

¿Qué es el Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista?



El Instituto Andaluz de la Mujer puso en marcha en junio de 2003 el **Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista** para cumplir con los objetivos de garantía de igualdad y respeto a la dignidad de las mujeres.

Hemos querido hacer del Observatorio de la Publicidad un instrumento de análisis del discurso publicitario, que atiende a las quejas de la ciudadanía al tiempo que genera pautas para reconstruir, desde la igualdad, el tratamiento mediático de la imagen pública de la mujer.

La ciudadanía, entidades y asociaciones confían hoy en el Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista como interlocutor a la hora de demandar un tratamiento digno de la imagen de mujeres y hombres en los medios de comunicación, la publicidad y en el uso de las tecnologías de la información.

Generar un nuevo discurso publicitario que facilite la plena integración social de todas las personas es labor de toda la ciudadanía. En este sentido, **vuestras aportaciones son fundamentales.**

observatoriopublicidad.iam@juntadeandalucia.es

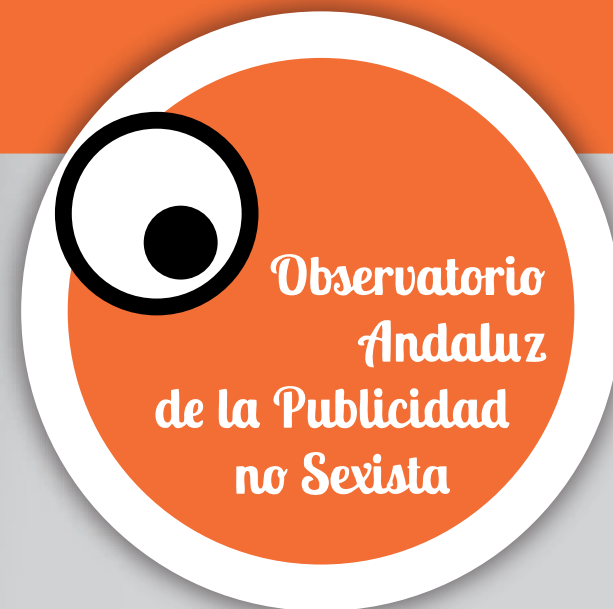
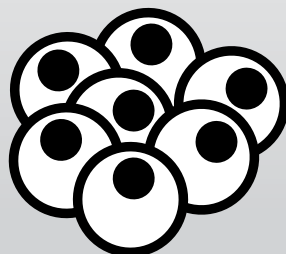


Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista Instituto Andaluz de la Mujer

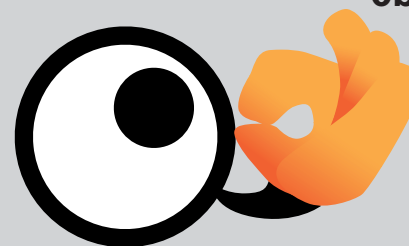
**Calle Doña María Coronel, 6
41003 Sevilla**

Teléfono de atención a la mujer en Andalucía: **900 200 999**

www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/



www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/



Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA DE IGUALDAD Y POLÍTICAS SOCIALES

¿Cómo recibimos las demandas de la Ciudadanía?

- A través de nuestra página web: www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/
- A través de nuestro correo electrónico:

observatoriopublicidad@juntadeandalucia.es

- A través del teléfono de atención a la mujer en Andalucía: **900 200 999**
- A través de la red de Centros Provinciales del Instituto Andaluz de la Mujer y de Centros Municipales de Información a la Mujer (CMIM)
- A través de las redes sociales en nuestro perfil de facebook

Difusión

- Jornadas, conferencias, seminarios de concienciación tanto para la sociedad como para personas en formación y profesionales
- Publicaciones e investigaciones: informes anuales, buenas prácticas...
- Campañas de sensibilización social y boletines digitales
- Elaboración de materiales didácticos y pedagógicos



- Creación de herramientas de valoración de la publicidad, como el Decálogo de la Publicidad No Sexista

Nuestros objetivos

- Hacer seguimiento del discurso publicitario y de la imagen que se proyecta en los medios de comunicación de las mujeres, y generar una actitud crítica ante el sexismo en la publicidad y en los medios
- Canalizar las quejas y valoraciones de la ciudadanía sobre los mensajes sexistas que continuamente nos rodean
- Concienciar a las personas profesionales de la comunicación, agencias de publicidad y a empresas anunciantes sobre las ventajas de una publicidad y contenidos libres de estereotipos y prácticas sexistas, más acorde con la sociedad actual
- Ayudar a construir una imagen de la mujer y un discurso publicitario que, atento a los cambios sociales, no limite las posibilidades de las personas por razón de sexo
- Servir de espacio de encuentro y coordinación para otros organismos y entidades que también trabajan en pro de una imagen digna de las mujeres en Andalucía



Líneas de trabajo

El Observatorio es un espacio para la formación, la sensibilización y la investigación en materia de publicidad no sexista.

- Aporta herramientas de trabajo enfocadas para la población infantil y juvenil, y para aquellos colectivos más sensibilizados
- Potencia, en relación a las personas profesionales de la comunicación, anunciantes y publicistas, una labor de arbitraje y de toma de conciencia
- Trabaja la responsabilidad social de las empresas desde la perspectiva de género y en relación a los mensajes y la publicidad que emiten como marca o empresa

El Instituto Andaluz de la Mujer trabaja activamente con las empresas y la ciudadanía para fomentar las buenas prácticas en el ámbito de la publicidad, los medios de comunicación y las TIC. Trabajamos para que los cambios sociales se reflejen en el discurso publicitario.

“La imagen pública de la mujer también ha de ser un reflejo de los avances sociales”