

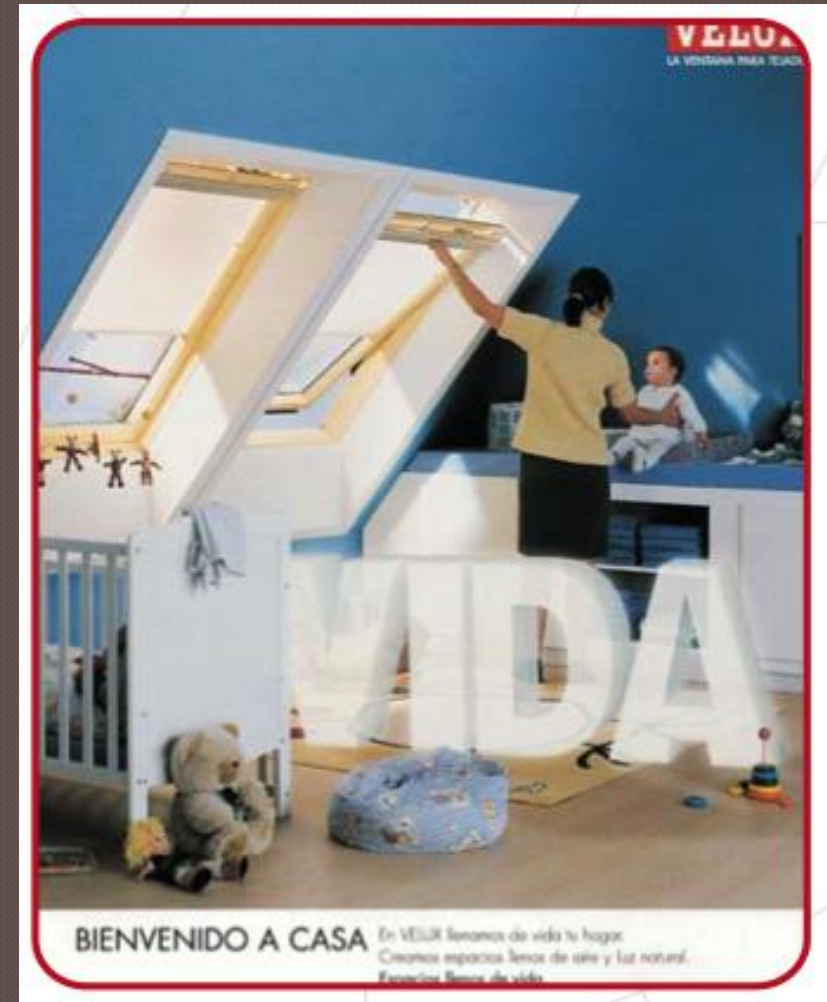
¿Y LA IMAGEN DE LA MUJER DE HOY?

