

**RESULTADOS DEFINITIVOS DEL SEGUIMIENTO DE LA CAMPAÑA DE
NAVIDAD 2008 SOBRE PUBLICIDAD DE JUGUETES**

Alto cumplimiento del Código Deontológico de la Publicidad Infantil

Las reclamaciones contra la publicidad inadecuada se centran en la animación figurada

La Comisión de Seguimiento del Código Deontológico de la Publicidad Infantil, integrada por las organizaciones de consumidores ASGECO, ATR, AUC, CECU, FUCI, HISPACOOOP, UCE y UNAE ha hecho público los resultados definitivos del seguimiento y análisis de la publicidad de juguetes emitida por televisión durante la Campaña de Navidad 2008-2009.

La Comisión de Seguimiento es la responsable de vigilar el cumplimiento del Código Deontológico suscrito por la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) con las principales asociaciones de consumidores y usuarios de implantación nacional con el objeto de promover los valores de veracidad y transparencia en la publicidad y respetar la protección de la infancia. Se trata de un código pionero en España en el ámbito de la regulación voluntaria, que data del año 1993.

En esta campaña se han evaluado más de 450 anuncios diferentes de juegos y juguetes, examinando su adecuación tanto al Código Deontológico como a la legislación vigente.

Como resultado de esta labor de seguimiento y análisis, se han detectado 15 posibles incumplimientos del Código o de la legislación vigente referidos fundamentalmente a la utilización de animación figurada.

14 de esos casos se referían a anunciantes pertenecientes a la AEFJ; en 3 de ellos han sido aceptadas las alegaciones del anunciante, por lo que la Comisión ha considerado que dicha publicidad podía emitirse sin problemas. En 9 de ellos ha habido rectificación o cese de la publicidad. En los 2 restantes, la Comisión no aceptó las alegaciones y presentó sendas reclamaciones ante Autocontrol, cuyo Jurado ha fallado en favor del anunciante. La Comisión de Seguimiento está estudiando la posibilidad de presentación de los correspondientes Recursos de Alzada ante el Pleno del Jurado de Autocontrol.

En el caso restante, el anunciante no pertenece a AEFJ, por lo que se presentó directamente reclamación ante Autocontrol de la Publicidad. A la vista de la reclamación, la empresa se ha comprometido a modificar el anuncio de cara al futuro, compromiso que ha sido aceptado por el Jurado de Autocontrol.

Como puede verse en el siguiente cuadro, el grado de cumplimiento de la normativa en materia de publicidad de juguetes ha ido mejorando en los últimos años, y también la disposición de los anunciantes a atender los requerimientos de la Comisión de Seguimiento del Código Deontológico.



Evolución del seguimiento de la campaña de Navidad

	2003 2004	2004 2005	2005 2006	2006 2007	2007 2008	2008 2009
Anuncios visionados	111	120	135	200	297	450
Casos vistos por la Comisión	30	30	28	25	25	63
Requerimientos a anunciantes	22	11	20	20	14	14
Cese/modificación voluntaria	10	1	6	4	13	11
Reclamaciones ante autocontrol	6	8	9	0	1	3
Denuncias ante la SETSI	0	2	1	0	0	0

Gabinete de prensa de CECU

N
O
T
A

D
E

P
R
E
N
S
A

