

2009

Observatorio de la
Imagen de las
Mujeres



ÍNDICE

PRESENTACIÓN

ANÁLISIS DE OFERTAS DE TRABAJO

RESUMEN DE RESULTADOS 2009

CONTENIDOS DENUNCIADOS

ACTUACIONES DEL OIM

DATOS DE LAS QUEJAS

Contenidos publicitarios y no publicitarios

Procedencia de las quejas

Sectores

Ámbito de difusión

Denuncias por medios

Denuncias por comunidades autónomas

Medio de denuncia más utilizado



ÍNDICE

PERFIL DE DENUNCIANTES

Sexo y edad.
Estado civil.
Nivel de estudios.
Situación laboral.
Hábitat.

CONTACTO CON EL OIM



Presentación

El Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM) trabaja desde el año 1.994 con el propósito de eliminar o modificar los contenidos sexistas y estereotipados en la publicidad y los medios de comunicación. Canaliza las quejas que recibe de la ciudadanía, analiza los contenidos y actúa en los casos en que la representación de las mujeres puede resultar discriminatoria y/o vejatoria. También actúa de oficio, examinando diariamente los contenidos publicitarios que se editan en la prensa o se emiten en las televisiones de ámbito nacional. Durante este ejercicio se han visualizado 19.299 anuncios televisivos y 31.608 campañas de prensa.

El OIM participa en actividades de formación y sensibilización sobre la necesidad de mejorar el tratamiento discriminatorio de las mujeres en los medios de comunicación y en la publicidad.

Por otro lado, el OIM puntualmente realiza análisis de diferentes tipos de publicidad que considera sexistas o discriminatorios hacia las mujeres. Durante el año 2009 se han estudiado anuncios de ofertas de empleo.



ANÁLISIS DE OFERTAS DE EMPLEO



Anuncios de ofertas de trabajo

Durante los años 2008 y 2009, se han recibido en el OIM un total de 15 quejas por anuncios de ofertas de trabajo, la mayoría relativas a puestos en los que se pide como condición ser varón o determinadas características físicas (edad, medidas) en los destinados a mujeres.

La LO de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres establece en su artículo 5º “el principio de igualdad de trato y de oportunidades en el acceso al empleo, en la formación y en la promoción profesionales y en las condiciones de trabajo”, y modifica en la Disposición adicional decimoséptima la **Ley 56/2003 de Empleo**, añadiendo un nuevo artículo 22 bis. que establece que “**se considerarán discriminatorias las ofertas referidas a uno de los sexos**, salvo que se trate de un requisito profesional esencial y determinante de la actividad a desarrollar. En todo caso se considerará discriminatoria la oferta referida a uno solo de los sexos basada en exigencias del puesto de trabajo relacionadas con el esfuerzo físico”.

En aquellos casos en los que se ha considerado que la oferta de trabajo podía incurrir en una situación de discriminación se ha remitido al Área Jurídica del organismo que, a su vez, recibe denuncias directamente por la misma causa. Durante 2008 y hasta agosto de 2009 el área jurídica ha tramitado un total de 17 denuncias relativas a este asunto, de las que 11 (64'7 %) se han derivado a la Inspección de Trabajo por considerar que podrían estar incumpliendo la normativa. A la fecha de elaboración de este informe la Inspección de Trabajo ha remitido información sobre el resultado en 7 de los casos y de ellos, en 3 se ha levantado acta por infracción, en 1 se ha abierto expediente sancionador por infracción en materia de empleo, y en otro ha requerido a la empresa para que se abstenga de perfilar ofertas con características discriminatorias.



El OIM, con el fin de conocer más a fondo este tipo de anuncios, y si contribuyen a fomentar la segregación laboral entre mujeres y hombres, ha hecho una revisión de 300 anuncios, publicados, durante el mes de septiembre de 2009, en los siguientes medios:

- Portales de INFOJOBS.COM, SEGUNDAMANO.ES, LABORIS.NET y TRABAJAR.COM, de los que se ha extraído el 75'6 % de la muestra.
- Suplementos económicos NEGOCIOS (diario El País) y MERCADOS (diario El Mundo), el 24'3% restante.

Las ofertas de trabajo se distribuían geográficamente de la siguiente forma:

- 36% para Barcelona.
- 48'6% para Madrid.
- 15'3% para otras ciudades

Además, se ha tenido en cuenta el sector al que correspondía la oferta (según la clasificación de los propios portales de internet) y la cualificación requerida (agrupadas en tres conceptos: alta, media y baja).



Resultados obtenidos

Los anuncios se han clasificado en cuatro categorías:

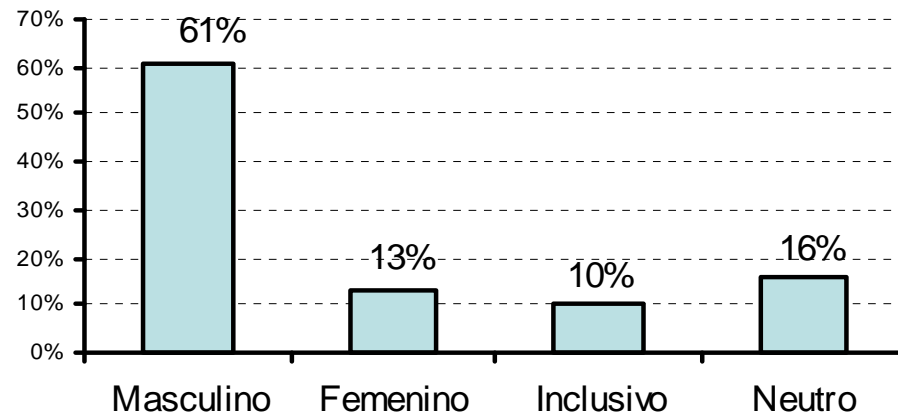
Ofertas solo en **masculino** (genérico)

Ofertas solo en **femenino**

Ofertas que utilizan lenguaje **inclusivo** (femenino y masculino)

Ofertas de carácter **neutro**, cuando la denominación del puesto ofertado no se le adjudica género (p.ej. Agente, "project manager", comercial...)

De acuerdo con ella, se han obtenido los siguientes resultados



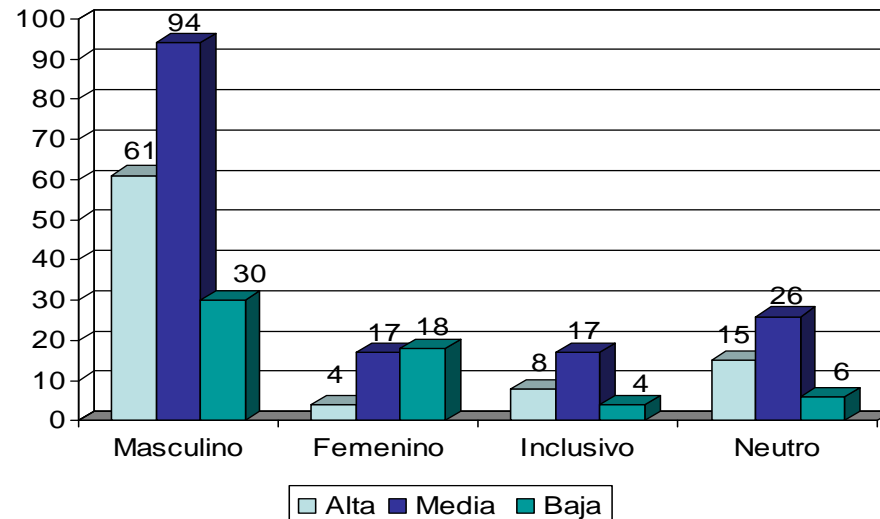
Se puede observar que, con carácter general, se sigue utilizando solo el masculino genérico, pero que ya aparecen algunos anuncios con lenguaje inclusivo (10%)



La distribución de las ofertas según la cualificación exigida dan el siguiente resultado:

Alta	29'3%
Media	51'3%
Baja	19'3%

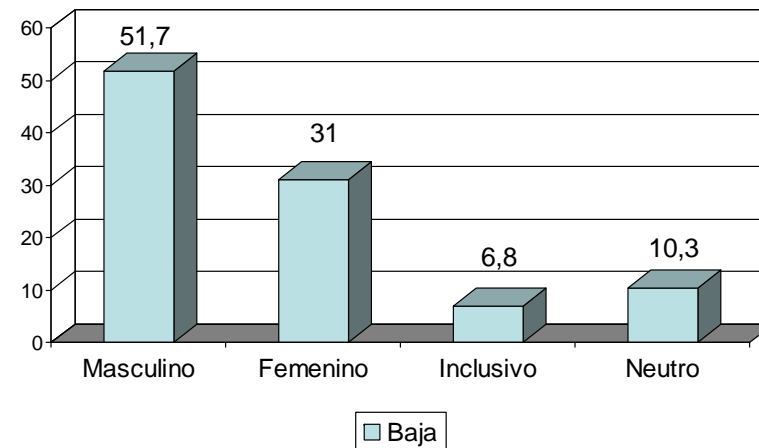
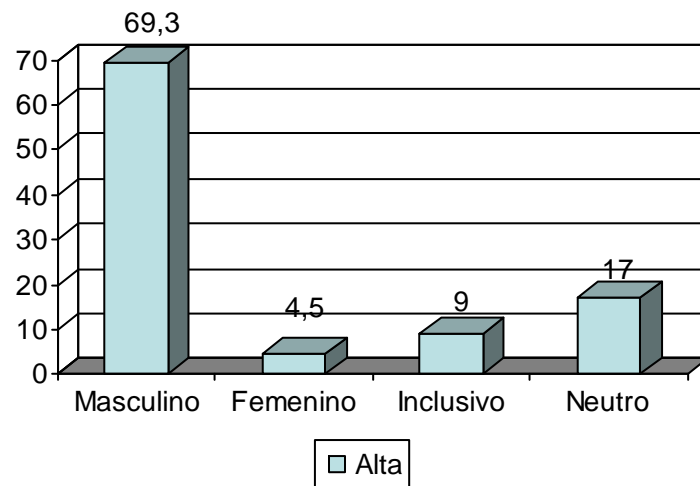
De acuerdo con las cuatro categorías creadas:



El porcentaje más alto de ofertas se han considerado de **cualificación media**, entre ellas el masculino aparecen el 61% de las veces, coincidiendo con el porcentaje general. Las que van en femenino o en lenguaje inclusivo tienen un porcentaje algo más alto que con carácter global y las que se refieren a puestos llamados neutros son 10 puntos más elevados que en el conjunto de las ofertas.



Si separamos los datos para alta y baja cualificación nos encontramos otra distribución: En el primer caso, el porcentaje de ofertas en masculino para **alta cualificación** asciende hasta el 69% mientras que en femenino se reduce a un escaso 4'5%; sin embargo, para el total de ofertas de **baja cualificación**, los puestos exclusivamente en femenino se elevan hasta el 31%. Es decir, que hay una presencia mucho más elevada de trabajos específicamente para mujeres en esta categoría.