Estereotipos en la Publicidad

La mujer como objeto de deseo para el hombre

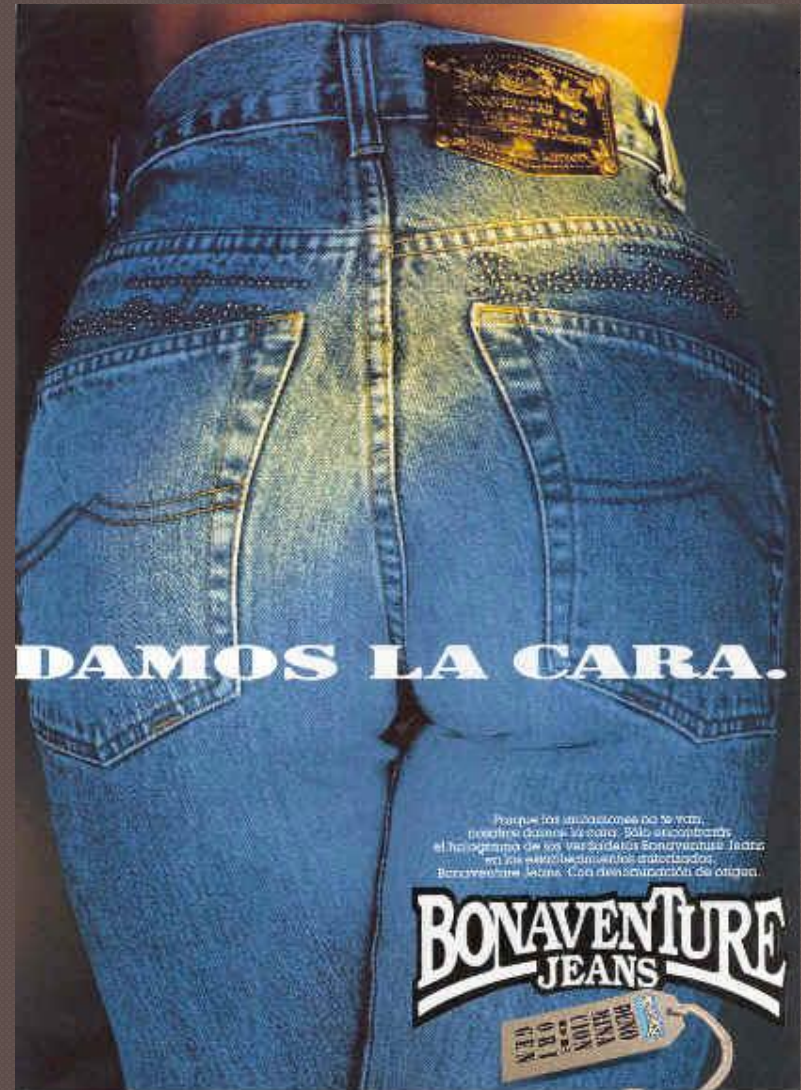
ROLES Y ESTEREOTIPOS EN LA PUBLICIDAD

- La publicidad actúa agresivamente sobre los consumidores con el fin de mantener unas pautas de comportamiento
- A menudo, perpetúa una serie de estereotipos que tradicionalmente se han adjudicado a los hombres, las mujeres, los niños o los ancianos.

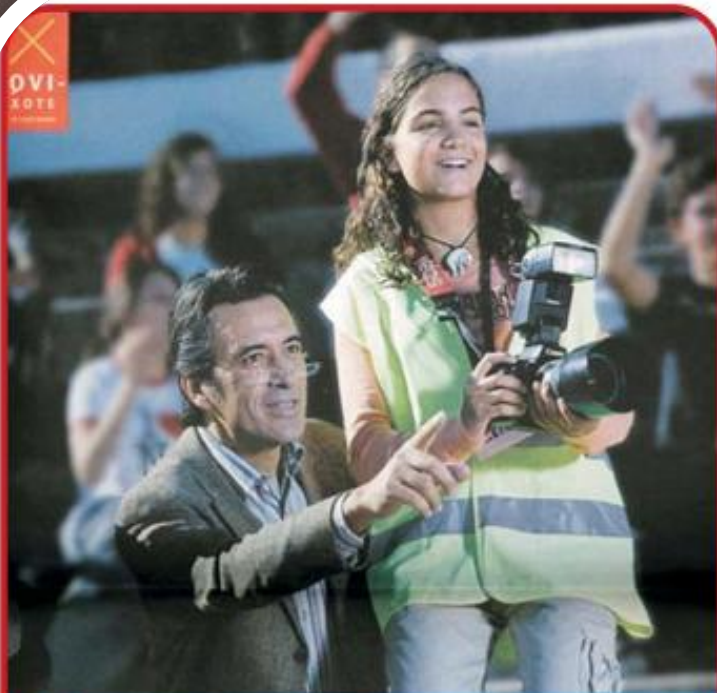


LA MUJER EN LA PUBLICIDAD

- La mujer aparece a menudo tratada según planteamientos sexistas, así se le asignan diferentes roles muy marcados como: destinataria de productos de belleza o de limpieza, como objeto decorativo o cebo sexual o como eficiente ama de casa.



LA MUJER EN LA PUBLICIDAD



Sal con tus alumnos a la calle y buscad la noticia

La aventura de crear un periódico

El Polo de los Entusiastas les ofrece a ti y a tus alumnos la oportunidad de convertirte en periodistas durante este curso. Forma un grupo de alumnos inquietos que quieran vivir la experiencia de crear un periódico, y asume el papel del director de la publicación.

