

## **Resolución 15/2013 sobre contenidos sexistas y discriminatorios en el anuncio que conmemora el aniversario de la Real Academia de la Lengua Española**

**1.-** El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) ha recibido el 27 de septiembre de 2013 una queja en la que se denuncia la emisión de contenidos sexistas y discriminatorios para la mujer en un anuncio elaborado por la Academia de la Publicidad para celebrar el 300 aniversario de la Real Academia de la Lengua (RAE).

La queja se admitió a trámite el 9 de octubre, de conformidad con lo establecido en el artículo 4.15 de la Ley 1/2004 por el que el Consejo tiene la capacidad de *solicitar de los anunciantes y empresas audiovisuales, por iniciativa propia o a instancias de los interesados, el cese o la rectificación de la publicidad ilícita o prohibida*. Es también función del Consejo promover la igualdad de género fomentando la promoción de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en la programación y publicidad que se emite en Andalucía (art. 4.7).

**2.-** Entre el 27 de septiembre y el 6 de octubre, el Consejo ha registrado 22 inserciones del anuncio en prestadores del servicio de ámbito nacional (Telecinco y Cuatro), de las que 16 se han difundido en horario de menores. La campaña no se ha emitido en televisiones autonómicas ni locales bajo el ámbito competencial del CAA.


El objetivo del anuncio, de 30 segundos de duración, es homenajear a la RAE mediante una parodia de la publicidad televisiva de productos de limpieza, utilizando el lema de la Real Academia de la Lengua *limpia, fija y da esplendor* como si se tratara de un detergente que quita las manchas del lenguaje. Para ello, se reproducen los estereotipos vinculados a este tipo de publicidad, pretendiendo darle un tono humorístico y cómico que se sustenta en una burla sobre la incompetencia lingüística de una mujer: la madre que recrimina a un niño porque ha roto un tarro de mermelada al intentar abrirlo y le ordena que lo limpie antes de que llegue a casa su padre, para que lo encuentre todo reluciente. El anuncio, construido sobre el modelo habitual de los anuncios de limpieza, muestra a una madre incapaz de aplicar normas lingüísticas elementales y fuera de sí por el estropicio causado que, iluminada por el diccionario de la lengua española, cambia de comportamiento y de vocabulario, con la misma eficacia que un detergente eliminaría las manchas de la ropa.

Se describe a continuación el anuncio:

Comienza con la imagen de un niño que rompe en el suelo de la cocina un bote de mermelada al intentar abrirlo. El ruido atrae a la madre, que, dando evidentes muestras de disgusto, regaña a su hijo:

- *iPero niño...! ¡No vas y tiras las fambruesas estropiciándolo todo! ¡En de que vega tu padre, lo quiero ver todo esto... floresciente!*

S12-00

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	/z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==	<b>Fecha</b>	31/10/2013		
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano				
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==</a>	<b>Página</b>	1/4		

Tras la recriminación de la madre, una voz en *off* masculina afirma:

- *iTranquila, con RAE, este desastre tiene solución! El efecto RAE elimina todas las impurezas devolviéndole al lenguaje su brillo original.*

La imagen del Diccionario de la RAE aparece en pantalla y la madre, al abrirlo, queda iluminada por la luz que irradia. A continuación se repite la secuencia inicial, aunque esta vez la madre, con una sonrisa, le dice a su hijo:

- *Hijo mío, te encomiendo la tarea de dejar el suelo reluciente antes de que llegue tu padre.*

La voz en *off* comenta

- *iDemostrado! RAE: Limpia, fija y da esplendor.*

Finaliza con una nota leída por el mismo *off*, seguida de los logotipos de los colaboradores (Tesauro, Beat Music, Serena y Shackleton):

- *Desde la Academia de la Publicidad queremos rendir homenaje a la Real Academia Española como mejor sabemos: con un anuncio.*


El anuncio muestra el antes y el después del uso del Diccionario de la RAE, que ilumina metafóricamente a la vulgar madre para que su discurso cumpla con las normas de la lengua española en el fondo, pero también en las formas. De hecho, el registro del habla que utiliza se ve modificado por efecto del Diccionario.

Toda la producción del anuncio está orientada a parodiar la publicidad de productos de limpieza, aludiendo a códigos visuales, auditivos y argumentales claramente reconocibles por el espectador. El uso excesivo y artificioso (el volumen de la música, el entusiasmo de la voz en *off*, la gestualidad de la madre, etc.) de estos mismos recursos confirma la recepción del *anuncio* como una pieza burlesca.

**3.-** El anuncio ha originado una importante polémica social y ha confrontado las opiniones de organizaciones feministas muy representativas -que han reclamado su retirada al considerar que reproduce estereotipos sexistas- y la del anunciante, que lo niega. El presidente de la RAE ha advertido que no solicitará la retirada de la campaña al tratarse de una narración satírica que, personalmente, considera *simpática*.

