

## **Los roles en publicidad** (Ejemplo: Rol de la mujer)

Hemos elegido el caso de la mujer, además de por el abundante material bibliográfico por:

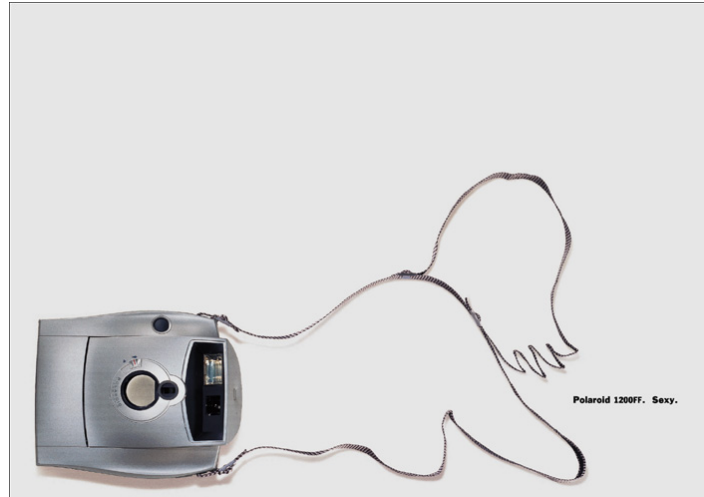
- La mujer es componente principal en los públicos objeto que busca la comunicación publicitaria. Supone el 80% de los compradores de los productos anunciados
  - ➔ Su imagen aparece estereotipada en los roles tradicionales asignados a la mujer y manteniendo los del hombre.
- Actualmente el 70% de los anuncios trata de elementos ligados a lo femenino: 28% hogar, cosmética 18,7% alimentos 13,3% y medicamentos 12%
  - ➔ El 21,3 % promueve imágenes positivas de la mujer y un 18,7% promueve imágenes de roles equiparables entre hombres y mujeres
  - ➔ El 46% de los roles actuales la mujer aparece: como trabajadora (17,7%), ama de casa (7,7%) dueñas de la casa (11,3%)

## **El rol femenino en publicidad**

- Los estudios sobre la mujer en publicidad rebelan que su imagen aparece reflejada en tres grandes ámbitos
  - ➔ Una publicidad estereotipada en los roles tradicionales del hombre y la mujer.
  - ➔ La publicidad que idealiza la belleza femenina
  - ➔ La publicidad que cosifica la sexualidad femenina
- Tradicionalmente hasta bien entrados los 70 la mujer ha aparecido en roles de subordinación al hombre, como madre/esposa o compañera complaciente.
- La emergencia del feminismo, su incorporación al mundo laboral han abierto nuevos estereotipos publicitarios de mujer triunfadora, superwoman que en los últimos años ha mostrado también efectos secundarios negativos
- J. León (1996) señala que ha aparecido una última fase donde la mujer aparece mucho más realista, sensible, compleja y cercana a su sensibilidad que se aleja de los perfiles exclusivos que generan los roles profesionales .