En su 5ª edición, el concurso *El Polo de los Entusiastas* cuenta con más de 30.000 € en premios. Si eres profesor de 2º ciclo de ESO o Bachillerato, inscribe



EN LAS SIGUIENTES IMÁGENES SE
RECOGEN EJEMPLOS DE
ESTEREOTIPOS PUBLICITARIOS,
ACOMPAÑADOS DE UN PEQUEÑO
TEXTO ACLARATORIO.



AXE



Aparece la mujer como estereotipo en función de objeto de deseo para vender el producto al sector masculino. Se refiere a la utilización de la mujer con un significado sexual. La mujer es sólo un cuerpo, una pieza objeto del deseo del hombre.

AXE

COLEGIALA + ESQUIADORA

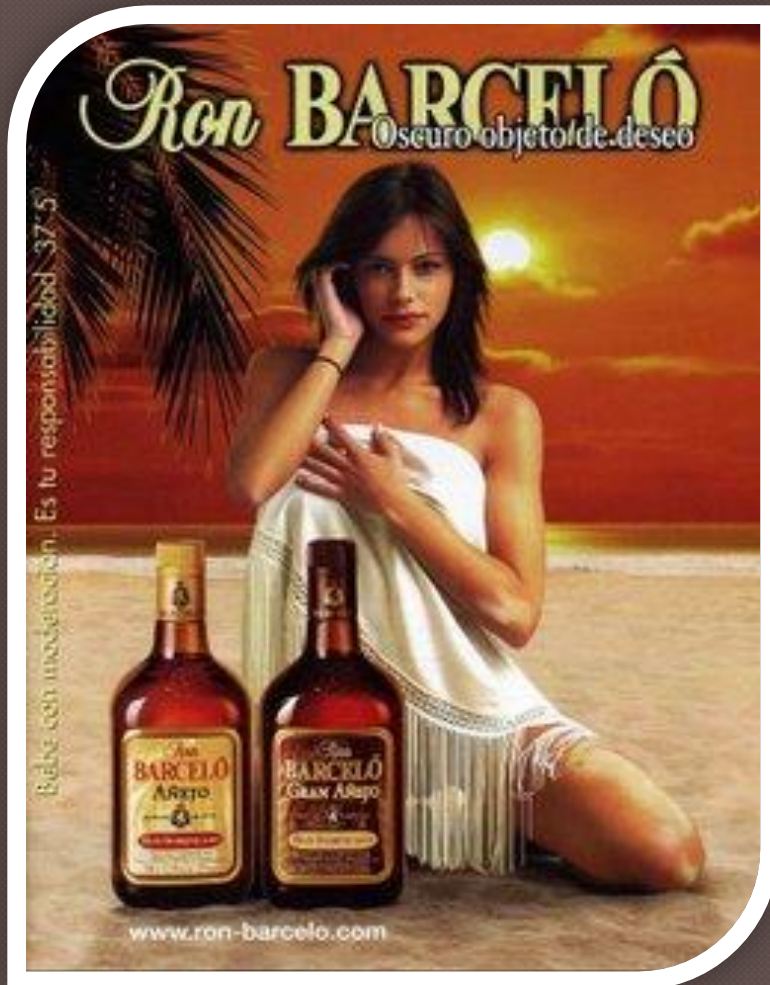


MEZCLAR ESTÁ BUENO.
Combiná Axe 1 con Axe 2 y creá el nuevo Axe 3. Fragancias combinables.



- En este anuncio caen en los mitos de los hombres mezclando la típica chica vestida de colegiala y a la vez de esquiadora sexy.
- Con ello venden que al adquirir el producto saldrás con esas chicas.

RON BARCELÓ



Aquí podemos observar un ejemplo en el cual aparece una mujer atractiva asociada a una bebida.

