículo 3 de la Ley General de Publicidad, que declara ilícitos los anuncios que "...presentan 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.

Por esta razón, en el ejercicio de mis competencias le insto a retirar este o cualquier otro contenido publicitario de estas características que pueda seguir difundiéndose a través de cualquier soporte, y a no reiterarlo en el futuro.»

La carta está firmada por Antonia Morillas González, Directora del Instituto de las Mujeres.



MINISTERIO
DE IGUALDAD

Y CONTRA LA VIOLENCIA DE
INSTITUTO DE LAS MUJERES
DIRECTORA
Antonia Morillas González

[redacted]

Madrid, a 15 de noviembre de 2022

Estimado S[redacted]

El Instituto de las Mujeres, organismo dependiente del Ministerio de Igualdad, en cumplimiento de las funciones que tiene asignadas, gestiona un Observatorio de la Imagen de las Mujeres con el fin de velar por un correcto tratamiento de la imagen de las mujeres en la publicidad y los medios de comunicación, de acuerdo con lo establecido en la normativa vigente.

Me pongo en contacto con usted porque a través de dicho Observatorio hemos recibido varias quejas en relación a una valla publicitaria de dimensiones considerables situada a la entrada del municipio de Molinaseca (León), que representa a la Bodega Encima Wines. En dicha valla se representa a una mujer de espaldas con un bikini de corazones, destacando la parte baja de la espalda y los glúteos. (le adjunto la imagen).

La actividad de la Bodega no justifica la cosificación femenina que emana del anuncio, presentando a la mujer como un objeto sexual. Consideramos que esta forma de utilización del cuerpo de las mujeres como reclamo favorece la perpetuación de las actitudes discriminatorias. La citada publicidad infringe el artículo 3º de la Ley General de Publicidad, que declara ilícitos los anuncios que "...presentan 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".

Por esta razón, en el ejercicio de mis competencias, le insto a retirar este o cualquier otro contenido publicitario de estas características que pueda seguir difundiéndose a través de cualquier soporte, y a no reiterarlo en el futuro.

Quedo a la espera de su respuesta. Un saludo.

VICO

C/ PECHUAN, 1
28002 MADRID

La valla publicitaria corresponde a una pintura creada en el año 2008 por el pintor catalán Josep Moscardó. Esta obra fue encargada por la bodega para ser la imagen de la etiqueta de uno de sus vinos, un blanco joven Godello que salió al mercado en 2009.



Obra del artista Josep Moscardó



Valla publicitaria objeto de la controversia que señaliza la entrada de la bodega



Respuesta de la bodega

La bodega ha enviado ya una respuesta a la carta de Igualdad: "Estamos realmente sorprendidos por su comunicado y, sobre todo, por el contenido e incomprensible percepción de nuestra etiqueta/cartel de bodega. Primero de todo, informarles de que la mayoría de los empleados de la bodega son mujeres y en ningún momento hemos pretendido sexualizar nuestros vinos".

La bodega informa además al Instituto de la Mujer que la etiqueta representa el nombre del vino y el Mediterráneo "siempre con una intencionalidad artística y, por supuesto, sin ninguna connotación sexual o de humillación" y añade que "nos sorprende que ha alguien le pueda molestar visualizar dicho cartel salvo que sea alguien retrogrado y acomplejado por ver un cuerpo de mujer", concluye la bodega, que asegura que no tienen la más mínima intención ni de retirar el cartel que da entrada al lugar donde hacen sus vinos ni mucho menos la etiqueta por la que se conoce su blanco estrella, salvo que la Justicia les obligue a hacerlo.

La respuesta de la bodega va firmada por Encina Otero, responsable de Exportación y Redes Sociales.

Reacciones en redes sociales

Las redes sociales también se han hecho eco de la viralizada misiva. La mayoría de usuarios hacen énfasis en la incomprensible petición del Ministerio por considerarla exagerada.

Aquí algunos de los cientos de comentarios que se han escrito en Twitter:

> Y mientras los violadores van saliendo a la calle gracias a la ley de Irene Montero, el Ministerio de Igualdad se dedica a esto: a enviar cartas amenazantes a bodegas españolas para que retiren etiquetas tan "ofensivas" como esta de la derecha. pic.twitter.com/GSQZJkwTD9
>
> — Cristian Campos (@crpandemonium) November 29, 2022

> Tanto criticar a Qatar mientras en España vamos por el mismo camino. Un apaño para la bodega, quizá con burquini les guste más la imagen. pic.twitter.com/9ui72oLbCQ
>
> — Rubén (@ruben_mmee) November 30, 2022

> Y quien les ha dicho que esa imagen es de una mujer? Según las políticas de género ese cuerpo puede ser de quien quiera ser esa persona. Caen en sus propias trampas.

> — Pacto Igualdad (@pactoigualdad) November 30, 2022

> Opción del Ministerio de Igual - da pic.twitter.com/CkIrAARtD6
>
> — #HonoryGloria (@dranelesoj) November 30, 2022