En cuanto a los sectores, se da la siguiente distribución:

Comercial y ventas	32 %	Sanidad y salud	3'6 %
Informática	10'3 %	Finanzas y banca	3'5 %
Administración de empresas	9 %	Ingeniería técnica	3 %
Profesionales, artes y oficios	8'3 %	Turismo y restauración	3 %
Atención al cliente	8 %	Resto (educación, marketing, logística, legal, artes gráficas...)	11'3 %
Inmobiliaria y construcción	4 %		

SEÑORAS/SEÑORITAS
 Si tienes entre 25 y 50 años
 Facilidad de expresión,
 ganas de superación y deseas
 un trabajo fijo y de futuro

**IMPORTANTE ENTIDAD
 TE OFRECE TU OPORTUNIDAD
 FORMACIÓN INICIAL Y PERMANENTE**

- Contrato laboral fijo por tiempo indefinido
- Alta en Seguridad Social (Régimen General)
- Turnos de mañana: 5 horas flexibles (8:30 a 14:30)
- Turnos de tarde: 5 horas y media (15:30 a 21:00)
- Jornada de lunes a viernes
- Agradable centro de trabajo, en Las Rozas, muy bien comunicado, junto a estación de cercanías y autobuses desde Moncloa
- Sueldo fijo + incentivos + comisiones

**POSIBILIDADES REALES DE SUPERAR
 1.100 € mensuales**

Solicitar entrevista
EXCLUSIVAMENTE POR TELÉFONO
 lunes y martes de 9 a 13 y de 15 a 19 h
 91 636 03 74



EO
ARA

etidos
on los
nterna
stintas
mo, la
tientos

ón de
ercicio

CAPITÁN Y MARINERA
SE PRECISA PAREJA PROFESIONAL PARA HACERSE CARGO DE MOTOVELERO PRIVADO DE 24 METROS

Perfil Capitán: Edad 30 - 40 años. Titulación profesional para viajes transatlánticos. Experto navegante a vela. Alta formación en mantenimiento general. Grandes conocimientos del electricidad, electrónica y mecánica. Perfectos Inglés y Español hablados y escritos.

Perfil Marinera: Edad 30 - 35 años. Persona habituada y con experiencia en este tipo de trabajo en otros barcos. Responsable de toda la estructura interior del barco: camarotes, cocina, limpieza, aprovisionamiento etc. Trabajo arduo y de servicio.

Imprescindibles buenas referencias. Rogamos se abstengan candidatos que no reúnan estos requerimientos.

Interesados remitir email a: tripulacionvelero@yahoo.es

EMPRESA LÍDER DEL SECTOR DE MUEBLES Y DECORACIÓN

Form
y tra
Glo

Los sectores con más ofertas son "Comercial y Ventas", con un 32% del total, e Informática, con el 10'3%, seguidos de "Administración de empresas (9%), "Profesionales, artes y oficios" (8'3%), "Atención al cliente" (8%) e "Inmobiliaria y construcción" (4%).

Según el género del anuncio vemos que los que más utilizan el **masculino** son Informática y Telecomunicaciones (84%), Inmobiliaria y Construcción (83'3%), Comercial y Ventas (68'7%) y Profesionales y Artes y Oficios (64%).

OC
Optimal Care S.A.

Nuestro cliente, OPTIMAL CARE, S.A., importante empresa española dedicada a la fabricación de toallitas húmedas, especializada en marcas de distribución, selecciona para su fábrica de Yunquera de Henares, Guadalajara:

RECEPCIONISTA- ADMINISTRATIVA CON IDIOMAS

En dependencia directa de la Responsable de Área se responsabilizará de:

- Atender la recepción de la compañía, gestionando las visitas.
- Atender la centralita de la empresa a nivel nacional e internacional.
- Gestionar las entradas y salidas de camiones de la fábrica.
- Contratar servicios a empresas del sector logístico.
- Realizar tareas administrativas sencillas.

Se requiere:

- Formación de Grado como Auxiliar Administrativo.
- Conocimientos de Office a nivel usuario.
- Excelentes conocimientos de Francés y Alemán, valorable conocimiento de Inglés.
- Valorable experiencia en el sector logístico.
- Residencia en la provincia de Guadalajara.

Se ofrece:

- Incorporación a una empresa de reconocido prestigio y en proceso de expansión.
- Estabilidad laboral.
- Salario acorde a la valía de cada candidatura.

Las personas interesadas deberán insertar su candidatura en la Sección Ofertas de Empleo de nuestra página web www.psicologosempresariales.es, o también pueden enviar su CV por correo a Psicólogos Empresariales, C/ Ferraz nº 7, 28008 Madrid o por fax al nº 91.559.12.30

Los sectores que incluyen más ofertas en **femenino** son: Sanidad con el 45'4%, Atención al Cliente con el 33'3% y Profesionales, Artes y Oficios con el 24%.

Observando cada puesto se comprueba que en el caso de **Administración de Empresas**, hay 12 ofertas en masculino para puestos como auditor, contable, director de RRHH, consejero delegado o director internacional, mientras que las 4 que se publican con femenino son para secretaria y teleoperadora.



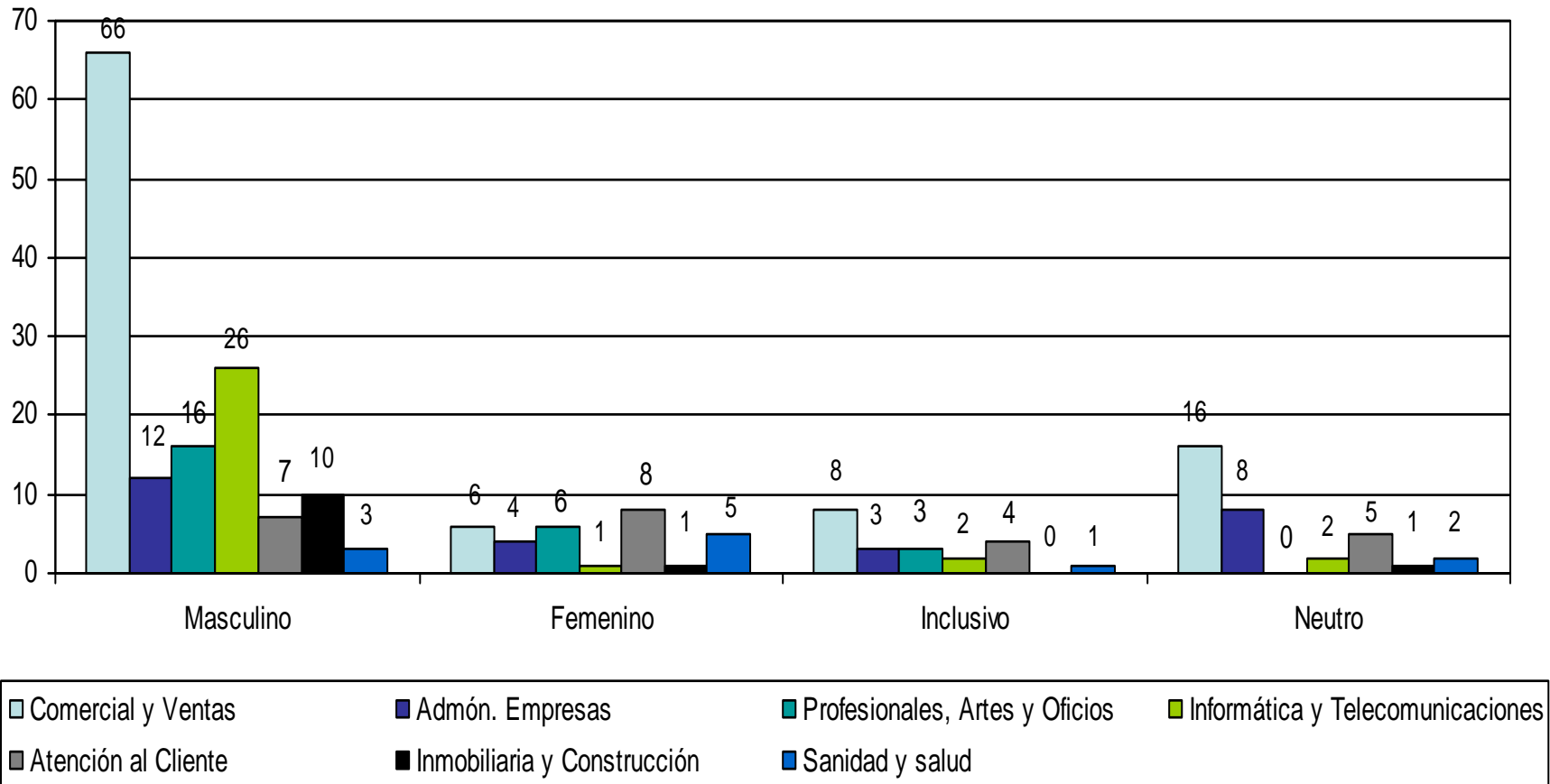
En **Comercial y Ventas**, en masculino hay una amplia gama de puestos que van desde vendedor, dependiente o técnico a jefe de ventas, jefe de equipo, supervisor, delegado o director regional. De las 6 que se publican en femenino, 3 son para dependiente o teleoperadora. Este sector es el que tiene más ofertas en neutro por la denominación del puesto como "comercial".

En el sector de **Profesionales, Artes y Oficios**, las ofertas en femenino son para esteticista, ayudante u oficial de peluquería o empleadas de hogar, mientras en masculino se ofrecen puestos de carpintero, mecánico, electricista, vigilante de seguridad, técnicos de mantenimiento o encargados o jefes de obra. En este caso se publican también dos ofertas en masculino para esteticista u oficial de peluquería.

Por el contrario, en los sectores de **Atención al Cliente** y **Sanidad y Salud** hay más ofertas en femenino que en masculino. En el primero las ofertas son de similares características, de nivel medio y bajo en ambos casos. En Sanidad y Salud, se han recogido 3 ofertas en masculino, para médicos y visitador, mientras que en femenino los 5 puestos registrados son para enfermeras, internas, encargada de centro de mayores o sexóloga.



Lenguaje utilizado según sectores





es.
o.
elón.
no
es

na.
OS
lidad
opio.
ción.
cial y
errar

CC
C/Be
Tel
anur

EMPRESA DE
ILUMINACIÓN
LÍDER EN SU SECTOR
solicita

COMERCIALES

Perfil:
- Hombre de 22 - 45 años.
- Buena presencia.
- Vehículo propio.
- Queremos personas con
objetivos económicos altos
y decisión de alcanzarlos a
través de su profesionali-
zación en la venta.

