

La publicidad no puede contener mensajes que atenten contra la dignidad de las mujeres o muestren situaciones denigrantes o vejatorias. Deben rechazarse actitudes, comportamientos y situaciones discriminatorias o que incluyan mensajes sexistas que atribuyan a las mujeres un papel subordinado con respecto al hombre.

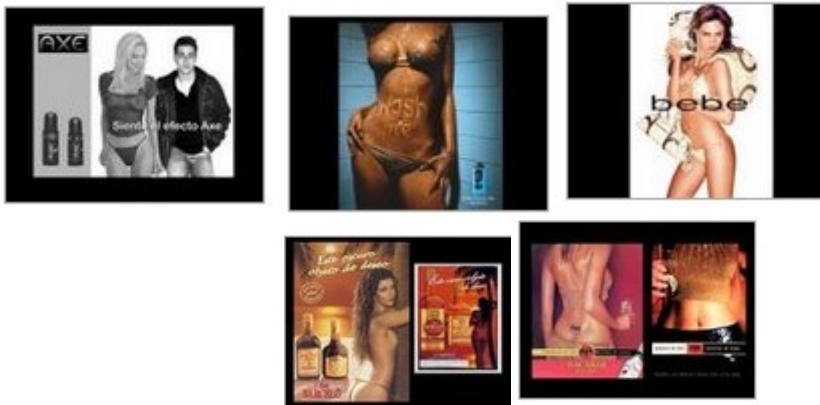
En general, no serán reflejadas posiciones de inferioridad por razón de género o por cualquier condición personal o social.

La publicidad debería cumplir el siguiente decálogo, dado por el observatorio andaluz para una publicidad no sexista:

1. Promover modelos que consoliden pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los géneros.
2. Fijar unos estándares de belleza femenina considerados como sinónimo de éxito.
3. Ejercer presión sobre el cuerpo femenino a través de determinados tipos de productos que facilitan su dominio y control.
4. Presentar el cuerpo de las mujeres como un espacio de imperfecciones que hay que corregir.
5. Situar a los personajes femeninos en una posición de inferioridad y dependencia.
6. Excluir a las mujeres de las decisiones económicas de mayor relevancia.
7. Alejar a las mujeres de los espacios profesionales prestigiados socialmente y, por el contrario, asignarles los roles de limpieza, cuidados y alimentación familiar.
8. Negar los deseos y voluntades de las mujeres y mostrar, como “natural”, su adecuación a los deseos y voluntades de los demás.
9. Representar al cuerpo femenino como objeto, esto es, como valor añadido a los atributos de un determinado producto; en definitiva, como envoltorio del producto.
10. Mostrar a la mujer como incapaz de controlar sus emociones y sus reacciones, “justificando” así las prácticas violentas que se ejercen sobre ella.

Debemos ver como publicidad sexista, que si no es denunciabile legalmente si es éticamente incorrecta así denunciemos campañas en las que:

Se hace uso del cuerpo de la mujer simplemente como objeto



o el sexo, como valor añadido del producto



sobre todo si muestra cualquier tipo de violencia de género.



Tampoco son aceptables aquellas donde se les asigna los roles de limpieza, cuidados y alimentación familiar al sexo femenino



E intentar que las labores de casa se vean como algo común desde la infancia