Por otra parte, el Instituto de la Mujer, organismo dependiente del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, se ha dirigido, el 26 de septiembre de 2013, al presidente de la Academia de Publicidad advirtiéndole que la campaña puede resultar ofensiva para muchas mujeres y, en particular, para muchas amas de casa, que –pese al

Código Seguro De Verificación:	/z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==	Fecha	31/10/2013
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==</a>	Página	2/4



contexto humorístico de la pieza- *no se sienten dignamente representadas*. Le insta a *adoptar las decisiones necesarias para evitar que la campaña, que tiene una especial significación social, perjudique el trabajo que desde las instituciones públicas y organizaciones civiles realizan, cada día, para avanzar hacia la igualdad real entre mujeres y hombres y lograr el mismo respeto y reconocimiento público que los varones por las tareas y trabajos que realizan en los diversos ámbitos*.

Los servicios técnicos del Consejo han analizado la campaña para determinar si encaja en los supuestos de publicidad ilícita descritos en nuestra legislación. El apartado a) del art. 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad tipifica como ilícita un supuesto concreto de publicidad discriminatoria, incluyendo los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria en el contexto de presentación de la mujer como mero objeto y de difusión de comportamientos estereotipados que, atendiendo a la literalidad del texto normativo, deben coadyuvar a la violencia de género. Por otra parte, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, prohíbe *la publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio*.

Con carácter general, no corresponde al Consejo Audiovisual de Andalucía valorar la idoneidad u oportunidad de las comunicaciones comerciales sino valorar si respetan las limitaciones y prohibiciones previstas en nuestro ordenamiento jurídico. En este sentido, hay que advertir que mensajes o imágenes que resultarían inaceptables no pueden ser interpretados de manera literal en un contexto humorístico que distorsiona la realidad y a sus protagonistas hasta límites caricaturescos, como es el caso.

El anuncio es, sin lugar a duda, una parodia de un tipo de publicidad –la de productos de limpiezas- que tal como ha advertido con preocupación el Consejo transmite en general una imagen estereotipada de hombres y mujeres<sup>1</sup>. Teniendo en cuenta ese contexto humorístico, no puede concluirse que se promueva una conducta humillante para la mujer o que se asocie explícita o implícitamente a hombres y mujeres con actitudes o roles específicos fijados tradicionalmente para cada sexo.

Esa intención humorística no ha evitado, sin embargo, que el anuncio resulte ofensivo para un sector de la sociedad. Publicistas y medios de comunicación deberían tener en cuenta que el uso de recursos satíricos y la falta de intencionalidad no impiden que la difusión de estereotipos y arquetipos puedan resultar humillantes y degradantes para los colectivos que los sufren y que, como es el caso de la mujer, se enfrentan reiteradamente a estrategias publicitarias que transmiten y consolidan mensajes sexistas.

Los medios de comunicación y, en particular, la industria publicitaria desempeñan un papel crucial a la construcción de la sociedad igualitaria que proclama nuestro ordenamiento jurídico, lo que requiere evitar la transmisión de una imagen estereotipada de hombres y mujeres. Es necesario advertir también que siete de cada diez anuncios del

<sup>1</sup>En el estudio *La publicidad del sector de limpieza: modelos y representaciones sexistas (2007)*, el Consejo advirtió que un 79% de los anuncios emitidos en televisión transmitía estereotipos negativos para la mujer sin que por ello pudiese encuadrarse en los supuestos ilícitos descritos en nuestro ordenamiento jurídico.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	/z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==	<b>Fecha</b>	31/10/2013
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==</a>	<b>Página</b>	3/4



aniversario de la RAE registrados por el Consejo se han emitido en horario televisivo de menores y que el público infantil puede tener dificultades para decodificar la trama satírica de un mensaje publicitario.

Por todo lo expuesto, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, en reunión mantenida el 30 de octubre de 2013, acuerda, a propuesta de la Comisión de Contenidos, adoptar por MAYORÍA las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA:** El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que el anuncio conmemorativo del aniversario de la Real Academia de la Lengua no puede encuadrarse en los supuestos de publicidad ilícita o prohibida descritos en el apartado a) del art. 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual. No obstante, es necesario que la industria publicitaria y los medios de comunicación realicen una profunda reflexión sobre el efecto de mensajes e imágenes que, incluso en un contexto humorístico, se sustentan en estereotipos que pueden menoscabar la imagen de la mujer y no contribuyen a fomentar una imagen igualitaria de hombres y mujeres.

**SEGUNDA:** El anuncio no ha sido emitido por prestadores del servicio de comunicación audiovisual bajo la competencia del Consejo, por lo que procede remitir la queja y esta decisión a la Subdirección del Audiovisual en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones por si, en el ámbito de sus competencias, considerase necesario emprender alguna acción.

**TERCERA:** Remitir esta resolución a las partes interesadas.

En Sevilla, a 30 de octubre de 2013

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

EMELINA FERNÁNDEZ SORIANO

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	/z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==	<b>Fecha</b>	31/10/2013
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code//z9s/rnRKdhlywQ9u50UfA==</a>	<b>Página</b>	4/4