Ofrecemos:
- Formación específica a car-
go de la empresa.
- Contratación Régimen Ge-
neral Seguridad Social.
- Retribución fija + altos in-
centivos.

Para concertar entrevista,
llamen a los teléfonos
91 632 31 60 - 91 632 35 39
Horario de 9 a 14 y 15 a 18 h.

Anuncio que incluye como requisito ser hombre

Con un escaso 10% del total, las ofertas publicadas usando el **masculino y femenino** para el puesto de trabajo se incluyen mayoritariamente entre las de categoría media (60%), y principalmente en los sectores de "Atención al Cliente" (16'7%), "Profesiones, Artes y Oficios" (12%) y "Administración de empresas" (11'5%).

ADECCO MEDICAL & SCIENCE

Director/a Comercial
Con experiencia en sector salud

Seleccionamos a un/a Director/a Comercial, para importante empresa situada en la Vega Baja (Al cantó), para llevar a cabo las siguientes funciones:

- Captación de clientes.
- Definir la cartera asistencial de la Organización y de los Centros.
- Gestión asistencial y análisis de la actividad mensual.
- Proponer a la Dirección General nuevas áreas de negocio.
- Relación con las Direcciones Médicas de las Asesorías y clientes.
- Responsable de los Honorarios Médicos y contratos con los profesionales.
- Establecer anualmente un planning, congresos, vacaciones, permisos de los profesionales.
- Proponer a la Dirección General políticas de calidad asistencial y supervisar su implantación.

Se requiere nivel muy alto de inglés y aportar experiencia demostrable en centros residenciales o de personas dependientes.

Para acceder a la oferta de trabajo introduce el JOB ID: 122373037 en el buscador de empleo.elpais.com



Empresa:	Más ofertas de trabajo en SERVICIOS PROFESIONALES SOCIALES
Población:	Madrid
Provincia:	Madrid
Número de Vacantes:	1
Descripción de la Oferta:	Buscamos un psicólogo experto en prevención de drogodependencias, cuyas funciones serán la información y orientación a familias en temas de prevención de drogodependencias, intervención en centros educativos, ampas, escuela de padres y con menores y adolescentes sobre el mismo tema.
Estudios mínimos:	Licenciado
Experiencia mínima:	2 Años
Requisitos mínimos:	Los candidatos deben ser chicos, licenciados en psicología y con titulación de experto en temas de prevención. Experiencia de al menos 2 años en un puesto similar y en el desarrollo de funciones similares.

Anuncio en el que se exige como requisito ser chico.

El **masculino** es mayoritario por su carácter genérico; en muchos casos va asociado a los **puestos de mayor categoría y a sectores masculinizados**.

Mientras que el escaso 13% de ofertas que se publican en **femenino** están relacionadas con **puestos de nivel medio o bajo o con profesiones feminizadas**.

Puede afirmarse, por tanto, que los anuncios de ofertas de trabajo contribuyen a mantener una segregación por sexo, tanto vertical como horizontal, en el ámbito laboral, aunque el uso de un lenguaje inclusivo se va abriendo camino.



AZAFATA ALTA IMAGEN MADRID DIAS 2 Y 3 DICIEMBRE 140€

Fecha de la oferta: jueves, 05 noviembre 2009
Núm. inscripciones: 264
Canal: Eventos
Categoría: Azafata/o
Subcategoría: Azafata/o de imagen
Agencia: MARKET DEVELOPMENT AZAFATAS Y RRPP
Provincia: Madrid
Localidad: MADRID

Azafatas de alta imagen para feria en ifema dias 2 y 3 de diciembre 140€ los dos dias dietas INCLUIDAS.

Requisitos

Vehículo propio: indiferente
Altura mínima: 1
Talla: 38-40
Edad mínima: 22
Disponibilidad:

Azafatas de alta IMAGEN, altura mínima 1,75 con medidas espectaculares sobre todo de busto. Rogamos solo inscribirse las que reúnan estas características. Enviar fotos actuales e indicar medidas. Gracias por la COLABORACION.

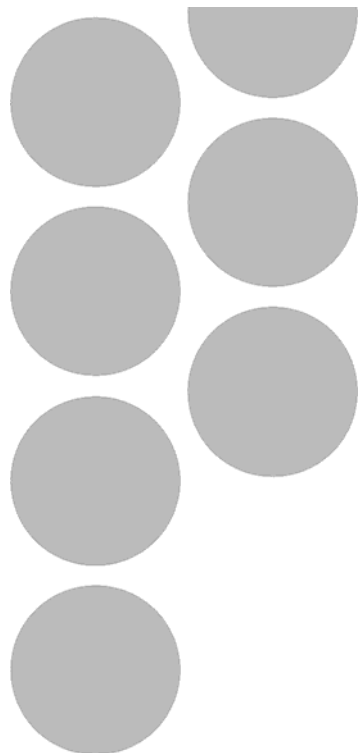
Publicidad
LG Windows Phone GM750 desde 0€
Precio exclusivo online

Etiquetas
[azafata imagen alta](#)

Publicidad
Anuncios Google
Academias De Azafatas De Vuelo

Oferta de empleo para azafata.

*Requisitos:
"Altura mínima 1'75, con **medidas espectaculares sobre todo de busto.** Rogamos solo inscribirse a las que reúnan estas características. Enviar fotos actuales e indicar medidas"*



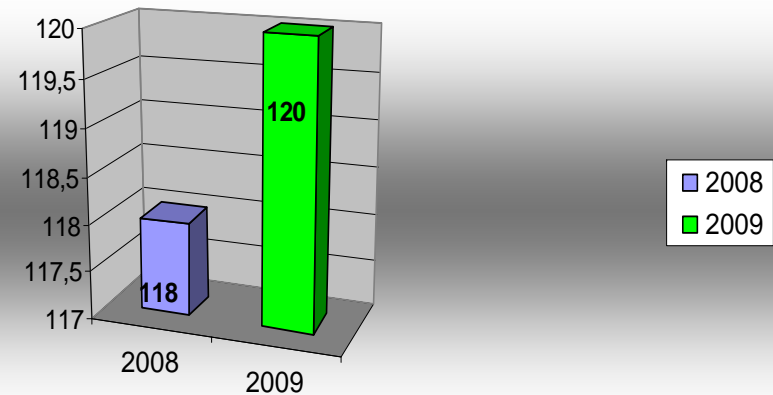
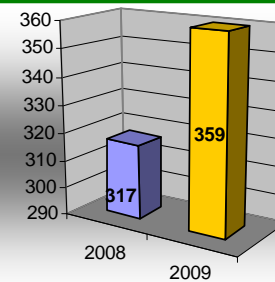
RESUMEN DE RESULTADOS 2009



Resumen de resultados

En el año 2009 se han recibido **359 quejas**, 42 más que en 2008, lo que supone un aumento del 13,2%.

El total de **campañas denunciadas** ha sido de **120**, prácticamente el mismo que el año anterior (118)





Resumen de resultados

- La televisión acumula el 44% de las quejas recibidas.
- El OIM se ha dirigido a **30 empresas**: en 20 ocasiones para solicitarles la **rectificación o cese** de contenidos sexistas, y en otras 10 para hacer **recomendaciones** con el fin de mejorar el tratamiento de la imagen de las mujeres.
- La Comunidad Autónoma que más quejas presentó fue **Madrid, con un 38%** sobre el total de quejas.
- El 81'3% de las quejas se han recibido a través del correo electrónico, mediante el formulario disponible en la página web del Instituto de la Mujer.
- Los **sectores comerciales** más denunciados han sido **salud/farmacia** e **higiene personal**, con un 10,7% y 9,7%, respectivamente, del total de quejas.
- En cuanto a las quejas sobre contenidos en medios de comunicación, los programas de televisión de **opinión/debates han recibido el 25,4%** y los concursos el 20,6%.

Contenidos más denunciados

Publicitarios:

-**Frenadol.** Representa a un hombre constipado a quien su mujer no puede cuidar y busca que la sustituya primero la joven canguro de sus hijos/as, y como esta no puede, su madre (la suegra del enfermo). A la primera opción el hombre reacciona con alegría y a la segunda, con pesar. Contiene tres estereotipos: las mujeres deben cuidar de los hombres enfermos, el rechazo de las mujeres mayores frente al atractivo de las jóvenes y la representación negativa de la figura de las suegras.



Contenidos más denunciados

- **Desodorante AXE.** Por varias campañas, en todas ellas por utilizar la imagen de las mujeres como objetos sexuales.



- **Cerveza Heineken.** Recurre a una representación estereotipada y simplista tanto de las mujeres, que se vuelven locas ante un vestuario lleno de ropa, como de los hombres, que pierden el control ante un montón de latas de cerveza.



Contenidos no publicitarios:

- **Telecinco.** Por los programas "Gran Hermano", "Mujeres y hombres y viceversa", "Escenas de matrimonio" y "Sin tetas no hay paraíso".

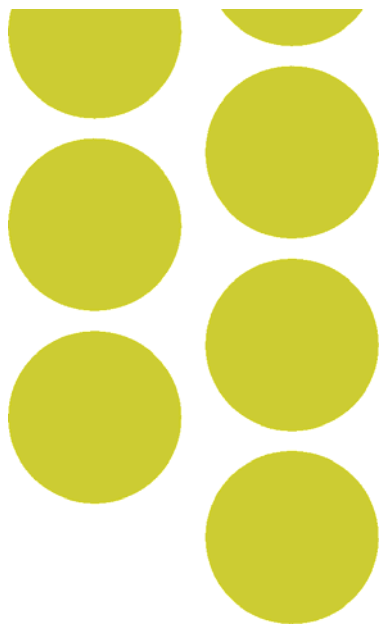


- **Cuatro.** Por los programas: "Granjero busca esposa", "Madres adolescentes" y "Gente extraordinaria. Mujeres obedientes".
- **www.elcliche.com.** Por un artículo en el que se da una justificación sobre la violencia de género en relación al caso de la cantante Rihanna.



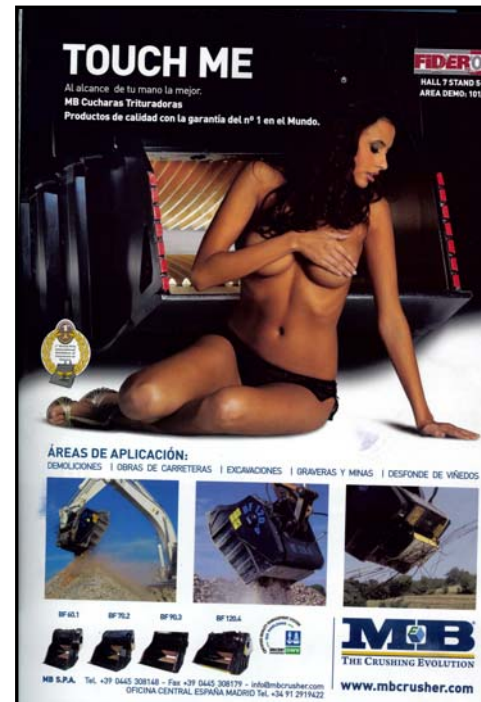
- Revista Vogue. Reportaje “La profesional” en el que se frivoliza sobre la prostitución para realizar un reportaje sobre moda.



