

## Decisión 77/2014 del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre estereotipos sexistas en publicidad de juguetes.

**1.-** El Consejo Audiovisual de Andalucía ha recibido informe del Observatorio Andaluz de la Publicidad Sexista sobre la emisión en televisión de una publicidad comercial de juguetes de madera de los supermercados Lidl, que incurre en estereotipos sexistas al asignar roles diferentes para niños (al que se destina un juego de construcción) y niñas (juego de cocinitas). El Instituto de la Mujer se ha dirigido a la empresa anunciante advirtiéndole de que la campaña incumple el *Decálogo para una Publicidad no Sexista* al promover modelos que consolidan pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los sexos.

También se ha recibido en el Consejo una queja interpuesta por la Unión de Consumidores de Andalucía, en la que se denuncia que el anuncio fomenta roles sexistas y estereotipados *absolutamente intolerables*.


Los servicios técnicos del Consejo han comprobado que el anuncio no se ha emitido en prestadores del servicio televisivo de Andalucía, pero sí en las televisiones de ámbito nacional Telecinco, Antena 3, La Sexta y Cuatro.

La comunicación comercial denunciada tiene 20 segundos de duración. Aparece en primer lugar un niño hablando con un oso de peluche disfrazado de Papa Noel, al que le dice: "Este año mi hermana ha sido muy buena y me gustaría que le trajeras...". A continuación interviene la niña completando la frase: "¡Comida para mi cocinita!" Por último, el niño pide para sí mismo: "¡Para mí un juego de construcción!". Tras aportar información sobre los precios, una voz en *off* finaliza el anuncio con el eslogan: "En Lidl, todo en juguetes de madera. Lidl, tu navidad perfecta".

**2.-** El Consejo debe vigilar que la publicidad televisiva se ajuste a los principios y normas establecidas por la legislación, pero también tiene atribuida la función de promover la igualdad de género a través de la promoción de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen en Andalucía, así como en la publicidad que se emita.

Además de lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, las comunicaciones comerciales difundidas en televisión deben respetar los límites y prohibiciones establecidos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), así como los acuerdos que pudieran haber suscrito las empresas en el ámbito de la autorregulación.



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	yzehXblymOvpfmP7uJKiA==	<b>Fecha</b>	05/01/2015		
<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/yzehXblymOvpfmP7uJKiA==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/yzehXblymOvpfmP7uJKiA==</a>	<b>Página</b>	1/3		

Corresponde a las autoridades audiovisuales dilucidar si los mensajes transmitidos en la campaña publicitaria denunciada encajan en los supuestos de publicidad prohibida descritos en la legislación, bien porque se utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio, bien porque se incite a conductas que favorezcan la desigualdad entre hombres y mujeres (artículo 7.3 apartado e de la LGCA). En esos supuestos, se puede requerir a los medios de comunicación el cese de la campaña publicitaria.

No existe una obligación positiva que imponga a la publicidad dirigida a menores la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres, cuestión que queda enmarcada en el ámbito de la autorregulación, es decir, de la adopción de compromisos deontológicos voluntariamente aceptados por el sector.

El anuncio asigna roles estereotipados al situar a la niña como destinataria del juguete de cocinitas y al niño como destinatario de un juego de construcción y destreza, que además se presenta con una autoridad mayor al ser él quien se dirige al supuesto Papa Noel para informarle de la buena conducta de su hermana. Aunque es habitual el sesgo sexista de la publicidad de juguetes, que tradicionalmente asigna a las niñas juguetes vinculados a la belleza, el cuidado del hogar y los hijos (estuches de maquillaje, cocinas, juguetes...) y a los niños juguetes de acción y destreza (coches, muñecos de acción, robots...), en este caso el contraste se acentúa al presentarse la contraposición dentro del mismo anuncio. Ha de destacarse que tampoco aparecen ambos hermanos jugando juntos, sino cada uno por separado con el juguete que le ha sido asignado. La estrategia publicitaria puesta en marcha supone por ello un claro caso de exclusión sexuada, y además otorga un papel pasivo a la niña frente al niño.

El Consejo Audiovisual de Andalucía y el Instituto Andaluz de la Mujer han publicado en 2014 y difundido en el sector de la publicidad y los medios las *Recomendaciones para la eliminación de los estereotipos de género en la publicidad de juguetes* para contribuir a cambiar las estrategias publicitarias clásicas. Es fundamental que el sector tome conciencia de la importancia que tiene la publicidad de juguetes en la construcción para evitar una temprana percepción estereotipada vinculada al sexo. El anuncio no contribuye, como sería deseable, a la promoción de la igualdad entre los menores de edad sino que, por el contrario, fomenta roles estereotipados y la segregación de niños y niñas en una actividad tan importante para la socialización como es el juego.

Teniendo en cuenta lo anterior, y a propuesta de la Comisión de Contenidos, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los artículos 131.1 y 217 de la reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado por la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, y los artículos 2.1 y 4.14 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA, en su reunión de 17 de diciembre de 2014, y previa deliberación de sus miembros, acuerda por MAYORÍA las siguientes



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	yze/hXblymOvpfmP7uJKiA==	<b>Fecha</b>	05/01/2015
<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/yze/hXblymOvpfmP7uJKiA==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/yze/hXblymOvpfmP7uJKiA==</a>	<b>Página</b>	2/3



### DECISIONES


**PRIMERA.-** El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que el anuncio analizado refuerza entre sus destinatarios, los menores de edad, los estereotipos que contribuyen a una concepción sexista de la sociedad, si bien no puede incardinarse en los supuestos de publicidad ilícita descritos en la legislación. Es necesario que las empresas anunciantes, el sector de la publicidad y los medios de comunicación asuman voluntariamente compromisos deontológicos firmes, asumiendo las recomendaciones de las instituciones que tienen la función de promover la igualdad.

**SEGUNDA.-** Remitir este acuerdo al Instituto Andaluz de la Mujer, adscrito a la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía, a la Unión de Consumidores de Andalucía y a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia como organismo competente sobre los prestadores del servicio televisivo en los que se ha difundido el anuncio.

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA

Fdo.: Emelina Fernández Soriano



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	yze/hXblymOvpfmP7uJKiA==	<b>Fecha</b>	05/01/2015	
<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/yze/hXblymOvpfmP7uJKiA==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/yze/hXblymOvpfmP7uJKiA==</a>	<b>Página</b>	3/3	