

El Corte Inglés clasifica las escobas y recogedores como 'outlet' para mujeres

Escrito por ADICAE Centrales - 17/11/2014 12:07

En pleno siglo XXI siguen sin superarse los estereotipos sexistas. La publicidad es el lugar donde más fácilmente podemos encontrarlos, pero en algunos supermercados o comercios encontramos ejemplos que despiertan consternación e indignación en los consumidores.

Esloganes publicitarios para instrumentos de cocina como 'El Chef lo hace todo, pero para cocinar está la mujer' o '¡El salvador de la mujer!' nos parecen lejanos y anticuados; concretamente, estos ejemplos corresponden a anuncios de los años 50. Sin embargo, en pleno siglo XXI siguen reproduciéndose estos patrones sexistas en las grandes superficies de consumo y en la publicidad. Un ejemplo claro lo hemos encontrado en uno de los centros de El Corte Inglés, donde anuncian escobas y recogedores de basura como 'outlet' destinado a mujeres. Los consumidores pueden oponerse y protestar ante este tipo de prácticas, puesto que vulneran sus derechos como colectivo al no ofrecer una publicidad honesta y no discriminatoria.

En la actual crisis, la publicidad se ha vuelto más agresiva que nunca y recurre a cualquier estrategia con tal de captar la atención e incitar a comprar. La mayoría de estos anuncios publicitarios van dirigidos a mujeres o las tienen como elemento de seducción; una publicidad que continúa reproduciendo los prototipos de ama de casa, mujer consumista y mujer objeto (en el caso de los anuncios dirigidos a hombres). Este tipo de publicidad se consideraría 'publicidad ilícita' al exhibir una imagen vejatoria para la mujer (Artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad), es decir, aquella publicidad que vulnera la dignidad de la persona o los valores y derechos reconocidos en la Constitución.

Anuncios de productos de limpieza, cosméticos, perfumes y coches son los ámbitos de consumo donde más estereotipos sexistas se reproducen. Los anuncios de detergentes siempre están protagonizados por mujeres; las marcas de cosméticos 'muestran' al hombre y a la mujer ideal físicamente; el uso de un determinado perfume te convertirá en objeto de deseo del sexo contrario; y un largo etcétera. Cabe destacar los anuncios publicitarios de la marca de desodorantes para hombres Axe, siempre polémicos al estar dirigidos a un público joven y mostrar a las mujeres como un objeto que pueden conseguir. En contrapartida, tendríamos los anuncios de la marca Dove, en los que dicen 'apostar por una belleza real'. Ambas empresas, antagonistas aparentemente en sus mensajes, pertenecen al mismo grupo empresarial: Unilever. Lo que demuestra que a las marcas les importa poco educar a sus clientes en modelos igualitarios no sexistas con tal de conseguir las ventas deseadas.

El consumidor responsable debe protestar

Un consumidor crítico y responsable debe luchar contra la repetición de los patrones sexistas de la publicidad. ¿Cómo? La primera arma con la que cuenta el consumidor es su decisión de compra. Como señal de protesta, puede eliminar los productos de la marca sexista de su lista de la compra. Además, puede mostrar su descontento y desagrado escribiendo a la marca o centro comercial correspondiente, o denunciándolo a través de las redes sociales. Internet da la posibilidad de que los consumidores estén en contacto unos con otros y puedan hacerse eco de las denuncias de sus compañeros para remitir, a su vez, sus propias quejas. A las empresas les hace mucho daño este tipo de publicidad negativa y pueden incentivar un cambio de conducta o la eliminación de determinado anuncio; véase como ejemplo la retirada del anuncio publicitario de Dolce & Gabbana en 2007 donde aparecía una mujer sujeta por las muñecas por un hombre mientras que otros cuatro miran.

El caso de El Corte Inglés mencionado anteriormente nos demuestra que el sexismo no es algo que

sólo se de en la publicidad, sino que también las grandes superficies del comercio los pueden reproducir. Si usted es un consumidor que está a disgusto con la clasificación de los productos de limpieza que hace El Corte Inglés, puede dirigir una reclamación a su Servicio de Atención al Cliente en cualquiera de los centros, llamando a su número de atención (901 122 122), a través de su email (servicio_clientes@elcorteingles.es) o rellenando su formulario de quejas y reclamaciones que disponen en su página web. En caso de encontrar prácticas similares en otras empresas, el consumidor debe denunciarlo también.

Más información: <http://laeconomiadelosconsumidores.adicae.net/index.php?articulo=2560>

http://publicaciones.adicae.net/publicaciones/fototeca/10624590_728467697227967_1487591099484880322_n.jpg

=====

Re: El Corte Inglés clasifica las escobas y recogedores como 'outlet' para mujeres

Escrito por [larpeiro](#) - 17/11/2014 20:38

Todavía quedan por cambiar muchos estereotipos en este país, lo lamentable es que nadie diga nada, porque canta a la legua.

Se supone que unos grandes almacenes como el Corte Inglés que cuidan la imagen al máximo, no se "percaten" de estas cosas.

=====

Re: El Corte Inglés clasifica las escobas y recogedores como 'outlet' para mujeres

Escrito por [peseta](#) - 19/11/2014 10:33

Pues sí. La verdad es que quedan fatal poniendo cosas así en los tiempos que vivimos, y más un establecimiento de ese tipo....

Me extraña que nadie haya protestado ya...

=====

Re: El Corte Inglés clasifica las escobas y recogedores como 'outlet' para mujeres

Escrito por [gutizubi](#) - 19/11/2014 10:50

[larpeiro](#) escribió:

Todavía quedan por cambiar muchos estereotipos en este país, lo lamentable es que nadie diga nada, porque canta a la legua.

Se supone que unos grandes almacenes como el Corte Inglés que cuidan la imagen al máximo, no se "percaten" de estas cosas.

:angry:

Todavía pensamos como en los años 60 casi...

saludos

=====