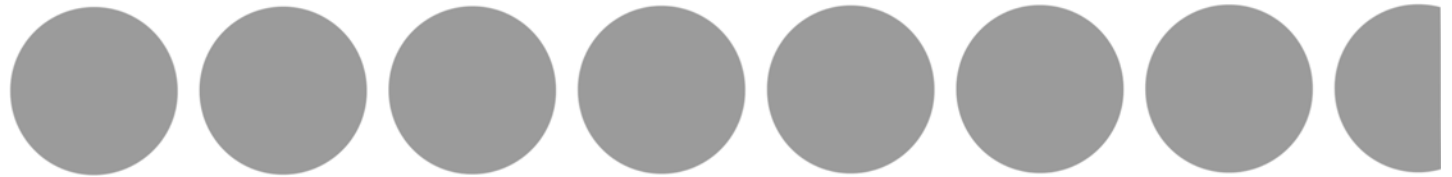


OTROS CONTENIDOS DENUNCIADOS

Objeto sexual



MB. The Crushing Evolution, empresa dedicada a la venta de gran maquinaria y el Club Deportivo Atlético Binéfar, de Huesca, son dos claros ejemplos de utilización de las mujeres como objeto sexual, que convierte esta publicidad en vejatoria.



La empresa de construcción **Adriano** usa esta imagen para promocionar sus servicios, atentando contra la dignidad de las mujeres al tratarlas como mercancía y como reclamo sexual.

Estas banderolas fueron colgadas en las farolas de **Vélez-Málaga**, durante las fiestas de esta localidad.

Estereotipos de género

En este anuncio de la videoconsola **Wii**, que comercializa **Nintendo**, se hacen afirmaciones como *"Después de un año sin hacer ejercicio, cosa que nos ocurre a la mayoría de las embarazadas..."*, *"te ayuda a recuperar...la confianza"*, *"¡Y sin salir de casa! Así puedo dedicarle todo el tiempo a mi bebé"*.

Asimila el embarazo con una situación de incapacidad para llevar una vida normal (salir, hacer ejercicio...) y asocia los cuidados exclusivamente con la madre.





Carrito Picnic Nenuco, de Famosa.

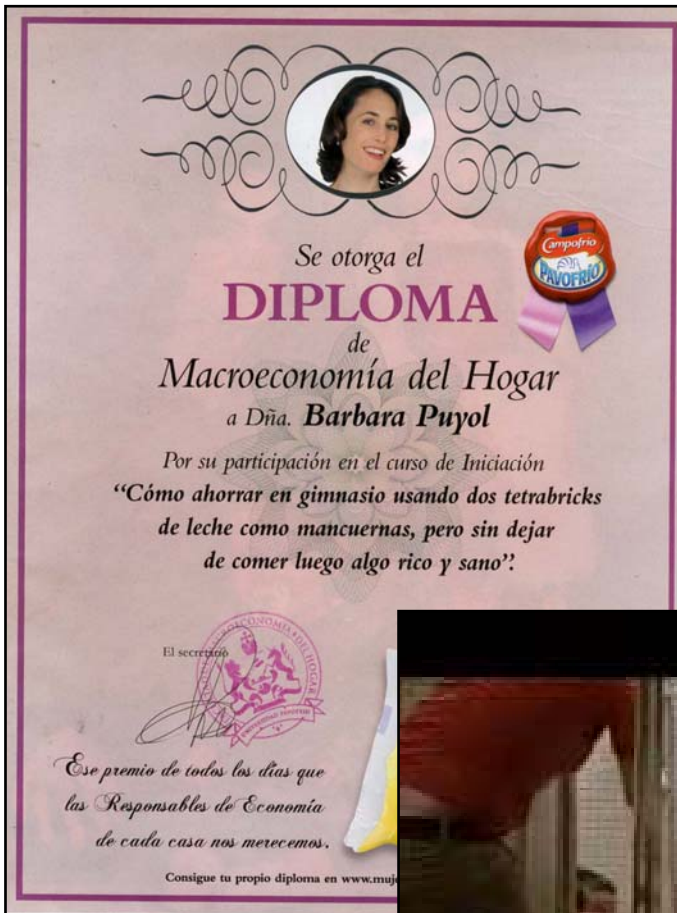
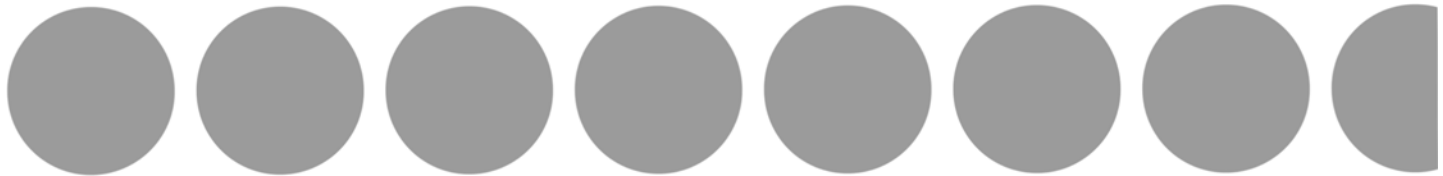
En este anuncio se hace hincapié en comportamientos estereotipados ya desde la niñez, observados en la canción que acompaña al anuncio:

*“¡Mira, el carrito Picnic de Nenuco!
Me voy con mis amigas a pasar un
gran día, con alegría y con Nenuco
sol.*

*Montamos nuestro picnic y **mientras
merendamos, cotilleamos...***

¡Mira, que horror!

*Qué divertido es jugar con el carrito
Picnic de Nenuco.”*



Campaña “Historia de Elena Salgado”. Campofrío Alimentación, S.A.

En esta campaña se presenta a las mujeres como únicas responsables de las tareas domésticas, apareciendo la figura del hombre de forma marginal, ajeno a las responsabilidades en ese ámbito, lo que fomenta la diferencia de roles sociales en perjuicio de la necesaria corresponsabilidad.





Bodybell, empresa que comercializa productos de belleza. Emitió, entre otras, esta cuña, cuyo protagonista masculino dice:

*"Laura, ¡tengo un planazo! Mis padres nos invitan a la casa del pueblo. Paseítos, partiditas de brisca y bailoteo en la plaza, y además **mi madre te puede enseñar a cocinar mis platos favoritos.** ¿Qué? ¿Cómo te has quedado?".* Refleja que las mujeres deben cocinar para los hombres.



A su vez, la empresa de formación a distancia **Cursos CCC**, en una cuña de radio de promoción, presenta a una mujer que está feliz porque su novio le ha matriculado en un curso CCC: *"Un día mi novio me dijo: Como te gusta tanto decorar, **te he matriculado en el curso de decoración de CCC...."***

En este anuncio se refleja como el hombre toma las decisiones por la mujer, y en asuntos que afectan exclusivamente a ésta.





Centro comercial La Gavia.

Campaña de las rebajas del centro comercial recurriendo a estereotipos de género que fomentan una visión negativa de las mujeres.

La campaña también se difundió en radio, por medio del siguiente mensaje: *"A mi ex la conocí en las rebajas..... y me salió carísima...."*.

La empresa de limpieza **Galeserga** recurre a la feminización y masculinización de las profesiones en su oferta de servicios: mujeres vinculadas a trabajos de limpieza y hombres a tareas de seguridad. Es de destacar, asimismo, el diferente tratamiento en la imagen para cada caso, con un carácter mucho más profesional en el del varón.





Telefónica. ADSL

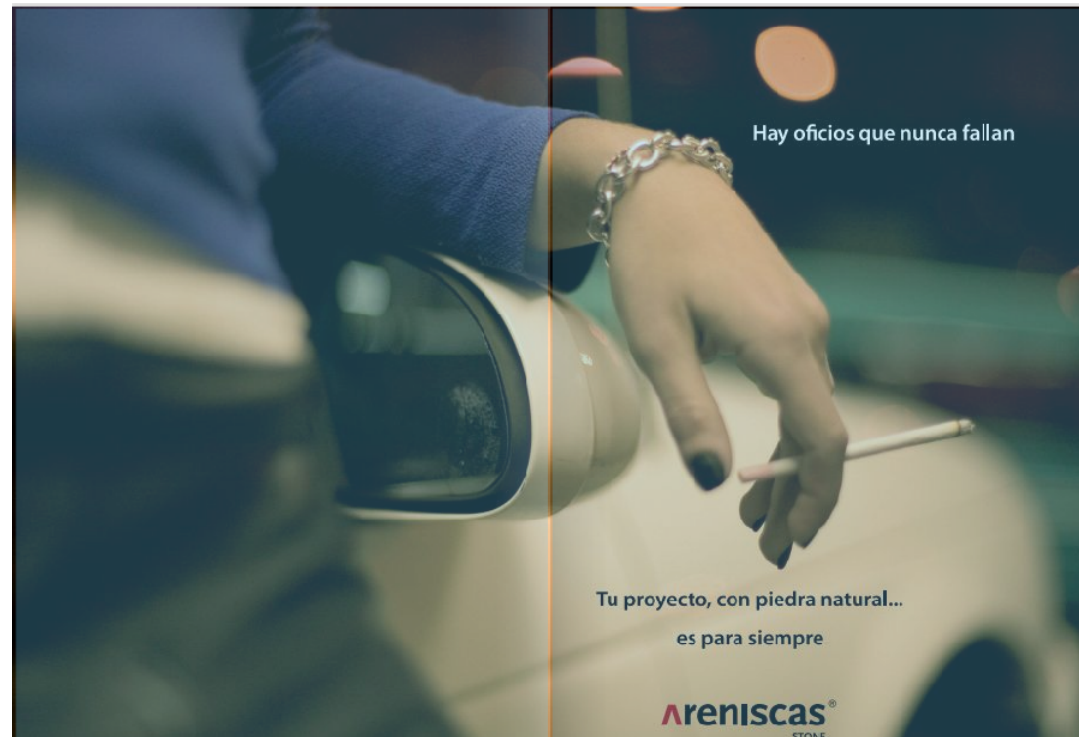
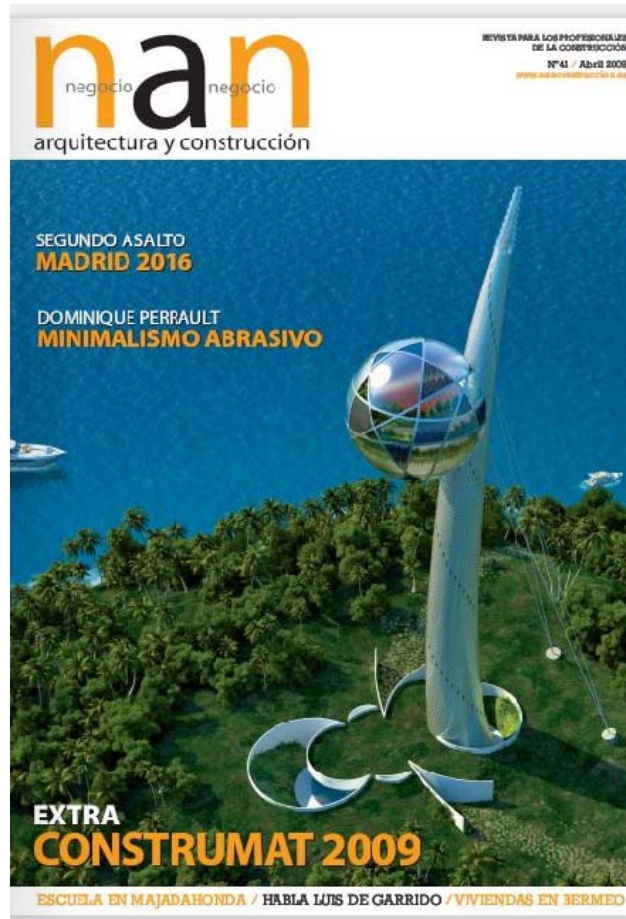
“Mi marido trabaja, así que yo no paro en todo el día”.