## La imagen de la mujer en publicidad

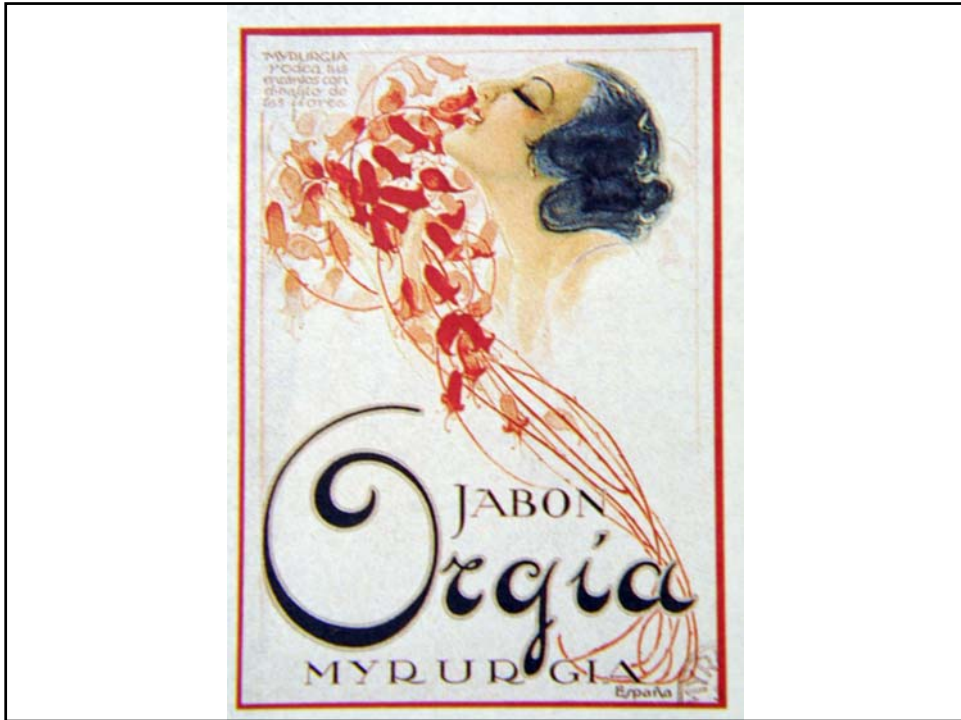
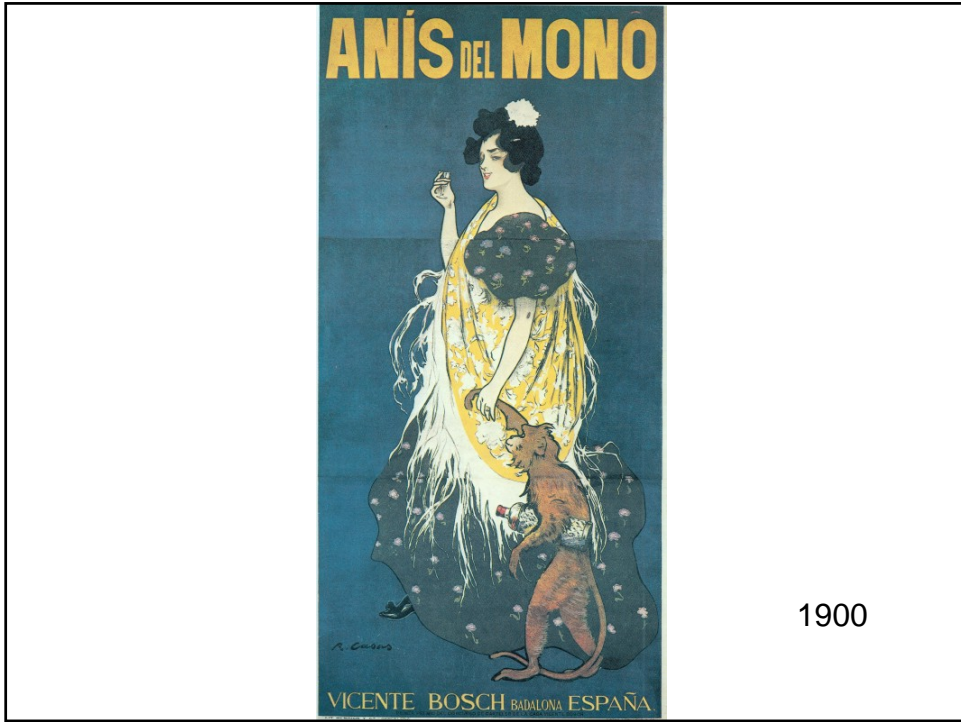
- La imagen de la mujer ha estado siempre presente en la comunicación publicitaria de forma preeminente bien de forma explícita o sutil adaptándose a las tendencias sociales de cada formación social



## 1900/1950

Aparece en la figura tradicional de madre o en el ámbito de la belleza





# 1940/1950

La mujer se incorpora al mundo laboral, al principio en trabajos subordinados como secretarías, etc. y su belleza comienza a ser mas sensual

**el campo en casa...**

La salud que acumula V. en verano en el campo, consérvela y aumentela en invierno en casa. Fricciónese con "PIN'S" que es en toda época la salud de su cuerpo.

