



Piensa
Sexista

Guía para publicitari@s que quieren
vender un mundo más igualitario.

Las que estamos detrás de esto

NEUS G. PARROT

Copy sexi

LIA MENDONÇA

Arte sexi

CARMELA SERANTES

Copy sexi

¡¿¿Que qué queremos??!

Dar visibilidad a las mujeres, que molan por lo menos igual que los hombres.

O lo que es lo mismo, darles más papel y más relevante.

Romper con los estereotipos tontos y viejunos.

O lo que es lo mismo, dejar de pensar en que hombres y mujeres no son capaces de las mismas cosas.

Que sí, que a veces ser
consecuente con esto te jode un
buen copy o una buena idea, ¡a
nosotras nos lo vas a contar! Pero
si la publicidad verdaderamente
tiene tanto poder, usémoslo para
bien, ¿no?



Vale, pero es que yo no soy feminista...

Nos sabe mal tener que ser nosotras quienes te
digamos esto pero sí, seguramente sí lo seas.
Seas hombre o mujer.

Y si no nos crees, mira lo que dice la RAE, esa
entidad tan poco sospechosa de ser progre:

feminismo

Del fr. féminisme, y este del lat. femīna
'mujer' e -isme '-ismo'.

1. m. Ideología que defiende que las mujeres
deben tener los mismos derechos que los
hombres.

PD: Y si no estás de acuerdo con todo esto, ¡es
que eres mala persona! Hala, ¡ya lo hemos dicho!

Un capítulo dedicado a *les copies*.

¿Todos incluye a todas? A veces...

Según la normativa el plural masculino sirve para incluir a ambos sexos. Y ahí podemos estar más o menos de acuerdo (¡con la RAE hemos topado!), ¿pero qué tal si intentamos al menos no abusar de esa fórmula?



¡Truquillos!



Dirigirse a los colectivos

Si existen, ¿por qué no usarlos?

Los alumnos > **El alumnado**

Los ciudadanos > **La ciudadanía**

Hablar de “gente” o “personas”

Que, además, son palabras femeninas :)

Los publicitarios > **La gente que se dedica a la publicidad**

Eliminar los determinantes: Los

Así, por lo menos, no reforzamos el género masculino.

Una fiesta para los publicitarios
> **Para publicitarios**

Usar la X o la @

Te puede gustar más o menos, pero funciona.

Hola amigXs, bienvenid@s a la fiesta!

Usar el desdoblamiento

Si es que no te queda más remedio...

“Se busca director/a creativo/a”



Lo que no mola nada (de nada):

Utilizar el masculino en singular

“Bienvenido al maravilloso mundo de la publicidad”
Di mejor **“Te damos la bienvenida”**, ¿no?

Utilizar el femenino solo cuando te interesa

Las azafatas
Las enfermeras
Las amas de casa

PD: Y que nadie nos discuta que nos ponemos chungas e igual acabamos usando solo el femenino para hablar de hombres y mujeres, ¡que estamos muy locas!

Un capítulo sobre números.

Tú, ¿a cuántas mujeres ves?

A veces es tan fácil como echar cuentas.
Cuenta en un catálogo, spot, prensa, cuña, lo que sea...

¿Cuántos hombres y mujeres hay?

Asegúrate de que por lo menos haya siempre un 50% de mujeres, ¡que son más del 50% de la población mundial!

¿Y qué participación tienen esas mujeres?

¿Son protagonistas de la acción? ¿En qué medida su rol es relevante en el desarrollo de la historia? ¿Se trata de un rol intelectual?

PD: ¿Se entiende que no nos referimos a ver a más mujeres limpiando retretes o cuidando de niños como si fueran madres solteras, no?

Un capítulo que habla de los roles.

Mujeres enfermeras, hombres médicos.



No solo los hombres pueden ser directivos, jefes, cabezas de familia, profesionales, líderes, fuertes, rudos, decididos, competitivos, independientes...

(Ni todos los hombres son insensibles, son los salvadores, adoran el fútbol y no saben ni freír un huevo).

No solo las mujeres pueden ser amas de casa, cuidadoras de niños, cariñosas, sensibles, emocionales, detallistas...

(**Ni todas las mujeres** son unas histéricas, criticonas, envidiosas, manipuladoras que solo se preocupan por su manicura).



¡AVISO! Un gatito muere cada vez que un experto de la limpieza con bata (el profesional) sale contándole a una ama de casa (la no profesional) cómo tiene que dejar su ropa más blanca o su vajilla más brillante.

Un capítulo sobre eso llamado Micromachismos.

No la llames “guapa” ni “supermujer”.

La palabra de moda, ¡micromachismo!
Que va tan bien para ponerle una etiqueta
a todas esas cosas que molestan a las
mujeres sin que a veces sepan por qué.

“El micromachismo es una práctica de violencia en la vida cotidiana que es tan sutil que pasa desapercibida pero que refleja y perpetúa las actitudes machistas y la desigualdad de las mujeres respecto a los hombres”.

Luis Bonino Méndez

Con ejemplos se entiende mejor, aunque algunos quizás de “micro” tiene poco.

>> Los piropos gratuitos

¿A las mujeres les gusta que les digan cosas bonitas?