Así comienza este spot de ADSL de Telefónica en el que la mujer aparece como la responsable del cuidado de los/as hijos/as, infravalorando su actividad laboral, frente a la de su marido, que tiene prioridad

Ella debe sacar tiempo y realizar su actividad desde casa, mientras él no puede atender a sus hijos/as porque trabaja.



Areniscas Stone, frivoliza sobre la prostitución ("*Hay oficios que nunca fallan*") en su publicidad en la revista "**Arquitectura y construcción**".





Contenidos medios de comunicación

Los medios de comunicación son, cada vez más, objeto de las críticas de la ciudadanía, cuyas quejas (el 36% del total) han aumentado significativamente en los dos últimos años. El 44% de estas críticas se refieren a programas de televisión.

Telecinco es la cadena de televisión más denunciada, con el 50% de las quejas hacia este medio, seguida de **Cuatro**, con el 25%. **Realities shows** como “Gran Hermano” o “Madres adolescentes”, **concursos** como “Mujeres y hombres y viceversa” o “Granjero busca esposa”, y **series** como “90-60-90. Diario de una adolescente” o “Escenas de matrimonio”, en los que se vierten comentarios sexistas o vejatorios hacia las mujeres, en unos casos, o reflejan una imagen estereotipada de hombres y mujeres, en otros, son cuestionados por la audiencia.

El resto de quejas se dirigen hacia determinados artículos, informaciones o viñetas humorísticas, publicados en Internet (el 33%) y en prensa (23%).

Televisión

Reality show "Gran Hermano". Telecinco

Las quejas sobre este programa aluden a comentarios que justifican la violencia de género ("Las maltratadas, pobrecillas, pero alguna algo habrá hecho", "no la maté porque estoy aquí) y se protesta por los insultos y actitudes agresivas hacia las concursantes ("Le voy a meter la cabeza en la basura").





Serie "Escenas de matrimonio". Telecinco

Esta serie refleja la vida matrimonial a través de tres parejas de diferentes edades.

En ella, su carácter humorístico justifica que se ridiculice a ambos sexos mediante estereotipos tradicionales sobre las relaciones entre mujeres y hombres.

No obstante, se reduda en representar a las mujeres como seres incomprensibles e inconsistentes, cuyas actitudes complican y amargan la vida de sus maridos/parejas, siendo en la mayoría de los casos, las culpables de los conflictos.

Concurso “Mujeres y hombres y viceversa”. Telecinco.

Se critican las actitudes de los participantes hacia su compañeras, por considerarlas ofensivas, humillantes y menoscabar la dignidad de las mujeres.

Especialmente se alude al concursante Rafa Mora, por realizar declaraciones insultantes y despreciativas hacia las mujeres, tanto en el propio concurso como en otros programas a los que acude como invitado, principalmente relacionadas con el físico de estas.





PRENSA



Revista gratuita de turismo de Baleares **Formentera Report**.

Utiliza a la mujer como objeto sexual y reclamo publicitario.



Portada de la revista
Vanity Fair.

Se denunció por utilizar a las mujeres como objeto sexual, destacando que aparezcan desnudas mientras que el varón aparece vestido.



Viñeta de Erlich. Diario El País.es

Se protestó sobre el contenido de esta viñeta por considerar que suponía una banalización de la violencia de género, lo que contribuye a incrementar la tolerancia hacia la misma.





INTERNET



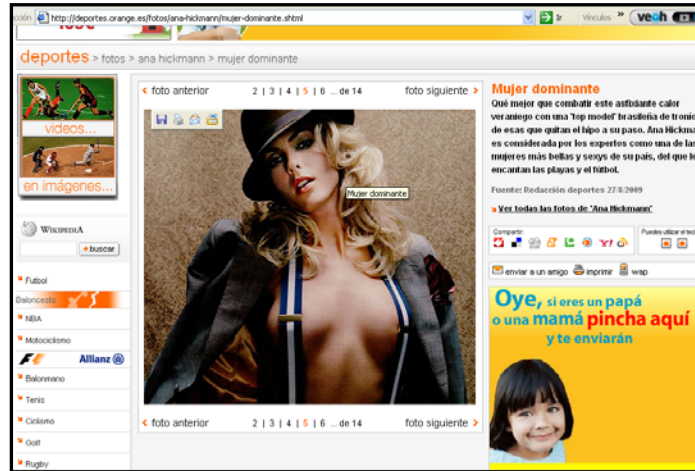
Internet ha acumulado el **33% de las quejas** relativas a contenidos de los medios de comunicación.

Las críticas tienen que ver con opiniones vertidas en diarios digitales, blogs, redes sociales, webs..., donde se insertan comentarios sexistas, vejatorios e incluso que justifican la violencia hacia las mujeres. Es el caso de los blogs www.elcliche.com, donde se publican artículos o comentarios que justifican los malos tratos sufridos por mujeres a manos de sus parejas, o el misógino www.revolucionantifeminista.org.

Pero lo más destacable son las páginas informativas de diarios digitales, como **orange.es** o los periódicos del **Grupo Edicosma**, donde se publican fotografías de mujeres desnudas como reclamo.

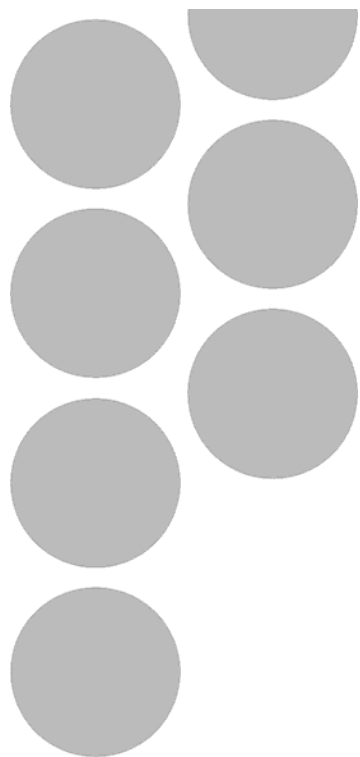


<http://www.orange.deportes.es>



Grupo Edicosma



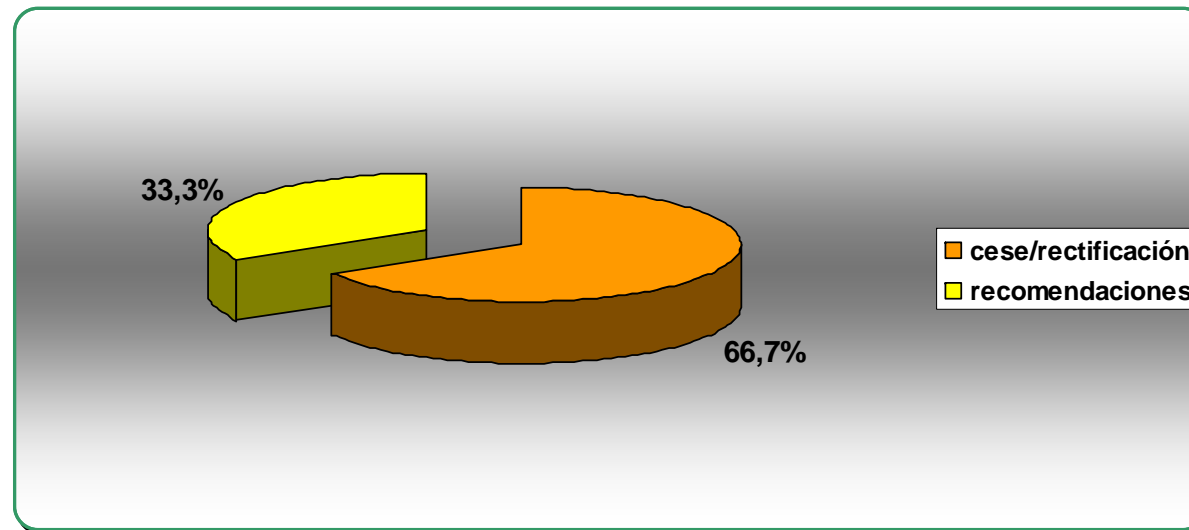


ACTUACIONES DEL OBSERVATORIO DE LA IMAGEN



Total actuaciones:

- 20 reclamaciones de cese o rectificación.
- 10 escritos de recomendación.



Reclamaciones de cese o rectificación

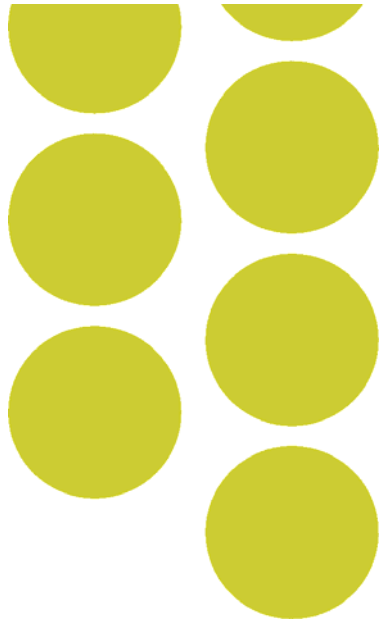
<u>ANUNCIANTE /EMISOR</u>	<u>CONTENIDO</u>
Cuatro TV	"Granjero busca esposa". Estereotipos sobre roles (saber cocinar, satisfacer al hombre en la cama, etc.)
MB Crusher	Cucharas trituradoras. Desnudo como reclamo publicitario.
Tiendas Miró	Tienda de electrodomésticos. Desnudo como reclamo publicitario.
Muchosol.es	Promoción de alquiler de viviendas. Desnudo como reclamo publicitario.
La Fábrica	Muebles. Desnudo como reclamo publicitario.
Granados	Muebles. Representación como objeto sexual.
Atlético Binéfar	Club de fútbol. Desnudo como reclamo publicitario.
Carrefour	Centro comercial. Estereotipos domésticos.
Obo Betterman,	Canaletas para cables. Cuerpo femenino como reclamo.