Exonente rescativo que facilita la circulación de la sangre, previniendo la GRIFFE, fortificando los BRONQUIOS y aliviando todas las ENFERMEDADES DEL PECHO. Para los convelescentes y propenso a dichas enfermedades "PIN'S" es el producto indispensable.

Polverino "PIN'S" en una habitación y aparezca V. el saludable ambiente del bosque. En la habitación de un enfermo es asimismo para él y preventivo para los demás.

Alcohol Científico para Fricciones "PIN'S", 3 veces destilado en plena bosque sobre plantas frescas y aromáticas.

**Pin's**  
alcohol científico  
para fricciones

ELABORADO POR PERFUMERIA PARERA

1940

**WHAT SECRETARIES REALLY THINK . . .**

**Tests with 615 secretaries show a 29% longer lasting flavor in Beech-Nut Gum**

615 secretaries, in 26 cities, tested peppermint chewing gum. They reported that Beech-Nut's flavor lasted, on an average, 29% longer than the peppermint flavor of all the other brands tested. In addition, 2 out of 3 said that they preferred the flavor of Beech-Nut to that of the other brands. When you buy chewing gum, get the yellow package of Beech-Nut. It's delicious. Discover how long and how much you enjoy its better, stronger peppermint flavor.

**They said: more minutes of flavor**

**BEECH-NUT GUM**  
Always Refreshing

1941



**NOW-RIGHT IN YOUR OWN HOME-  
HOLLYWOOD BEAUTY CARE!**

HERE'S ALL YOU DO TO TAKE A LUX SOAP ACTIVE-LATHER FACIAL. PAT THE LATHER, LIGHTLY INTO YOUR SKIN.

KINSE WITH WARM WATER, THEN COOL.

PAT LIGHTLY TO DRY. SKIN FEELS SOFTER, SMOOTHER, AND LOVELY SKIN'S IMPORTANT!

**OLIVIA de HAVILLAND**

Lux Soap ACTIVE-LATHER FACIALS are quick, easy and they WORK!

This lovely Hollywood star shows you just how she uses Lux Toilet Soap to guard her priceless complexion. This gentle care removes every trace of dust, dirt, stale cosmetics. Try Active-Lather Facials for 30 days! See what they can do for you!

STAR OF "WARRIOR BROS." "THE WRESTLING BROTHERS"

Milder! Costly Perfume!  
Pure! ACTIVE lather!

**9 out of 10 Screen Stars use it to protect loveliness**

1941

When film comes back . . .

You can get color pictures as beautiful and precious as this one . . . with Kodachrome Film . . . to show us movies on your own home screen.

... And as soon as war conditions permit—Eastman, and Eastman only, as in former years, will again give you the complete equipment and service you need

for these wonderful home color movies: world-famed Cine-Kodak, in a model exactly suited to your needs; Kodascope, the projector that shows your color movies in their full brilliancy and beauty; and, of course, full-color Kodachrome Film, including processing . . . Eastman all, and all designed to work together . . . Eastman Kodak Co., Rochester, N. Y.

**Kodachrome Film**  
Kodak's full-color home movie film

1945

## 1950/1980

Persisten los estereotipos tradicionales, pero emergen claros rasgos de modernización, se acentúa la sensualidad

*Lady Berkleigh*  
PAJAMAS

TAILORED  
TO  
A  
MAN'S  
TASTE!

Inspired by KELLI  
Star of  
Carp Kees's Production  
**THE MAN**

America's best known man-tailored pajamas. Honey cut jacket, and smart, shock-hanging trousers. Convertible collar. Adjustable Gripper fastener waistband. Contrasting piped edges and fringed sash. SANFORIZED high count broadcloth in exciting pastel shades. Sizes 32 to 46.

Approx. \$3<sup>95</sup>  
Available at better  
lingerie shops and  
department stores.

LADY BERKLEIGH • 1107 BROADWAY, NEW YORK 10, N. Y.

