



EL INSTITUTO DE LA MUJER RECLAMA AL SECTOR PUBLICITARIO QUE ACABE CON LA SEXUALIZACIÓN DE LAS NIÑAS

Madrid, 09 de octubre de 2019

Con motivo del Día Internacional de la Niña, que se celebra el próximo día 11 de octubre, el Observatorio de la Imagen de las Mujeres, del Instituto de la Mujer, ha llevado a cabo una revisión de las quejas recibidas en los últimos diez años por campañas que sexualizan a las niñas.

140 quejas entre 2010 y 2020, por campañas de 59 anunciantes, ha sido el balance obtenido, lo que pone de manifiesto que la cosificación y sexualización de las niñas es una práctica constante, aunque no presente altos índices de frecuencia. En un estudio que está realizando el organismo sobre publicidad de juguetes, y que será presentado en fechas próximas, se ha obtenido que en los anuncios protagonizados por niñas estas son sexualizadas en el 8,5 % de los casos.

Tanto en la publicidad para menores como para adultos aparecen anuncios que de manera más explícita o más sutil representan de esta forma a las niñas, con especial incidencia en publicidad de ropa y moda.

El Instituto de la Mujer recuerda que la sexualización temprana es una forma de violencia contra las niñas que se está normalizando y que mercantilizar y sexualizar los cuerpos infantiles puede contribuir a favorecer los abusos a menores. En este contexto, reclama al sector publicitario que acabe con estas prácticas, que también atentan contra los derechos de las niñas y pide a los medios de comunicación y



resto de soportes publicitarios que no sean cómplices y rechacen la inserción de esta modalidad de anuncios.