



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO

LA REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD SEXISTA EN EL  
PERÚ Y SUS IMPLICANCIAS EN LA AFECTACIÓN DEL DERECHO  
A LA DIGNIDAD DE LA MUJER

---

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

AUTOR

ZULOETA MARIN CLAUDIA PAOLA

ASESOR

BALLESTEROS GARCÍA, MANUEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
DERECHO PÚBLICO

LIMA - PERU

2014

## DEDICATORIA

Dedico esta Tesis en primer lugar a Dios,

Por su amor infinito, y por haberme acompañado durante toda esta etapa de mi formación profesional, pues sin él no hubiera sido posible culminar la presente investigación.

A mis padres María Isabel y Willy:

Dos seres extraordinarios que me llenaron de su amor infinito, y quienes con su comprensión, y apoyo incondicional me inculcaron valores y siempre me hicieron saber que confían y tienen fe en mí.

A mi amado Iván:

La ayuda que me has brindado ha sido sumamente importante, estuviste a mi lado inclusive en los momentos y situaciones más difíciles, siempre apoyándome. No fue sencillo culminar con éxito esta investigación, sin embargo siempre fuiste muy motivador, me alentabas a seguir adelante y me decías que lo lograría perfectamente. Gracias por tu gran amor.

A mis abuelitos Héctor, Isabel, Pastor y Aurora:

Quienes siempre me brindaron su cariño y tuvieron una palabra de amor para mí.

A mis hermanos Luis y Piero:

Sé que siempre estarán conmigo cuando los necesite.

A mis sobrinos Fabián y Belén:

Que son la luz de mis ojos y que basta una sonrisa de ellos para alegrarme la vida.

A mí ahijada Andrea:

A quien quiero como si fuera mi hermanita menor, y ahora que soy su madrina nuestro cariño ha crecido.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a todas las personas que me apoyaron en esta investigación y que a continuación mencionare:

A mis profesores que me enseñaron desde la educación inicial, primaria y secundaria, pues me dieron todos sus conocimientos y me brindaron lo mejor de sí.

A mis docentes de la Universidad César Vallejo, quienes me brindaron grandes enseñanzas y me enseñaron a amar mi carrera.

A mi asesor metodológico el Doctor Manuel Ballesteros, quien tuvo paciencia y me brindo su apoyo durante el desarrollo de mi tesis.

Al doctor Augusto Chira, por su confianza y por su apoyo en la validación del instrumento de mi tesis.

A la doctora Sandra Uriel, quien me apoyo en la validación del instrumento de mi tesis.

Al doctor Guido Vera y al doctor Wilfredo Ramírez, por su confianza y gran ayuda en la realización de las entrevistas.

A los doctores Claudio Cajina, Fernando Silva y Marcello Croci, quienes me atendieron muy gentilmente en su estudio y me apoyaron con las entrevistas.

A mi mejor amigo Mario Seminario, por su amistad, por su apoyo en el desarrollo de mi tesis y por haber estado conmigo en los buenos y malos momentos brindándome su apoyo.

A mi amigo José Luis Núñez, por su sinceridad y amistad.

### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Claudia Paola Zuloeta Marin con DNI N° 72915596, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Derecho, Escuela de Derecho, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 06 de Diciembre del 2014



---

Claudia Paola Zuloeta Marin

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “LA REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD SEXISTA EN EL PERÚ Y SUS IMPLICANCIAS EN LA AFECTACIÓN DEL DERECHO A LA DIGNIDAD DE LA MUJER”, con la finalidad de determinar las conductas que generan afectación al derecho a la dignidad de la mujer en el uso de la publicidad sexista, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de ABOGADO.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El Autor

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	IV
PRESENTACIÓN.....	V
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>28</b>
2.1. APROXIMACIÓN TEMÁTICA.....	29
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	30
2.2. 1. PROBLEMA GENERAL.....	30
2.2. 1. PROBLEMA ESPECÍFICO.....	30
2.3. JUSTIFICACIÓN.....	30
2.3. 1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	30
2.3. 2. JUSTIFICACIÓN SOCIAL.....	30
2.3. 3. JUSTIFICACIÓN JURÍDICA.....	31
2.4. RELEVANCIA.....	31
2.5. CONTRIBUCIÓN.....	31
2.6. OBJETIVOS.....	31
2.6.1. OBJETIVO GENERAL.....	31
2.6.2. OBJETIVO ESPECÍFICO.....	32
2.7. SUPUESTO JURÍDICO.....	32
2.6.1. SUPUESTO JURÍDICO GENERAL.....	32
2.6.2. SUPUESTO JURÍDICO ESPECÍFICO.....	32
<b>III. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>33</b>
3.1. METODOLOGÍA.....	34

