

La nueva campaña de KLING nos



deja en bragas y tiradas en el descampado

La industria de la moda usa cada vez más, imágenes en las que las mujeres pierden la dignidad como la campaña de **Kling**. El ¡**muy inspirador!** inventa cosas nuevas con cero de sensibilidad hacia las mujeres, da una vuelta de tuerca hasta llegar al límite del ridículo, de la humillación. **¡Responsabilidad!**

Una marca que se preocupa por los derechos humanos debería ser responsable y coherente en sus acciones. Por ello criticamos que no cuide más la representación que hace de las mujeres, la forma en que nos clasifica en función de lo que ellos consideran estético y lo que no, y del contenido sexual que lleva implícito.

La conocida marca de ropa por estampados alegres, delfines y arcoíris multicolor **presenta su nueva colección de vestidos... sin apenas vestidos.** **Kling se marca un "más horroroso todavía"**, resalta las bragas, muchas bragas, algunas puestas y otras quitadas, enseñando lo que es fetiche por el público masculino. Nos presenta con poses que no sabemos si estamos borrachas o poseídas, o simplemente enfermas y desorientadas. En algunas escenas aparecen totalmente desnudas y caminando por un cementerio con zapatos de la marca.

Ante el derecho de vestir y enseñar las bragas se tiene la responsabilidad y la obligación de reflexionar qué se está legitimando y fomentando con campañas como ésta. Desde la Secretaría de Igualdad de la **FeSP-UGT Castilla y León** pedimos a las consumidoras no apoyar marcas que potencian clichés y rechazar toda la publicidad que no asuma su compromiso con los derechos humanos. Damos a conocer un canal de denuncia el **Observatorio de la Imagen de las Mujeres** para las campañas que tirando del guión típico de los estereotipos humillan a la mujer así, como las fotografías que nos presentan con poses eróticas cercanas a la pornografía.

Desigual la firma española vuelve a romper con los cánones de belleza



La firma española lanza su nueva campaña de verano en la que la modelo no ha sido retocada en las fotos

"Por fin podemos mirar moda, sin sentir que a tu cuerpo le sobra o le falta algo".

[Cara Delevigne](#), [Lena Dunham](#) y [Amy Schumer](#) son algunas de las modelos y actrices que ya han alzado la voz en contra de los estereotipos de belleza. También lo han hecho algunas marcas como **Victoria's Secret**, que el pasado noviembre publicó una foto de la modelo [Jasmine Tookes](#), **un ángel con estrías en su físico**; o la firma de lujo [Céline](#), que **apostó por una intelectual octogenaria como Joan Didion** para ilustrar su primavera 2015. Ahora, **Desigual** se suma a esta lucha a favor de la belleza real con su nueva campaña de verano que protagoniza la modelo [Charli Howard](#) y cuyas fotografías no han sido retocadas.

Una marca debe ser compromiso, integridad y coherencia con la diversidad de las mujeres

La modelo defiende la belleza femenina sin complejos. Prueba de ello son sus numerosas declaraciones **"la diversidad es la llave para el cambio"**, en sus publicaciones de Instagram. Muestra su cuerpo "imperfecto" con mensajes de apoyo a las curvas y en contra de los retoques que buscan alcanzar los estándares de belleza establecidos por la sociedad. **"Recuerda que tu vientre, tus muslos y tu pecho son espectaculares tengan la talla que tengan y nadie debe retocarlos"**, aseguraba la maniquí en uno de sus post más recientes.

La modelo y actriz [Cara Delevigne](#) reflexiona acerca de los estereotipos tras su decisión de raparse el pelo por exigencias de guion. "Es agotador que te digan **cómo debería ser la belleza**". **"Estoy harta de que la sociedad defina la belleza por nosotros"**.



Sólo 27 millones para combatir la violencia, 38 mujeres asesinadas y 13 niñ@s huérfanos en 2017

- ❖ **"Sin presupuesto, la Igualdad y ese Pacto de Estado para la violencia de género no será una cuestión de Estado", será una foto, propaganda, una burla.**
- ❖ **En conjunto las dos cifras suponen tan sólo el 0,01% de los PGE**, una cantidad vergonzosa según las organizaciones.
- ❖ **"Ni siquiera aceptaron una propuesta que pedía desgravaciones fiscales para los donantes del Fondo de Becas Soledad Cazorla"**

La igualdad hoy por hoy es una farsa

Los escasos 28 millones destinados este año por el gobierno de Rajoy **son una ofensa para las mujeres asesinadas y para todas las víctimas.** Los 19 millones para todo lo relacionado con Igualdad de Oportunidades, son una miseria para cumplir con sus objetivos.

Las cifras oficiales manejadas por el Ministerio de Sanidad, Seguridad Social e Igualdad, contradicen a las del Ministerio, ya que sólo contabilizan a las mujeres que son pareja o expareja de los agresores y a los hijos que han sido asesinados en estos actos. Las organizaciones, sin embargo, recopilan todas aquellas víctimas de violencia machista, aunque el asesino no tuviera una relación de pareja con ellas