1950

Tenemos ya a la venta  
la deliciosa

GASEOSA  
CASERA  
LA CASERA

LA CASERA  
LA MARCA QUE RECORDARA CON AGRADO

1950

Round 'n' round goes the circular stitching . . . Criss-cross go the fagotted seams . . .  
That's the Secret in the Circle



**PETER PAN**

**bras** for the  
**subtle silhouette**



pointed **NO** rounded **YES**

The patented Merry-Go-Round cup is *your* secret to a bustline *naturally rounded* — *not pointed*. Softly sculptured, subtly accentuated for today's new fashions! Regular and plunging necklines; bandeau and long-line styles. From \$1.50 to \$5.00.

**PRE-TESTED SHRINKAGE CONTROL—**  
FIT and LIFT won't wash out

**PETER PAN FOUNDATIONS, INC. 312 FIFTH AVENUE, NEW YORK 1 DEPT. TS-1**  
Want subtle curves? Write for FREE booklet, "Your New Guide to Bustline Beauty." [adfilp.com](http://adfilp.com)

1950



**"I'm Enthusiastic"**  
says  
**Ann Sheridan**

● "Once you've tried AYDS, I think you'll understand why I'm so enthusiastic about them," says Ann Sheridan. "They help you to look and feel better while you're losing weight. AYDS let you reduce the way nature intended you to."

**How to Lose Weight and Look Lovelier**

Now! Lose weight *the way* Nature intended you to! If you follow the Ayds plan you should feel healthier, look better while reducing—and have a lovelier figure!

This is because the Ayds way to reduce is a natural way. When you take Ayds before meals, as directed, you can eat what you want . . . all you want. Ayds contains no harmful drugs. It calls for no strenuous diet, no massage, no exercise.

Ayds is a specially made candy containing health-giving vitamins and minerals. It acts by reducing your desire for those extra fattening calories. Easily and naturally you should begin to look slimmer, more beautiful day by day.

Users report losses up to 10 pounds with the very first box. In fact, you lose weight with the first box (\$2.89) or your money back. At drug and department stores—a full month's supply, \$2.89.



**AYDS** VITAMIN  
CANDY

**The Loveliest Women in the World take AYDS.** [adfilp.com](http://adfilp.com)

1950

IF YOU'RE A BUYER  
OF YOUNG MEN'S BRITCHES,  
BEWARE OF GETTING YOURSELF  
SHANGHAIED IN HONG KONG.



Ah, the lure of the Orient. How many American consumers have fallen prey to its siren song of the chop-plate of pants that Hong Kong is famous for. Well, at B.P. Britches, an all-American maker of young men's britches, we say, "look homeward, Joe," because the banyans are stateside. When you buy B.P. Britches brand you get American integrity, not Hong Kong hype, you get honest American construction and materials, not a chop chop Hong Kong quickie.



Also, Joe, with us you get fashion that is current and pure Americana instead of a look with a Hong Kong slant. And best of all, when you buy B.P. Britches your dollars fight America's inflation rather than contributing to it. So, before you spend your money somewhere you shouldn't, compare B.P. Britches to the Hong Kong cheapie and you'll know whose pants you'll want to get into.



136 50/OCTOBER 1980

## 1980/1990

La sexualidad, la mujer con propia iniciativa irrumpe con fuerza en la imagen de la mujer

1980



THE MAIDENFORM WOMAN  
YOU NEVER KNOW WHERE SHE'LL TURN UP

She's going places in style in elegant, sensuous, Delectables. The seamless bra and matching bikini are silky satin tricot with antique lace scalloping and a touch of shirring. Choose the underwire (shown), softcup, or light fiberfill bra, from \$9. Bikini \$6. In an array of colors. Just what you've been waiting for.

Delectables by Maidenform

1983



*Dim.  
For the sheer pleasure of it.*

Make a fashion statement on those special occasions, and let DIM say it for you. With fine and sensual pantyhose that come in whispers of colors. So put your best foot forward. In DIM ultra-soft pantyhose.

**DIM**  
Pantyhose  
from France

1984

**1991- ....**

Nuevas estéticas, complejización de la imagen femenina y de los estereotipos

1996

REALITY BITES BACK

**BUFFALO**  
DAVID BITTON

## Sex Education For Me?

Know-How is Still the Best Aphrodisiac. There's No Such Thing as a "Born Lover." To find an intimate bond for himself, even if you are a good lover, you can benefit from The Better Sex Video Series. It's for married adults who want to enhance their sexual pleasure. Watch it with someone you love.