<u>ANUNCIANTE</u> <u>/EMISOR</u>	<u>CONTENIDO</u>
Cementos La Unión	Sacos de Cemento. Imagen vejatoria de las mujeres profesionales y uso del cuerpo femenino como reclamo.
La Gavia	Centro comercial. Estereotipos discriminatorios.
Discoteca Arco	Imagen de las mujeres como objeto sexual en su logotipo.
Eurosun Ibérica	Persianas. Desnudo como reclamo publicitario.
Telefónica	ADSL e Imagenio. Estereotipos sobre roles de género.
Ventura 24.es	Euromillón. Uso de la imagen femenina como reclamo.
Vodafone	ADSL. Representación sexista de las mujeres.
Seguros Ocaso	Seguro de Accidentes para la Mujer. Representación sexista del producto
France Telecom	Página web Orange.es. Desnudo como reclamo publicitario.
Nintendo	Plataforma Wii Fit. Estereotipos de género relacionados con la maternidad.
Famosa	Carrito picnic de Nenuco. Estereotipos sexistas sobre roles.

Escritos de recomendación

<u>ANUNCIANTE</u> <u>/EMISOR</u>	<u>CONTENIDO</u>
Campofrío	"Historia de Elena Salgado". Estereotipos sobre roles de género.
Defensor del Menor. C. de Madrid	Campaña de alerta a la juventud de los riesgos del uso de Internet. Hace responsables a las jóvenes del posible acoso.
El Mundo/El Día de Baleares	Artículo "Bofetadas impunes", de Piña Valls. Frivoliza y minimiza un episodio de violencia de género.
McNeill Ibérica.	Frenadol. Estereotipos de género.
La Redoute	Promoción de regalos, clasificación sexista de los juguetes.
Mujer Hoy	Reportaje sobre juguetes con clasificación sexista.
Telecinco.es	Comentarios vejatorios en el Foro online del programa "Gran Hermano" y apología de la violencia de género.
Toys 'R' Us	Clasificación sexista del catálogo de juguetes.
Elpais.es	Viñeta de Elrich.
Marca.com	Reportaje sexista sobre jugadoras profesionales de voley playa.



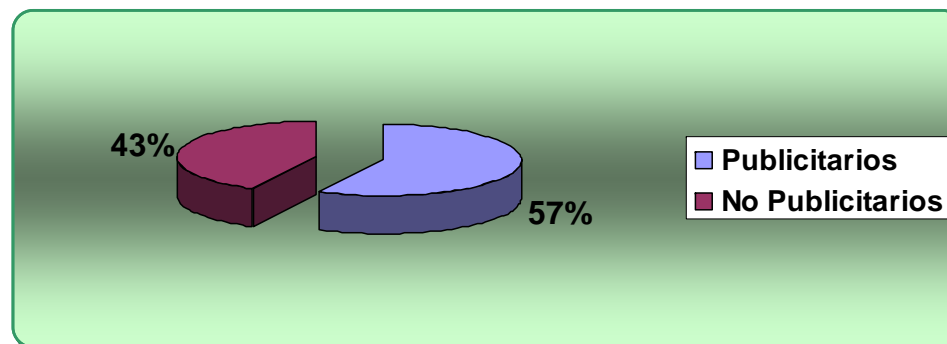
RESUMEN DE DATOS



CONTENIDOS PUBLICITARIOS Y NO PUBLICITARIOS

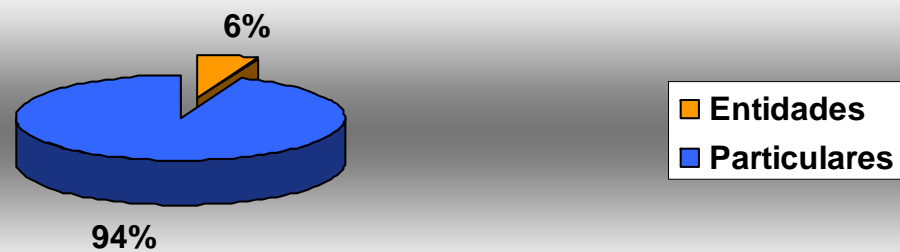
	Valores Absolutos 2009	2009 (%)	2008(%)
Publicitarios	206	57,3	60
No Publicitarios	153	42,6	40

Sigue aumentando el porcentaje de quejas sobre **contenidos no publicitarios**, casi 3 puntos respecto del año 2008.



PROCEDENCIA DE LAS QUEJAS

	Valores Absolutos 2009	2009 (%)	2008(%)
Particulares	337	94	95,6
Entidades	22	6	4,4

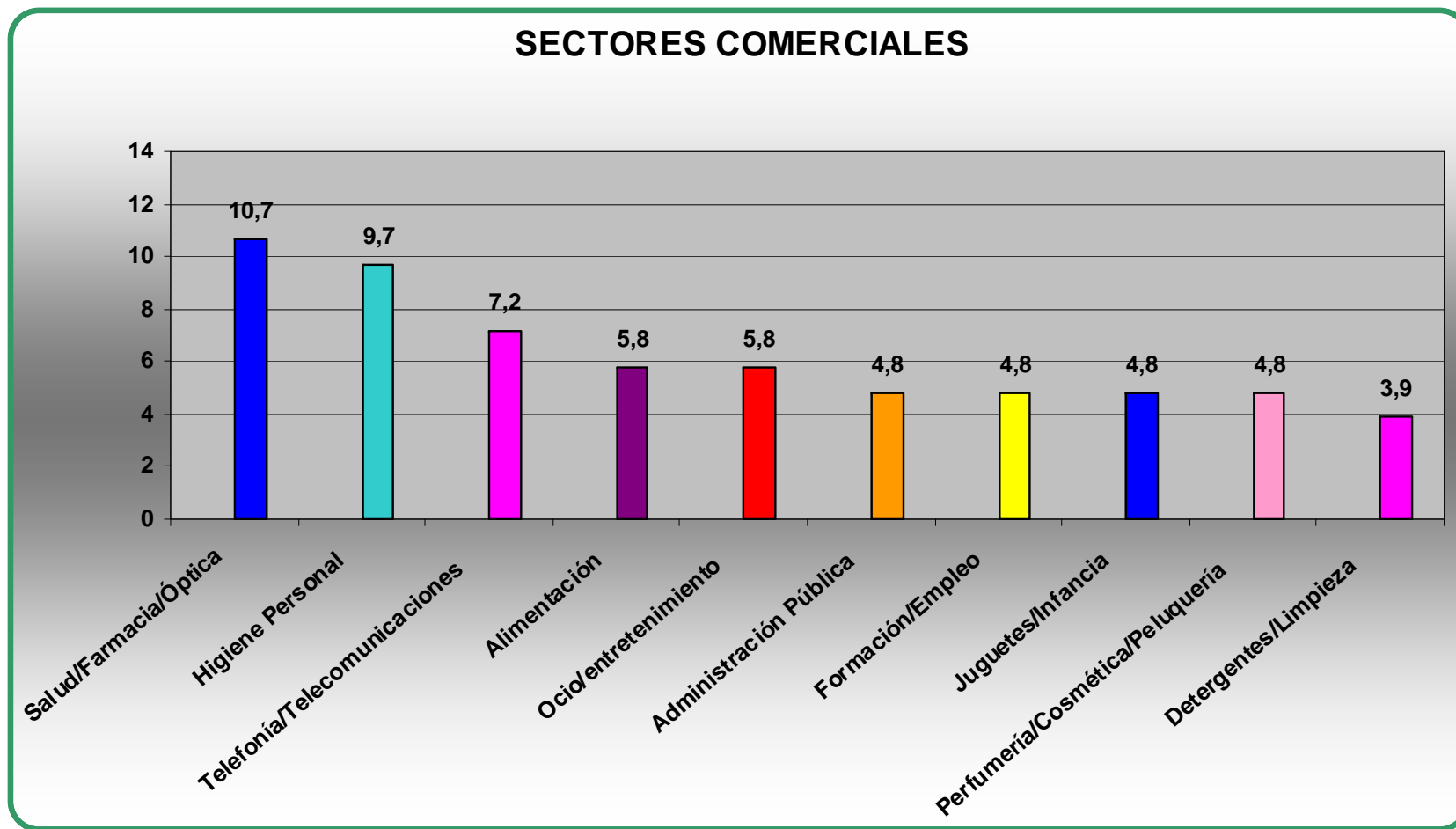




SECTORES COMERCIALES MÁS DENUNCIADOS

SECTOR	%
Salud/Farmacia	10,7
Higiene Personal	9,7
Telefonía/Telecomunicaciones	7,2
Alimentación	5,8
Ocio/Entretenimiento	5,8
Administración Pública	4,8
Formación/Empleo	4,8
Juguetes/Infancia	4,8
Perfumería/Cosmética	4,8
Detergentes/Limpieza	3,9

SECTORES COMERCIALES MÁS DENUNCIADOS

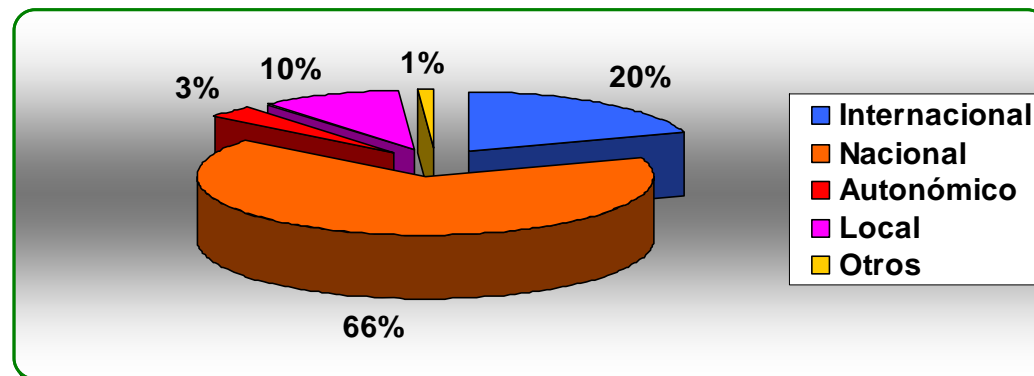




ÁMBITO DE DIFUSIÓN DE LOS MENSAJES

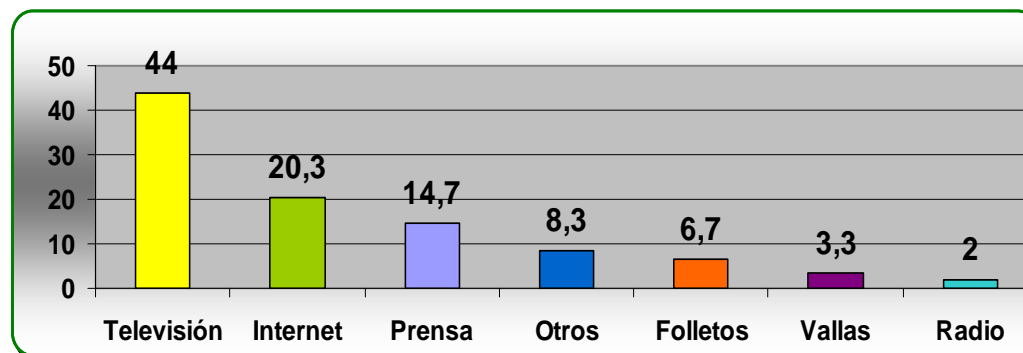
Destaca la subida de quejas de carácter internacional, por clasificarse en este apartado los contenidos de Internet.

