



## „Tati, není té paní v reklamě na pneumatiky zima?“ Poslední Sexistické prasátečko začíná

Tisková zpráva NESEHNUTÍ ze dne 20. června 2018

Nezisková organizace NESEHNUTÍ zahajuje desátý a poslední ročník anticeny Sexistické prasátečko. Reklamy, které znevýhodňují ženy a muže na základě pohlaví, může nominovat každý, a to na webu <http://www.prasatecko.cz/>. Nominace se budou sbírat do 30. září 2018, poté si v hlasování vybere nejvíce sexistickou reklamu veřejnost i odborná porota.

Poslední Sexistické prasátečko se rozhodlo upozornit na to, jaký dopad má sexistická reklama a sexismus na každodenní život. A to pomocí maleb ve veřejném prostoru s hlavní postavou holčičkou Viktorkou, která se ptá svých rodičů na různé stereotypy, které přetrvávají v naší společnosti. Malby vznikají ve spolupráci s agenturou Butterflies and Hurricanes. První je umístěna v pražském [Karlíně u Café Shadow](#). Další budou vznikat v průběhu posledního ročníku na různých místech v Praze i Brně.



„Chceme upozornit na to, že se sexismem se setkáváme všichni každý den a to nejenom v reklamě. A že sexismus má na nás dopad – na to, jak se ve veřejném prostoru cítíme a co můžeme v životě dělat. Holčička Viktorka v našich malbách se proto ptá na věci, které zná z reklam, ale i z běžného života,“ vysvětluje jedna z organizátorek anticeny Kristýna Pešáková z Nesehnutí. Na dalších malbách bude Viktorka mluvit o emocích, kráse, i vzdělání.

„V našem studiu designujeme pro značky, kterým jde o budoucnost téhle planety a o úctu a respekt k lidem. Všichni v B&H se shodneme, že sexismus nejen v reklamě škodí. Holčička Viktorka nás v prostorách často navštěvuje a jen se diví. Třeba proč by nemohla být prezidentkou. A my se díváme s ní,“ Michaela Thomas, majitelka designového studia Butterflies & Hurricanes

Poslední ročník anticeny se také nese v duchu bilancování úspěchů, kterých Sexistické prasátečko dosáhlo a rekapitulace témat, které ve společnosti otevřelo. Proto se i na webu anticeny budou objevovat delší texty s nejčastějšími motivy sexistické reklamy. Prvním zveřejněným tématem je [spojení sexistické reklamy a násilí](#), respektive jeho zlehčování, [které přispívá k větší toleranci](#) násilí na ženách ve společnosti.

Z nominovaných reklam stejně jako v předchozích letech vybere jednoho vítěze veřejnost a druhého odborná porota. V loňském roce se v anticeně sešlo 90 reklam. Od veřejnosti si první místo za jazykový sexismus, ponižující vtip i motiv kritizující kampaň #metoo vysloužilo [Free Radio](#), které v nově pojatém hlasování za nepřijatelnou označilo hned 92 % hlasujících z řad veřejnosti. Odborná porota přisoudila první příčku reklamě firmy [FEKO LT](#), která podle expertů a expertek vulgárním způsobem ponižuje ženy.

### Kontakt:

Petra Havlíková, [petra.havlikova@nesehnuti.cz](mailto:petra.havlikova@nesehnuti.cz), 732 854 435  
Kristýna Pešáková, [kristyna.pesakova@nesehnuti.cz](mailto:kristyna.pesakova@nesehnuti.cz), 723 759 082