MAAX

“Por cada mujer que está cansada de actuar como una tonta ... Hay un hombre que está agobiado por la exigencia constante de ‘saberlo todo’ ”



BREIL

**En este caso
la mujer está
despersonalizada,
sin identidad propia,
solo pone su cuerpo
y belleza al servicio
de la satisfacción de
los varones.**



NIKON



**Aparece la mujer
como objeto
decorativo o "cebo"
para vender la
cámara al
consumidor
masculino.**

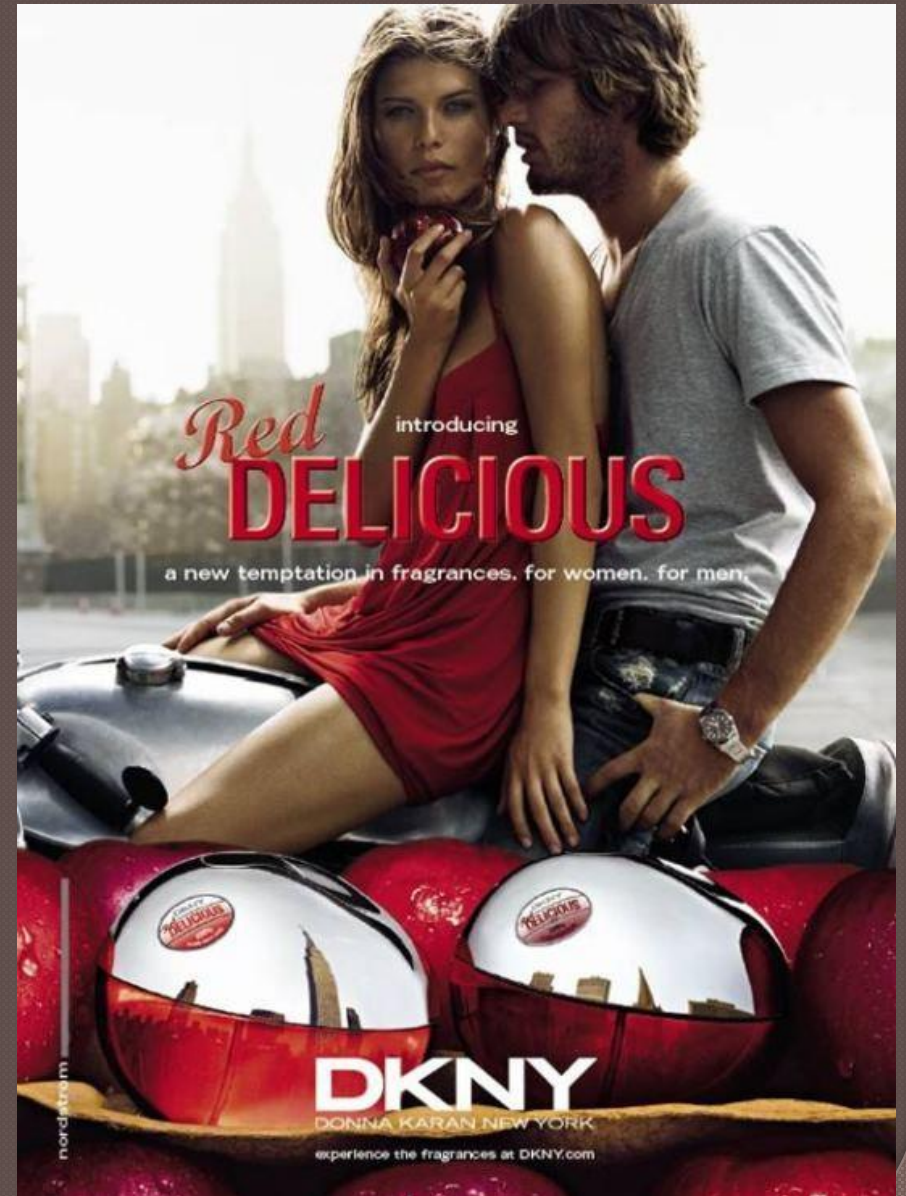
CRISTAL



- **En este anuncio dan más importancia al entorno que al producto.**
- **Para ello ponen un paisaje de ensueño con una chica increíble.**

