Nota de prensa

Publicidad sexista

El Instituto de las Mujeres pide la retirada de la campaña publicitaria de la Asociación de Familias Numerosas con el lema "¿Se te está pasando el arroz?"

- **El anuncio distribuido en las paradas de metro y autobús de Madrid señala como "excusas" algunas de las principales razones para retrasar la maternidad y paternidad**
- **A través del Observatorio de la Imagen de las Mujeres, el Instituto de las Mujeres ha recibido varias quejas en relación al cartel de la organización y ha pedido que se adopten las medidas necesarias para su cese**

21/11/24 - El Instituto de las Mujeres, en cumplimiento del artículo 3.a. de la Ley General de Publicidad, ha pedido esta mañana la retirada de la campaña publicitaria de la Asociación de Familias Numerosas de Madrid distribuida bajo el lema "¿Se te está pasando el arroz?".

En una carta dirigida a la presidenta de la asociación, la directora del Instituto de las Mujeres, Cristina Hernández Martín, ha solicitado que se adopten las medidas necesarias para que cese la campaña promocional, la cual supone "un menoscabo a la libertad y la autonomía que poseen las mujeres sobre sus cuerpos".

Una campaña cargada de prejuicios y presiones hacia la juventud

El cartel perteneciente a la Asociación de Familias Numerosas de Madrid apunta, en relación a la decisión de ser madre o padre, que "algunas cosas, si se posponen, se pierden para siempre". La campaña, distribuida en estaciones de transporte público madrileño, está acompañada de un vídeo en el que la organización nombra como "excusas" algunos factores que pueden influir en el retraso de la maternidad y la paternidad mientras que repite el eslogan "Te la están colando".

Esta información puede ser usada en parte o en su integridad sin necesidad de citar fuentes

MINISTERIO DE IGUALDAD
Instituto de las Mujeres

Pechuan, 1
28002 – MADRID
TEL: 91 4528648 /8705
Prensa-inmujer@inmujeres.es

“Hace décadas que las mujeres conquistamos el derecho a decidir sobre nuestros cuerpos y por tanto a decidir en libertad si queremos o no tener hijos e hijas, si queremos o no formar una familia, y en caso afirmativo, cuándo, cómo y con quien hacerlo”, ha recordado Hernández señalando que se trata de una campaña cargada de prejuicios y presiones hacia la juventud y especialmente hacia las mujeres.

En la comunicación dirigida a la asociación, Cristina Hernández ha expuesto, en relación a la campaña publicitaria, que muestra “un profundo desconocimiento de la compositiva de nuestra sociedad y del nivel formativo que ostentan las personas jóvenes”, las cuales, concluye la directora del Instituto de las Mujeres, “saben lo que quieren y no necesitan tutorización para ejercer su libertad”.

El artículo 3.a. de la Ley General de Publicidad declara ilícita la publicidad que presente “a las mujeres de forma vejatoria” o asocie “su imagen a comportamientos estereotipados”. Con el fin de dar cumplimiento a la norma y velar por una correcta representación de las mujeres en la publicidad y los medios de comunicación, el Instituto de las Mujeres, organismo autónomo adscrito al Ministerio de Igualdad, gestiona el Observatorio de la Imagen de las Mujeres. Una herramienta abierta a la participación ciudadana, cuyo objetivo es analizar la representación de las mujeres en estos ámbitos, identificando cuáles son los roles que se les atribuyen y, en el caso de que puedan ser considerados sexistas, realizar acciones que contribuyan a suprimir las imágenes estereotipadas.

Esta información puede ser usada en parte o en su integridad sin necesidad de citar fuentes

C/ PECHUÁN, 1.
28002 - MADRID
TEL: 91 4528648 /8705