



### VOTO PARTICULAR DE LOS CONSEJEROS DON ISIDRO CUBEROS Y DOÑA CARMEN ELÍAS A LA DECISIÓN SOBRE TRANSMISIÓN DE ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA EMITIDA POR LA RTVA

Estos consejeros votan en contra de la Decisión porque comparten uno por uno los argumentos alegados por el operador en defensa de la emisión de la citada campaña publicitaria.

Como bien expone la RTVA, la campaña publicitaria firmada por P&G no vulnera lo dispuesto en la legislación vigente, en concreto la Ley de Igualdad, ni el Código de Conducta Comercial de la propia RTVA.

Además, la campaña claramente identificada como "Gracias, mamá" no podría ser denominada de otra manera, puesto que si se aplica la norma general del diccionario panhispánico de dudas de la RAE, el uso en este caso del genérico masculino, que sería "gracias, papás", sí supondría claramente una vulneración de la legislación que protege la igualdad, puesto que dejaría fuera, precisamente, a las mujeres.

Con independencia de este argumento que podría firmar Pero Grullo, hay que tener en cuenta que la campaña corresponde a una acción global de P&G como marca general que engloba a numerosos productos, unos dedicados a la mujer y otros al hombre. Si en este caso se reconviniera a Canal Sur por emitirla, habría que proceder de igual manera contra el operador autonómico andaluz por emitir la campaña firmada por la misma marca, P&G, dirigida a los hombres, con otra línea de productos específicos para ellos, por cuanto también vulneraría la Ley de Igualdad, según los supuestos explicados por la Decisión del CAA aprobada sin el apoyo de los consejeros firmantes.

Esta decisión del CAA podría conducir al absurdo de que los anuncios de productos típicamente femeninos tendrían que incluir en su target a los hombres, pese a que el uso de tampones, por ejemplo, no parece específico de estos, y los de hombres, como maquinillas de afeitar o aftershaves, incluiría a las mujeres, aunque muy escasísimas de ellas practiquen de manera habitual el afeitado.