**America's Best-Selling Sex-Edu Videos.**

The Better Sex Video Series visually demonstrates and explains how to enjoy your sex more better sex. Dr. Judy Staley, one of the country's most respected experts on sexuality, guides you through critical areas of explicit sexual practices including techniques for the most pleasurable foreplay and intercourse. Order The Better Sex videos today and take the first step to more satisfaction!

**FREE VIDEO OFFER:** All orders will receive one free 20 minute video on oral sex and one more free hour filled with videos and other adult products designed to help you spice up your relationship.

**WARNING:** Couples who watch these explicit videos together may become highly aroused.

**SPECIAL OFFER**  
Regularly \$49.95  
**NOW ONLY \$19.95**  
Full-length 50 Minute Videos  
Presented in DVD or VHS format

**FREE VIDEO OFFER!**

VIDEO	REGULARLY	NEW PRICE	STYLING
Vol. 1, Better Sex Techniques #7500	39.95	\$19.95	---
Vol. 2, Advanced Sex Techniques #7501	39.95	\$19.95	---
Vol. 3, Making Sex Fun #7502	39.95	\$19.95	---
The Ultimate Sex Book #100 #7503	---	---	---
Advanced Oral Sex Techniques #7504	39.95	FREE	---
100 Minutes High	---	---	---
		Shipping & Handling	\$ 4.99
		Tax	---

STYLING: MICHAELEA WOODS. MAKEUP: MICHELLE WOODS. HAIR: MICHAELEA WOODS. ART: GUY AROCA. MAKEUP: MICHELLE WOODS. HAIR: MICHAELEA WOODS.

Order Name \_\_\_\_\_ Exp. Date \_\_\_\_\_  
 Name \_\_\_\_\_  
 Address \_\_\_\_\_  
 City \_\_\_\_\_  
 State \_\_\_\_\_ Zip \_\_\_\_\_  
 Send to The Better Sex, Dept. 8P0V16, Box 8863, Chapel Hill, NC 27515  
Payment must be made in US dollars only. Payment in US dollars only. Payment in US dollars only.

