

# Decálogo para identificar la Publicidad Sexista

GUIDE TO IDENTIFYING SEXIST ADVERTISING

## Es sexista la publicidad que...

Advertising is sexist when ...

1. Justifica o frivoliza cualquier tipo de violencia hacia las mujeres y las niñas, atenta contra su dignidad y vulnera sus derechos reconocidos en la Constitución Española, el Estatuto de Autonomía para Andalucía y la normativa de Igualdad.

It justifies or trivialises any type of violence against women and girls, which undermines their dignity and violates their rights enshrined in the Spanish Constitution, the Andalusian Statute of Autonomy, and equality laws.

2. Fomenta modelos que consolidan pautas tradicionalmente fijadas para mujeres y hombres, tanto en el ámbito personal como profesional, y aparece una presentación explícita de un único destinatario aunque el producto pueda ser utilizado por ambos sexos.

It promotes and consolidate traditionally established codes of conduct for all females and males, in both the personal and professional sphere, which seems to be explicitly aimed at one gender, even though the product may be used by both sexes.

3. Muestra a las mujeres y a las niñas en una posición de inferioridad y dependencia, sin libertad ni capacidad de respuesta y de elección.

It portrays women and girls as inferior or dependent on their male counterparts, without freedom or choice.

4. Invisibiliza los deseos y voluntades de las mujeres y de las niñas, mostrando como 'natural' de ellas los deseos y voluntades de otras personas.

Conceals the desires and wishes of women and girls, portraying their accommodation to the desires and wishes of others as 'natural'.

5. Identifica a las mujeres con comportamientos y emociones como la inestabilidad emocional, la sensibilidad, el cariño, la abnegación, la dependencia, la sumisión, la envidia, la maldad y falta de juicio en sus reacciones.

It identifies behavioural traits traditionally associated with women, such as emotional instability, sensitivity, affection, self-sacrifice, dependence, submission, envy, malice and lack of judgement.

6. Fija unos estándares de belleza inalcanzables para las mujeres, asociándolos al éxito personal, profesional y/o social.

It establishes beauty standards unattainable for women, associating them with personal and professional or social success.

7. Promueve mensajes y/o imágenes que contribuyen a la sexualización temprana de las niñas.

It promotes messages and/or images that contribute to the early sexualisation of girls.

8. Presenta el cuerpo de las mujeres como un espacio de imperfecciones: muestra el cuerpo y los cambios experimentados como problemas a ocultar y/o corregir.

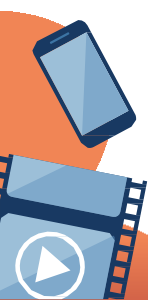
It presents the female body as something with imperfections: showing it and the changes it undergoes as problems that should be concealed and/or corrected.

9. Presenta el cuerpo de las mujeres como mero objeto, vinculándolo al producto o servicio sin mediar relación que lo justifique, como medio de sugestión al consumo (cosificación).

It objectifies the female body, linking it to the product or service without justification, as a way of encouraging consumption (coding).

10. Utiliza un lenguaje e imágenes que excluyen a las mujeres y a las niñas, dificultan su identificación, las discrimina o las asocia a valoraciones peyorativas.

It employs a language that exclude females and uses images that they cannot relate to, discriminates against them or portraying them in a derogatory fashion.



Instituto Andaluz de la Mujer  
CONSEJERÍA DE IGUALDAD, POLÍTICAS SOCIALES  
Y CONCILIACIÓN