



algún tipo de preaviso a estas personas en caso de corte programado del servicio, para que tengan tiempo de adoptar las medidas de salvaguarda que estimen necesarias.

1.6. Igualdad de Género

1.6.1. Introducción

...

En el ámbito de los **servicios de interés general**, referido concretamente al servicio de suministro de agua, debemos reseñar durante 2019 la presentación de quejas relacionadas con los problemas para su contratación por mujeres a consecuencia de los complejos problemas habidos a consecuencia de su separación o divorcio tras adjudicárseles la vivienda familiar y estar los contratos de suministro a nombre de sus ex-maridos.

...

1.6.2. Análisis de las quejas admitidas a trámite

1.6.2.7. Educación, personas menores y cultura

...

Destacamos, de otra parte, las actuaciones realizadas ante **campañas publicitarias cuyo contenido podría atentar contra la dignidad de la mujer**. Se trataba de una campaña de publicidad de una clínica de estética que publicitaba cirugía de aumento de pecho. En esta campaña colaboraba un centro deportivo mediante la colocación de carteles anunciadores en las taquillas de los vestuarios, a los cuales acceden niñas y adolescentes, muy vulnerables ante esa publicidad que cosifica el cuerpo e imagen de la mujer, tratándolo como un mero objeto de consumo.

Sobre este asunto se ha de tener en cuenta lo establecido en el artículo 2, de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de Publicidad, que dispone que a efectos de dicha ley se entenderá por publicidad toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

Por tanto, la publicidad de la clínica privada de cirugía estética que se viene realizando en las instalaciones del **centro deportivo** al que nos venimos refiriendo se habría de entender incluida en el ámbito de aplicación de la ley.

Adentrándonos ya en el contenido de la Ley General de Publicidad, hemos de referirnos al tenor de artículo 3, que considera ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Conforme a las modificaciones introducidas en la Ley General de Publicidad por la Disposición Adicional 6.1 de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, se habrán de entender incluidas en la previsión anterior los anuncios que presenten 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 de medidas de protección integral contra la violencia de género.

“Actuaciones realizadas ante campañas publicitarias cuyo contenido podría atentar contra la dignidad de la mujer”



Por otra parte, el artículo 25, de la Ley General de Publicidad, establece que cuando una publicidad sea considerada ilícita por afectar a la utilización vejatoria o discriminatoria de la imagen de la mujer, podrán solicitar del anunciante su cese y rectificación, entre otros organismos públicos, instituciones o asociaciones legitimadas, el Instituto de la Mujer o su equivalente en el ámbito autonómico.

Para apostillar la necesidad de actuación en esta cuestión también se ha de traer a colación las previsiones contenidas en la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil (incluyendo las modificaciones introducidas por la Ley 26/2015, de 28 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia), cuyo artículo 11 apartado 1, impele a las Administraciones Públicas a tener en cuenta las necesidades de los menores al ejercer sus competencias, especialmente en materia de control sobre productos alimenticios, consumo, vivienda, educación, sanidad, servicios sociales, cultura, deporte, espectáculos, medios de comunicación, transportes, tiempo libre, juego, espacios libres y nuevas tecnologías (TICs).

Dispone también el artículo 11.2.d) de la Ley de Protección Jurídica del Menor que habrá de ser un principio rector de la actuación de los poderes públicos en relación con los menores la prevención y la detección precoz de todas aquellas situaciones que puedan perjudicar su desarrollo personal.

Con estos fundamentos, trasladamos los antecedentes del caso al Instituto Andaluz de la Mujer, el cual, en cumplimiento de las funciones legalmente encomendadas, envió a la empresa publicitaria un requerimiento para que procediese a la retirada de la citada publicidad y el compromiso de no reiteración (queja 19/2196).

1.6.2.8. Servicios de interés general y consumo

Referido concretamente al servicio de suministro de agua, debemos reseñar durante 2019 cómo a través de las quejas presentadas podemos ver que los problemas habidos a consecuencia de la separación o divorcio repercuten en mayores dificultades para la contratación de este suministro, especialmente cuanto en contrato inicial está a nombre del ex-marido y la vivienda familiar le es adjudicada a la mujer con sus hijos e hijas.

Merece ser reseñada la queja 19/5266 en la que una mujer nos trasladaba las dificultades encontradas para poner a su nombre el contrato de agua de la vivienda familiar, que le había sido adjudicada tras su separación y que constaba a nombre de su ex-marido.

El principal problema radicaba en el coste derivado de las obras de adaptación de las instalaciones que era necesario acometer para adecuar las mismas a la normativa técnica vigente, en particular por lo que se refería a la colocación del contador en el exterior de la vivienda.

La precariedad económica de la mujer dificultaba que pudiera asumir el costo de las obras a realizar, por lo que acudía en demanda de ayuda a esta Institución. Tras poner el caso en conocimiento del Ayuntamiento de Málaga, nos informó la empresa municipal de aguas (EMASA) que se había acordado con la interesada concederle un anticipo para el pago de la obra que le sería posteriormente cobrado de forma prorrateada junto con los recibos de los próximos dos años. Con ello entendimos que quedaba solventado el problema.

1.8. Justicia, Prisiones y Política Interior

1.8.2. Análisis de las quejas admitidas a trámite

1.8.2.1. Justicia

En 2019 los litigios sobre los **préstamos liquidados en las denominadas "cláusulas suelo" o la reclamación de gastos indebidos en la formalización de actividades financieras**, han constituido, un año más, una fuente de impugnaciones y litigiosidad hacia la saturada organización judicial, tal y como fue previsto por autoridades y expertos, tras la aprobación por la Comisión Permanente del Consejo General del Poder Judicial (CGPJ) de la renovación del plan de especialización, que afecta a cincuenta y cinco juzgados de primera instancia de toda España, tras la evaluación que realizó el propio CGPJ que venía a incidir en la consolidación de resultados acordes con los objetivos.