Pues depende. Según quién las diga son más bien un insulto y una invasión del espacio personal. Especialmente, cuando se refieren al físico, porque rara vez dirán “mira qué inteligente es”, y aún menos sin condescendencia.



>> El famoso “mansplaining”

Ahí están, esos hombres dando lecciones de vida a las mujeres como si, además, les estuvieran haciendo un favor. “Atiende, querida, que yo te enseñe qué fácil es usar esta lavadora”.

>> El Mito de la Superwoman

No, las mujeres no pueden con todo. Ni tienen por qué poder. Eliminemos ese arquetipo de mujer de la publicidad, que solo sirve para engañarlas para que sigan haciendo más trabajo del necesario.

>> Sr, Sra y... ¡¿¿Srta??!

¿Te suena haberlo visto en algún formulario? Ya, pues es que hay empresas que todavía creen que se debe diferenciar a la mujer casada de la soltera. A los “Señoritos” en cambio no.

>> Las cosas para mujeres

Porque alguien ha decidido que les corresponden solo a ellas y así es como las vendemos.

Como esos anuncios de antical que hablan en femenino o ese aspirador que en sus instrucciones dibuja a mujeres usándolo.

>> Las operaciones bikini y similares

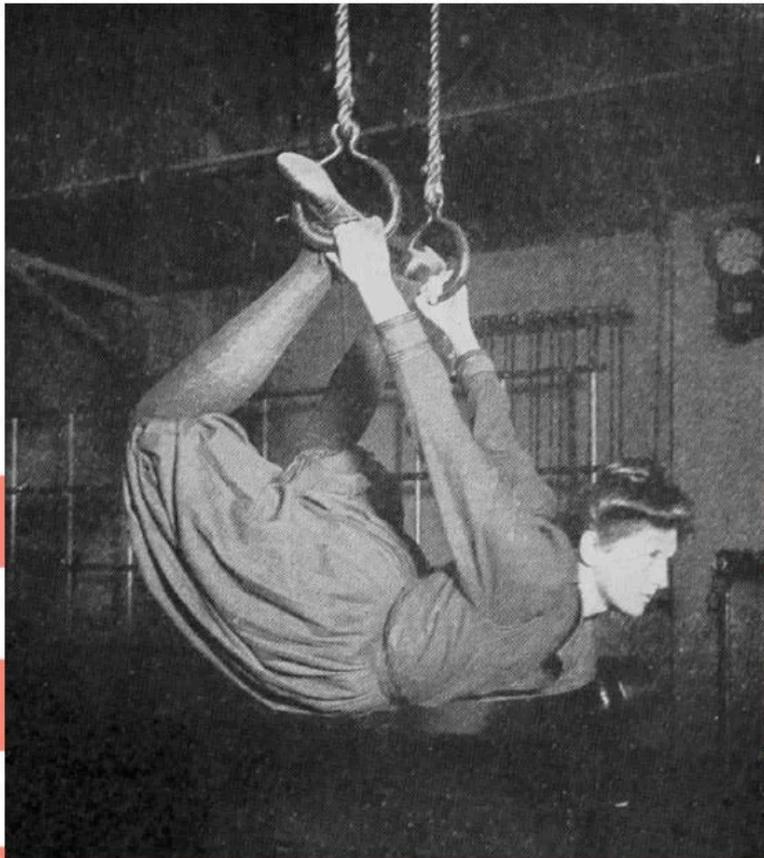
¡Como si algún día se les pudiera olvidar a las mujeres que la sociedad las quiere delgadas, sin estrías ni celulitis!



Un capítulo para pasar a la acción

Herramientas de guerrilla para el día a día

¿No sabes por dónde empezar? Aquí te dejamos algunas pistas que, si bien parecen muy chorras, consiguen romper con algunas dinámicas y, lo más divertido, ¡levantan ampollas!



Juan Muestra tiene el buzón lleno

¿Que no conocéis a **María Muestra?**

Es la hermana de Juan Muestra. A ella también le gusta que le escriban cartas...

Rosa y azul = Violeta

Esa manía de pensar que lo de color rosa es para mujeres y lo azul para hombres. ¡Que los colores son como los ángeles: no tienen sexo!

En caso de duda, nuestra recomendación es mezclarlos y ¡utilizar el color violeta!



¿Y si fuera una mujer?

Quizás algunas veces no tenga sentido, pero otras es que simplemente no se ha planteado porque lo "normal" es poner un hombre.

Míralo al revés

Una regla que casi nunca falla: si al girar los roles de hombre/mujer queda ridículo, es que era ridículo desde el principio.
¿O acaso el vestido de la Pedroche no quedaba ridículo cuando se lo puso su pareja?

El "Sexy Lamp Test"

Tal cual: si puedes sustituir las mujeres por una lámpara sexy, es que algo estás haciendo mal.

Continuará.... ¡En nuestro **Facebook!**

Turno de ruegos y preguntas

No somos expertas en el tema, solo publicitarias que se inquietan con los sexismos que vemos a diario y que se crean sus propias teorías. Por eso, si tienes algo más que te gustaría añadir a esta guía, ¡será bienvenido!



Únete a nuestro Facebook:
[facebook.com/PiensaSexi](https://www.facebook.com/PiensaSexi)



Envíanos un e-mail:
piensasexi@gmail.com

