



CARTA DE COMPROMISO CONTRA LA PUBLICIDAD SEXISTA 16/01/2018

En mi capacidad como (autoridad local), me comprometo a:

1. Respetar la dignidad de todas las personas, la diversidad y la igualdad entre mujeres y hombres;
2. Reconocer la definición de sexismo como un conjunto de creencias y / o actos basados en una distinción injustificada entre géneros, y que acarrea consecuencias individuales y colectivas perjudiciales;
3. Reconocer la definición de estereotipos de género como una generalización simplista de los atributos, las diferencias y los roles predeterminados tradicionalmente desempeñados por mujeres y hombres que crean modelos sociales típicos imaginarios, códigos sociales simplificados que transmiten valores de posicionamiento jerárquico y no igualitario, que enmarcan a los seres humanos en categorías sociales específicas;
4. Reconocer que los mensajes sexistas y estereotipados transmitidos a través de imágenes, palabras o la expresión de actitudes en el ámbito de la publicidad influyen en la mentalidad de las personas, lo que contribuye a la continuidad de la desigualdad de género y la violencia contra las mujeres y va en contra de la idea de sociedades progresistas. Reconocer que este fenómeno representa también un riesgo para las personas, en particular para la salud mental y física de los jóvenes, al exponerlos constantemente y sistemáticamente a ideas normativas y poco realistas sobre feminidad y masculinidad;
5. Implementar la Convención de las Naciones Unidas para la 'Eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres', el Convenio de Estambul y la Resolución 2038/2008 del Parlamento Europeo sobre 'Cómo el marketing y la publicidad afectan a la igualdad entre hombres y mujeres';
6. Luchar contra la desigualdad entre mujeres y hombres prohibiendo los anuncios sexistas y estereotipados en los espacios públicos a nivel municipal y regional;
7. Prohibir la denigración de la mujer al papel de objeto sexual, el concepto de inferioridad física e intelectual de las mujeres y de subordinación al hombre, así como la representación de las mujeres a través de actitudes degradantes y/o humillantes mediante descripciones, posiciones o gestos;
8. Oponerse al uso de clichés de género y connotaciones sexistas en la publicidad, como la asignación de roles estereotípicos, empleos, tipos de actividad o comportamientos en la

publicidad, incluso cuando se disfraz a través del humor o glamour.

9. Promover, donde sea posible, cursos sobre la deconstrucción de los estereotipos sexistas en los diferentes niveles educativos y de formación profesional.

10. Fomentar el intercambio de las mejores prácticas en la lucha contra la publicidad sexista y con estereotipos de género en las ciudades y colaborar con las autoridades reguladoras europeas, nacionales, regionales y locales en el ámbito profesional de la publicidad con el fin de crear conciencia en el sector de la publicidad y promover la adhesión a las normas profesionales y éticas contra el sexismo;

fecha

firma