	2009 %	2008 %
Nacional	65,7	81,2
Local	9,9	6,4
Internacional	19,8	6,4
Autonómico	3,3	4,2
Otros	1,1	1,8



DENUNCIAS POR MEDIO DE DIFUSIÓN

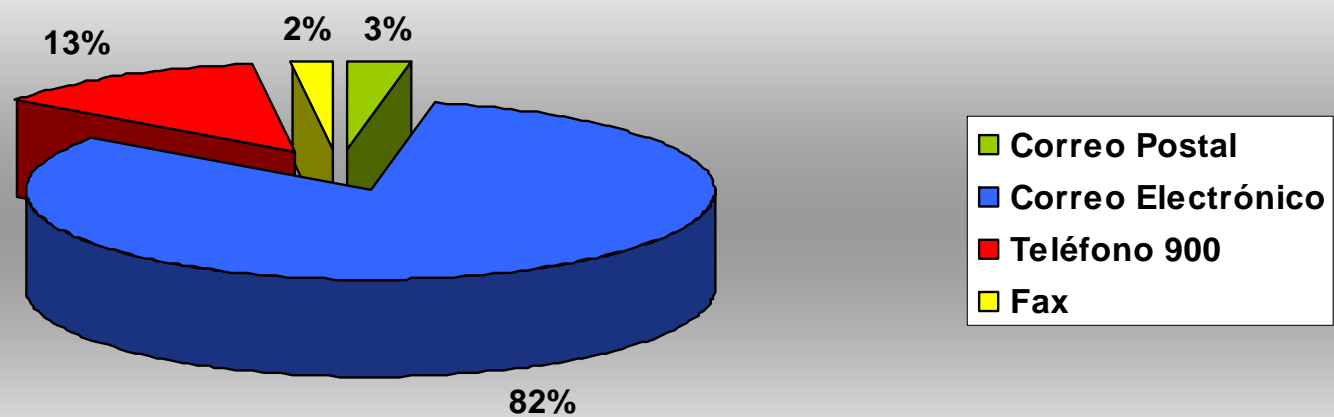
Medios de difusión	2009 (%)	2008 (%)
Televisión	44	42
Internet	20,3	15,4
Prensa / Revistas	14,7	12
Otros / No recuerda	8,3	9
Folletos / Publicidad Directa	6,7	4,4
Vallas	3,3	---
Radio	2	5,6

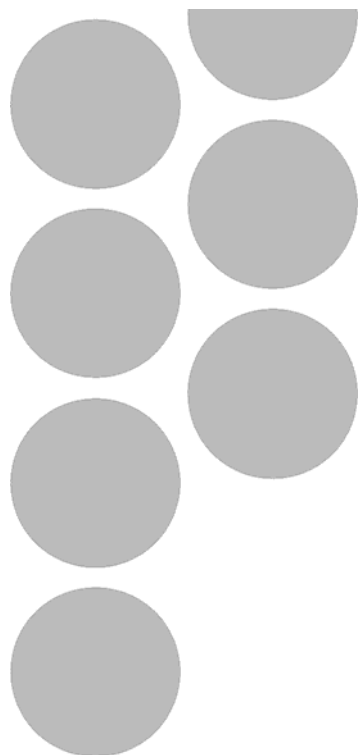


DENUNCIAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

	2009 (%)	2008 (%)
MADRID	38,2	40,5
CATALUÑA	8,4	7,5
ANDALUCÍA	8,7	5
VALENCIA	7,6	8,2
GALICIA	6,5	4,2
PAÍS VASCO	5	1,9
CASTILLA LEÓN	4,5	2,5
CANARIAS	3,1	1,2
ASTURIAS	2,6	2,5
CASTILLA-LA MANCHA	2,2	1,5
BALEARES	2,2	3,7
ARAGÓN	0,9	1,1
EXTREMADURA	0,9	1,1
NAVARRA	0,2	1,5
MURCIA	---	0,6
NS/C	9	16,1

MEDIO DE DENUNCIA MÁS UTILIZADO

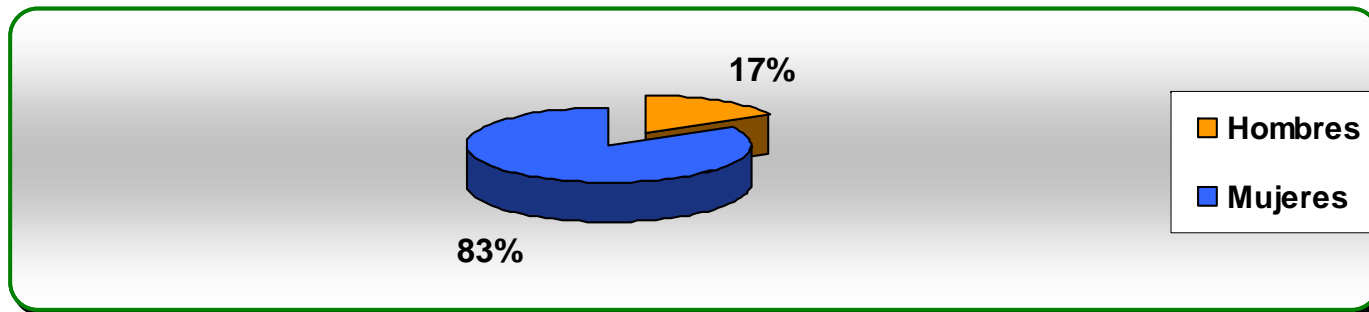




PERFIL DE DENUNCIANTES

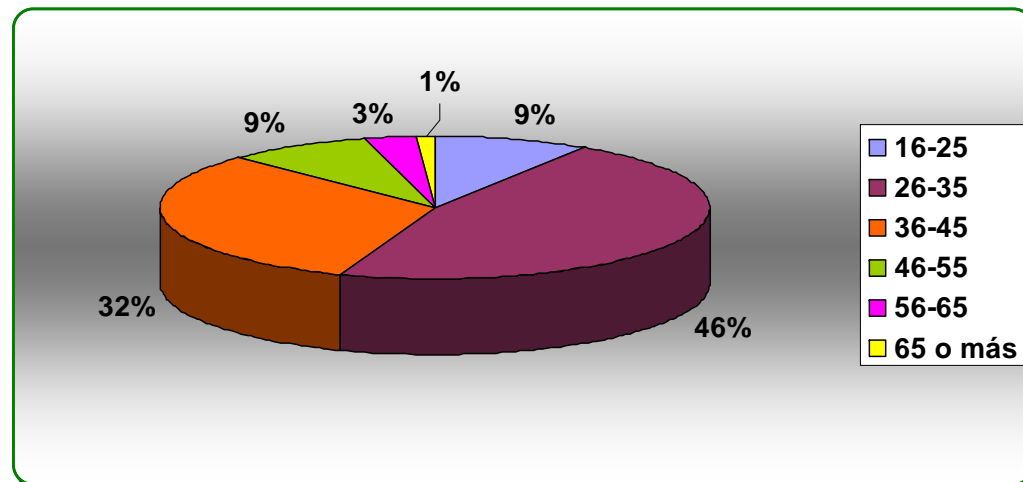


El perfil de denunciante se obtiene sobre las quejas de particulares que facilitan los datos correspondientes.



