



Fecha / /

Nombre _____ Apellidos _____

Curso _____ Grupo _____ Materia _____

Centro _____

Atención, ¡sexo a la vista!

El Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM) es un instrumento de concienciación social y de intervención pública en materia de publicidad sexista. Para ello lleva a cabo una serie de actividades:

- Recogida de las quejas ciudadanas y seguimiento de oficio de los contenidos considerados sexistas.
- Análisis y clasificación de los contenidos detectados o denunciados con el fin de obtener una visión del tratamiento actual de la imagen de las mujeres en la publicidad y los medios de comunicación.
- Actuación frente a los emisores de los mensajes discriminatorios, solicitando la modificación o retirada de las campañas más estereotipadas o denigrantes para las mujeres, o requiriéndoles un cambio de línea en sus acciones futuras.
- Difusión de la información obtenida con el fin de continuar fomentando el rechazo social al tratamiento discriminatorio a través de la comunicación mediática.
- Participación en actividades de formación y sensibilización sobre la influencia que el tratamiento discriminatorio en los medios y la publicidad tiene en la desigualdad.

Fuente: Observatorio de la Imagen de las Mujeres.
<http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observimg/home.htm>





Decálogo para identificar el sexismo en la publicidad

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; como su envoltorio, en definitiva.
10. Mostrar a las mujeres como incapaces de controlar sus emociones y sus reacciones, "justificando" así las prácticas violentas que se ejercen sobre ellas.

Cuestiones propuestas

- 1 ¿Por qué se utiliza muy a menudo el sexo como reclamo publicitario? ¿Qué importancia tiene el sexo en las vidas de las personas?
- 2 ¿Qué es el sexismo? ¿Cuál de los dos sexos sufre mayor discriminación? ¿Por qué?
- 3 ¿Crees que la publicidad influye en la forma de comportarnos? ¿Te parece bien que se denuncien las campañas discriminatorias o vejatorias?
- 4 ¿Puede la publicidad ayudar a conseguir la igualdad de ambos sexos? Elabora un decálogo similar al propuesto por el Observatorio para la publicidad, pero redactado de forma que pudiera servir como guía para elaborar publicidad no sexista.
- 5 ¿Por qué crees que en Internet es tan abundante el material relacionado con el sexo? ¿Crees que debemos estar alerta ante páginas ofensivas? Razona tu respuesta.
- 6 Forma grupos de trabajo con las personas de tu clase y repartíos la tarea de seleccionar imágenes de campañas publicitarias o páginas web que pudieran calificarse de sexistas.
- 7 Numera las campañas según los criterios recogidos en los puntos del decálogo propuesto.
- 8 Elabora un informe que avale tu denuncia de sexista a cada una de las imágenes seleccionadas. Realiza una presentación oral de unos 5 o 10 minutos con medios audiovisuales para defender tu trabajo ante el resto de la clase.



Cuestiones propuestas

- 9 Con todas las imágenes recogidas elabora un mural que pueda ser utilizado para realizar una campaña de sensibilización dentro de tu centro educativo.
- 10 Con ayuda de toda la clase elabora una encuesta para recoger la opinión de la mayor cantidad de gente posible sobre si le parecen sexistas o no las imágenes ofrecidas. Es importante anotar las razones a favor y en contra de las personas entrevistadas.