

NIG: 2906742M20130000023

Órgano: **Audiencia Provincial Málaga. Sección: 6**

Objeto: **Publicidad Ilícita**

Fecha: **22/12/2016**

Nº de Recurso: **344/2014**

Nº de Resolución: **894/2016**

Procedimiento: **CIVIL**

Tipo de Resolución: **Sentencia**

Apelado: **MINISTERIO FISCAL, INSTITUTO DE LA MUJER, ALIANZA PARA LA DEFENSA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS ACTIVOS y FEDERACIÓN DE MUJERES PROGRESISTAS**

Apelante: **RYANAIR LIMITED**



2013. RYANAIR. El OIM llevó ante los tribunales a la compañía aérea RYANAIR por promocionar, en su página web, la venta de billetes de avión usando las imágenes de azafatas en bikini, con el título '*Tarifas al rojo vivo ¡y la tripulación!*' en alusión directa a las azafatas de vuelo. Asimismo, en dicha página web se ofertaba un calendario benéfico de 2013 con la imagen de seis azafatas en bikinis, denominadas "The girls of Ryanair", y resaltando su carácter benéfico ("cabin crew charity calendar"). La sentencia del Juzgado Mercantil nº 2 de Málaga de 5 de diciembre señala que en el contenido comunicativo reclamado (anuncios y calendario) se emplea el cuerpo femenino como parte captatoria de la publicidad, como mero objeto con

"posturas en clara invitación sexual", y en absoluta desconexión entre la imagen utilizada y el producto que se promociona (venta de billetes de avión). Asimismo, incurriría además en trato discriminatorio respecto de la mujer, ya que no hay productos comunicativos similares protagonizados con sus compañeros. Se condena a Ryanair a cesar la campaña publicitaria por ser ilícita y desleal, a no emitirla en el futuro y publicar el fallo de la sentencia en dos periódicos de gran tirada.

Por su parte, la AUDIENCIA PROVINCIAL DE MÁLAGA, emite sentencia del recurso de apelación, en la que dice textualmente:

Estimamos que la campaña publicitaria es sexista y degrada la imagen de la mujer. Y tampoco podemos considerar que nos estemos moviendo en estándares de antaño, porque precisamente estamos aplicando una normativa reciente que declara de ilicitud de (sic) la utilización del cuerpo de la mujer con fines publicitarios, desconectada del producto que se publicita y que supone dispensar a la mujer un trato vejatorio y discriminatorio, que atenta contra su dignidad, "cosificándola", y que precisamente es lo que resulta impropio de la sociedad moderna del siglo XXI.