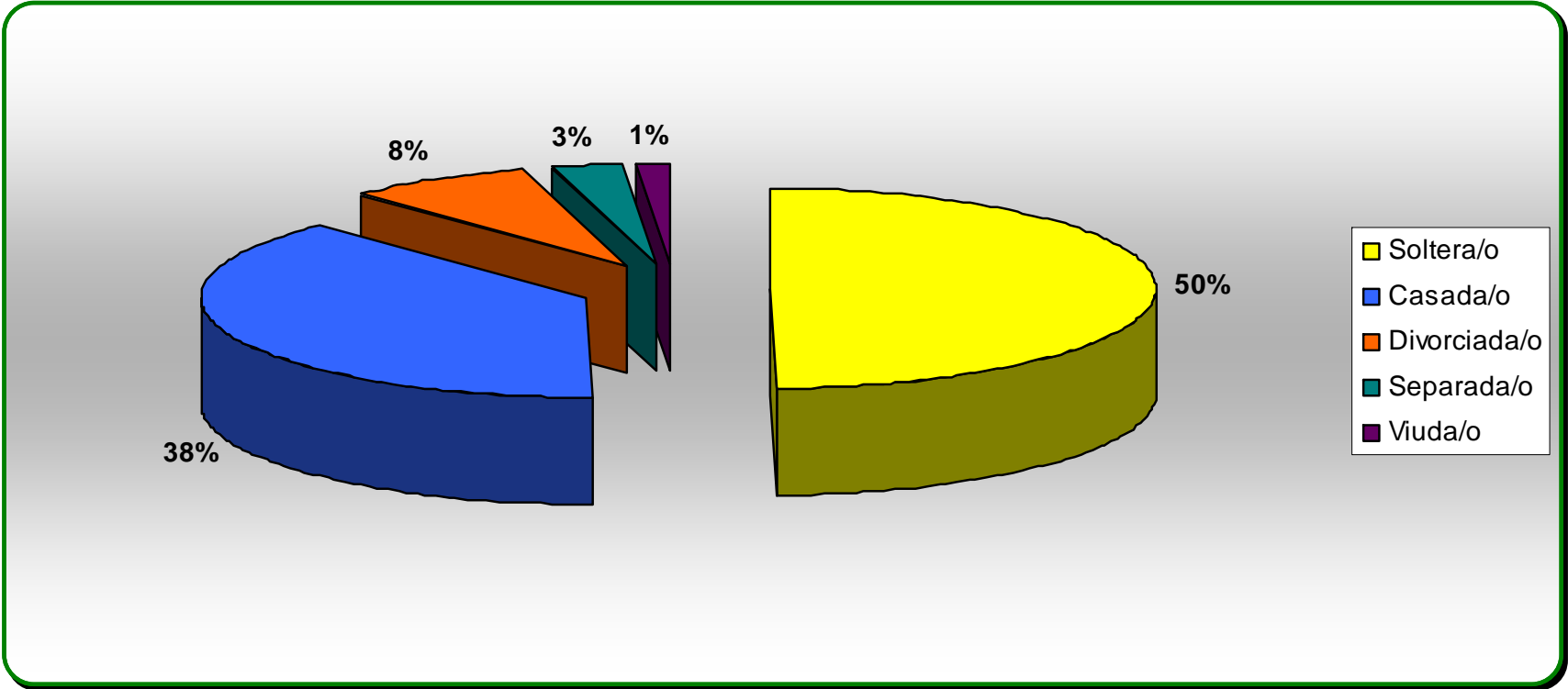
Sexo

Edad

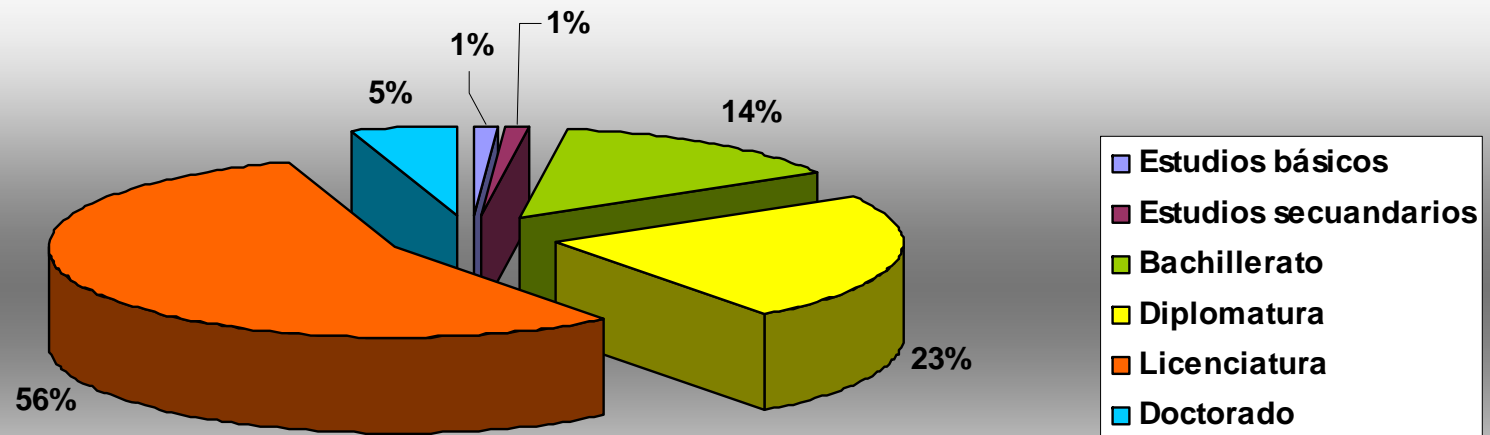




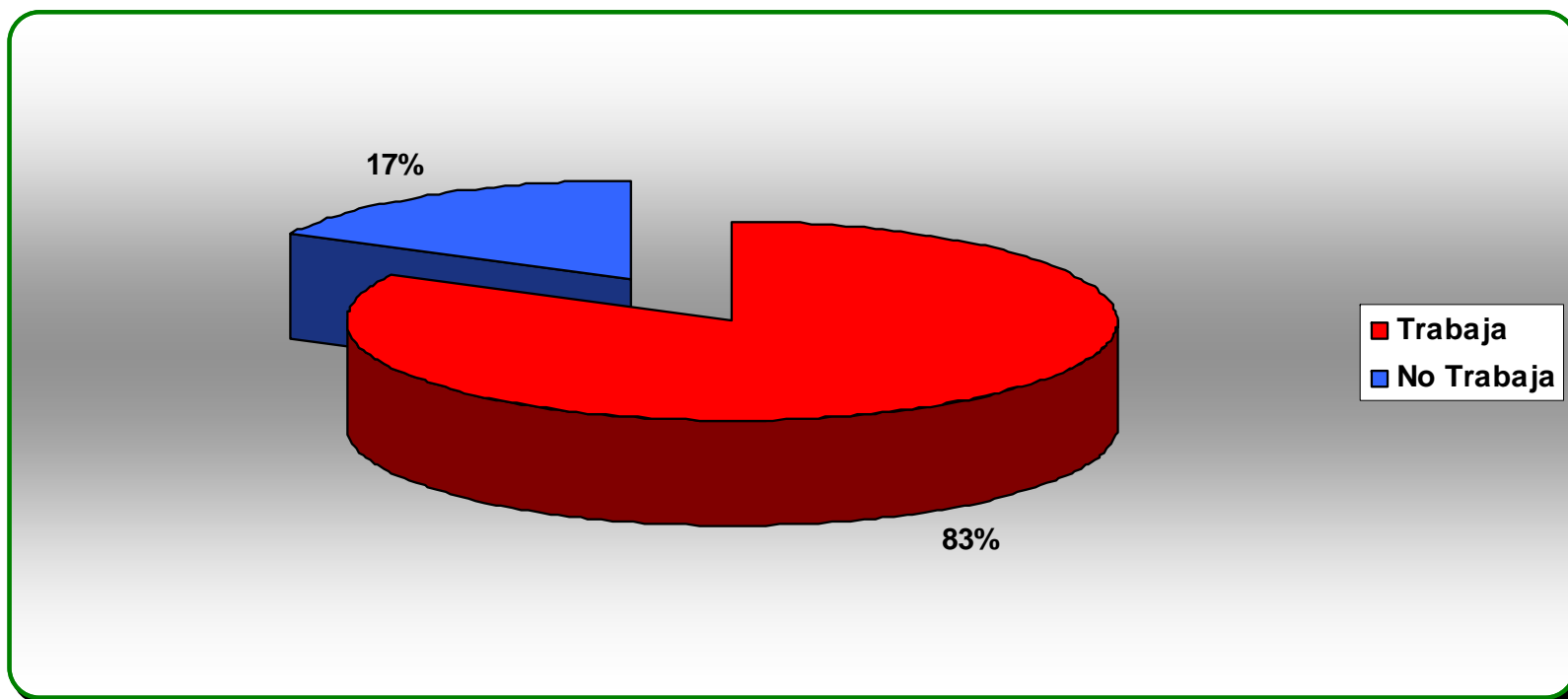
ESTADO CIVIL



NIVEL DE ESTUDIOS

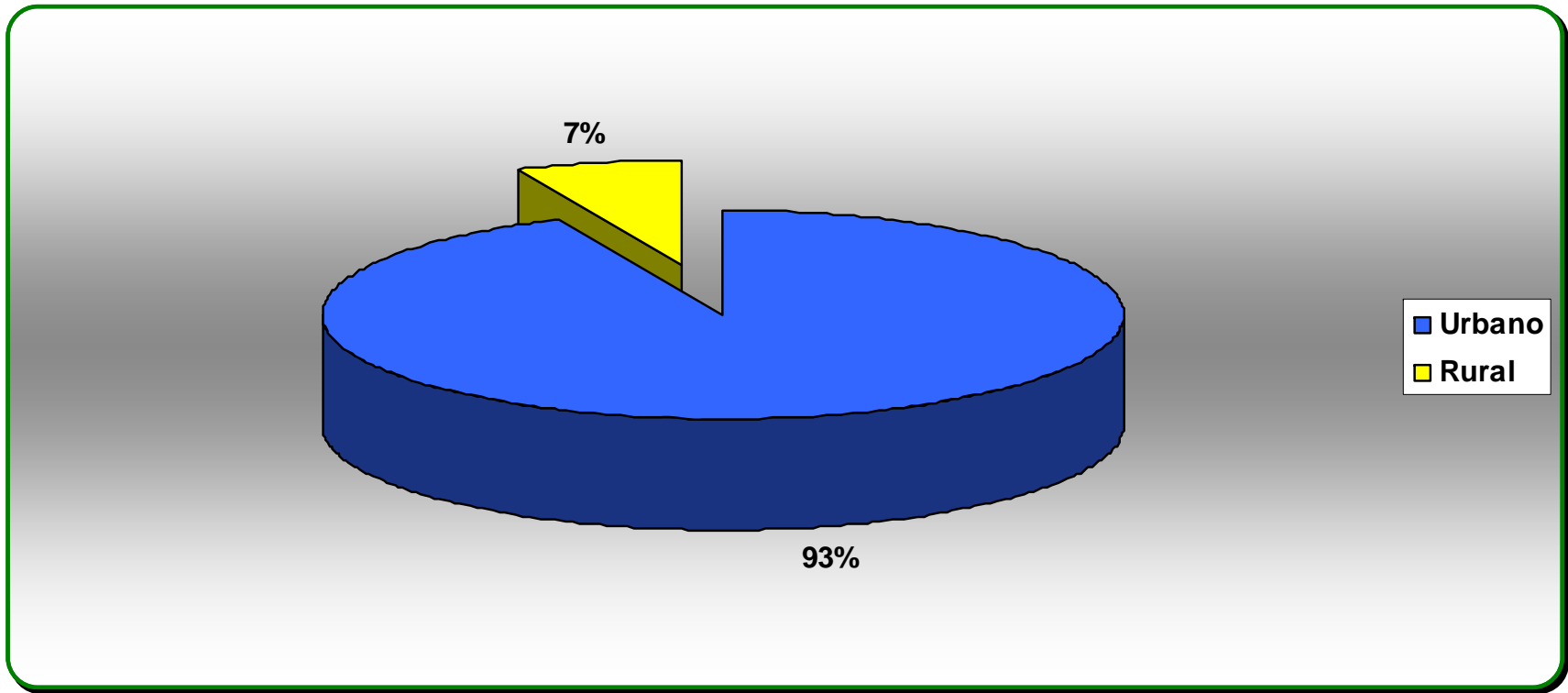


SITUACIÓN LABORAL





HÁBITAT



CONTACTO CON EL OBSERVATORIO

Los canales para dirigirse al Observatorio de la Imagen de las Mujeres del Instituto de la Mujer son los siguientes:

Formulario de denuncia de la página web: www.inmujer.es

Correo electrónico: observatorioimagen@inmujer.es

Teléfono: 900 19 10 10

Correo postal: C/ Condesa de Venadito, 34. 28027- Madrid

Fax: 91 363 79 98