3.1.1. TIPO DE ESTUDIO .....	34
3.1.1.1. POR LOS NIVELES .....	34
3.1.1.2. POR EL OBJETO .....	34
3.1.1.3. POR EL DISEÑO .....	35
3.1.1.4. POR EL ENFOQUE .....	35
3.2. ESCENARIO DE ESTUDIO .....	36
3.3. CARACTERIZACIÓN DE SUJETOS .....	36
3.4. TRAYECTORIA METODOLÓGICA .....	38
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	38
3.6. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	40
3.6.1. UNIDADES TEMÁTICAS .....	40
3.6.2. CATEGORIZACIÓN .....	40
3.7. MAPEAMIENTO .....	42
3.8. RIGOR CIENTÍFICO .....	52
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>53</b>
4.1. MARCO COMPARADO .....	54
4.2. RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS .....	55
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>72</b>
5.1. APROXIMACIÓN AL OBJETO DE ESTUDIO .....	73
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>75</b>
6.1. CON RESPECTO AL SUPUESTO JURÍDICO GENERAL .....	76
6.2. CON RESPECTO AL SUPUESTO JURÍDICO ESPECÍFICO .....	76
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>77</b>
7.1. CON RESPECTO AL SUPUESTO JURÍDICO GENERAL .....	78
7.2. CON RESPECTO AL SUPUESTO JURÍDICO ESPECÍFICO .....	78
<b>VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>79</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>82</b>

## RESUMEN

Nadie se libra de la publicidad está en todos los sitios y en todos los formatos, pues en la actualidad la actividad publicitaria es de suma importancia, ya que es la principal fuente generadora de ingresos para los empresarios, siendo la herramienta más utilizada por estos para vender a los receptores un determinado producto o servicio. Sin embargo muchas veces se generan excesos en la utilización de esta herramienta, llegando a utilizar a la mujer como un objeto, o como un producto de consumo, como es el clásico ejemplo de la publicidad de cervezas en donde se muestra a modelos femeninas junto a bebidas alcohólicas, o aquellos comerciales en donde colocan a la mujer en un papel doméstico generando así la discriminación del sexo femenino, atentándose de esta manera a la dignidad de la mujer, derecho reconocido en nuestra Constitución Política del Perú en su artículo 1°. La mencionada publicidad sexista no se encuentra regulada en ninguna norma de nuestro ordenamiento jurídico por lo que se hace necesario incluir en nuestra actual regulación un artículo que sancione el uso de este tipo de publicidad, por lo tanto el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual como ente regulador de la publicidad en nuestro país debe tomar las medidas necesarias para erradicar la denominada Publicidad Sexista, logrando así acabar con aquellos anuncios publicitarios que colocan al género femenino en una situación de inferioridad y dependencia, imponiéndole solo roles destinados al mantenimiento del hogar, excluyéndola de una vida profesional exitosa y llena de logros.

**Palabras clave:** Publicidad sexista, dignidad, discriminación, regulación

## ABSTRACT

Nobody escapes from publicity, the advertisements is everywhere and in all formats, for now the advertising activity is of paramount importance, since it is the main source of income for the business, so it is the most used tool these receptors to sell a particular product or service. However sometimes excesses generated in the use of this tool, coming to use women as an object or as a consumer product, as is the classic example of the advertising of beer where shown female models with alcoholic beverages, or those commercials where they put the woman in a domestic role generating discrimination female, thus the Principle of Social Adaptation which is regulated by Legislative Decree 1044 and the absence of any statement by part of the administrative authority about sexist advertising is necessary for the National Institute for the Defense of Competition and Protection of Intellectual Property apply the principle of social adequacy as a legal measure against sexist Advertising, achieving those ads end advertising that place the female in a position of inferiority and dependence, imposing only roles for the upkeep of the home, and excluding them from a successful career full of achievements.

**Key words:** Sexist Advertising, dignity, discrimination, regulation