DKNY

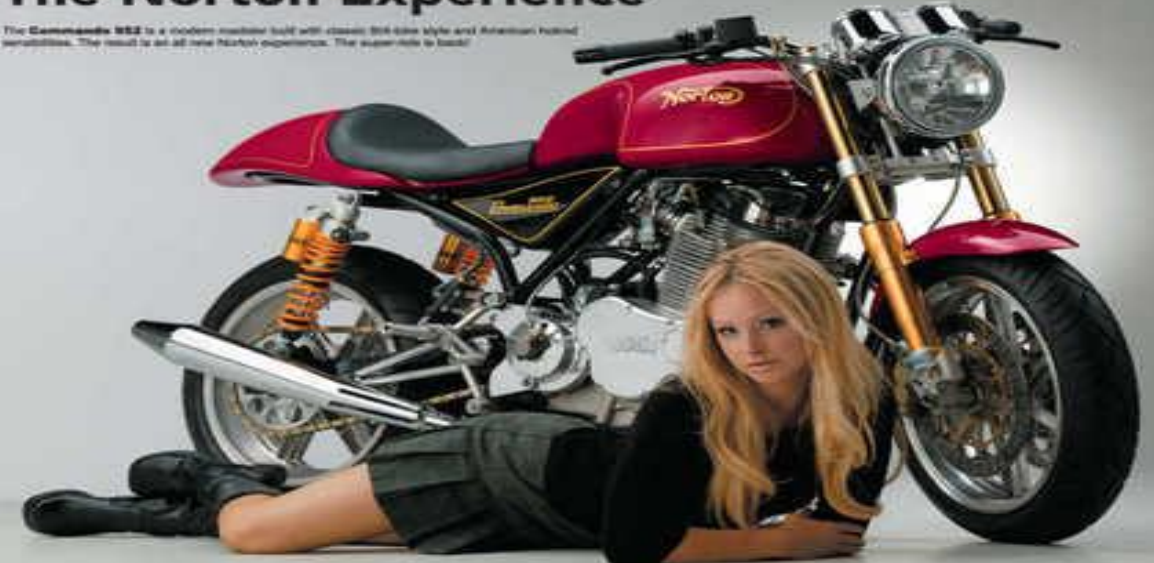
- Con esta colonia se vende la idea de que tus sueños se harán realidad al adquirir este producto.



NORTON

The Norton Experience

The Commando 882 is a modern machine built with classic British style and American hybrid sensibilities. The result is an all new Norton experience. The super-bike is back!



Norton Motorcycles, Inc. 17625 SE 83rd Drive Gladwin, OR 97027 phone 503.652.5295 fax 503.652.7612 www.nortonmotorcycles.com

Norton

- Este es un anuncio clarísimo de publicidad sexista ya que la moto va dirigida a hombres y para llamarles la atención ponen a esa chica en el suelo.

LA JUVENTUD EN LA PUBLICIDAD

- La publicidad propone una juventud dinámica, alegre y con un gran poder adquisitivo.
- Los jóvenes son manipulados por los publicistas para crearles la necesidad de consumir, muchas veces innecesaria.
- Es necesario fomentarles una actitud crítica.



GRUPO
LECHE
PASCUAL
www.zumosolactivo.com

ZUMOSOL
activo
9,5% libre
de grasa

ZUMOSOL
activo
CON ZUMO y PROTEÍNAS
de HUEVO

¡Siempre la misma historia! ¡Todos los días lo mismo!
Me dicen lo que tengo que tomar, que ponerme, con quién salir y a que hora llegar.
¡Ya basta, QUIERO ALGO DISTINTO!

Por fin tienes algo nuevo. **ZUMOSOL** *activo*,
con zumo de naranja y proteínas de huevo.

¡¡el SABOR que se SALE!!

HAY QUE SER CRÍTICOS

No podemos evitar la publicidad, porque está por todas partes, pero podemos aprender a defendernos de ella.

La mejor manera de hacerlo es la de analizar los anuncios de una forma crítica: ¿Qué me quiere vender? ¿Lo necesito? ¿Qué es lo que dice para convencerme? ¿Cómo lo dice? ¿Qué palabras usa? ¿Qué imágenes aparecen? ¿Qué historia me cuenta? ¿Qué tipo de voz me habla del producto? ¿Es verdad lo que me dicen?