www.bettersex.com

800-955-0888  
Ext. 8P0V16

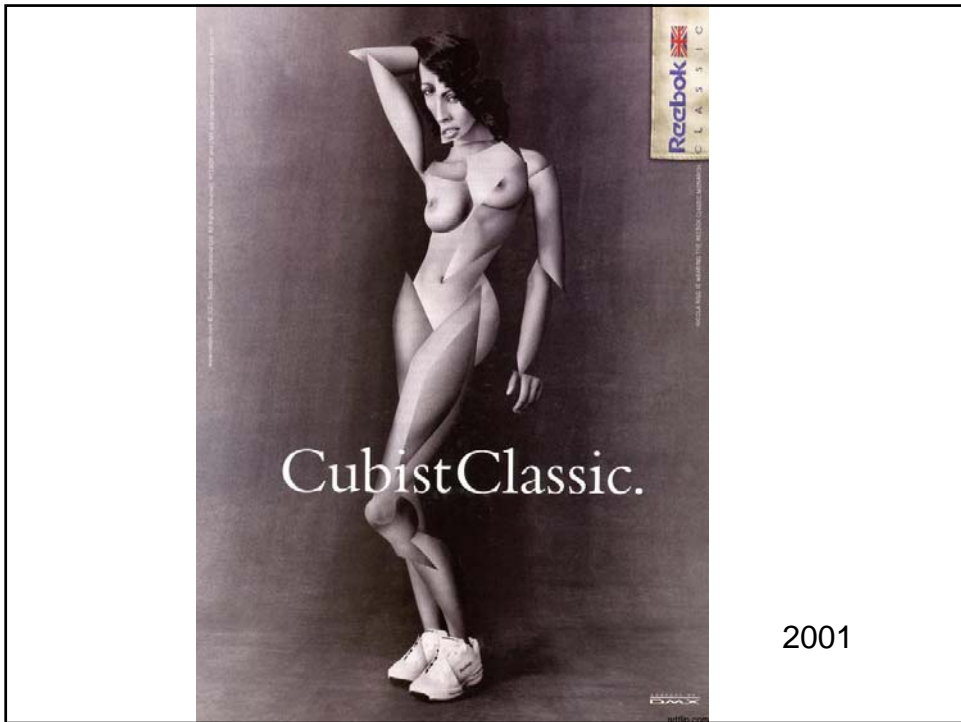
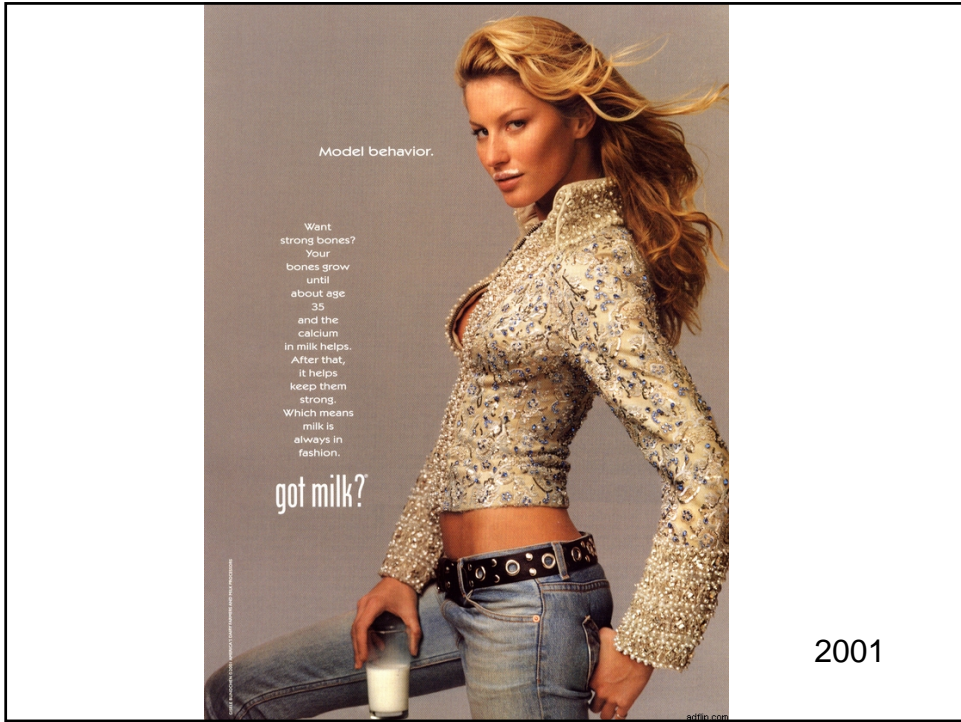
1999

MARY J. BLIGE & LIL' KIM FOR  
**MAC VIVA GLAM**

EVERY CENT OF THE SELLING PRICE OF M-A-C VIVA GLAM LIPSTICK IS DONATED TO THE M-A-C AIDS FUND TO SUPPORT MEN, WOMEN AND CHILDREN LIVING WITH HIV AND AIDS.

MAC VIVA GLAM LIPSTICK IS A REGISTERED TRADEMARK OF MAC COSMETICS, INC. © 2001 MAC COSMETICS, INC. WWW.MACCOSMETICS.COM

2001









CUIDA TU ROPA COMO SI FUERA TU PIEL



Nuevos secadores Softronic con tambor panel de abajo

Con la máxima suavidad y delicadeza. Con la mayor protección. Y con todos los ventajas que le ofrece el inventivo sistema Softronic. No los cometas en las lavadoras, como cualquier otro en el mismo género de secadores Miele. Con cables de cable panel al interior cubierto de las prendas, y programas específicos contra la formación de arrugas.

El mejor tratamiento para tu ropa también en el secado. Por suerte, existe Miele.

Miele  
ELECTRÓNICA

MARCA  
TEL. 91 142 13 00  
www.miele.es



## Mamá juvenil activa

En ocasiones aparece junto al padre moderno y los hijos que muestran un aspecto y educación impecable. Otras aparece embarazada pero mantiene la belleza



**Actuantes Bronceadores**  
SPF 20 y SPF 15  
Bronceador agua  
Bronceador crema

El programa de la cosmética con la máxima eficacia. Con el mayor nivel de protección. Con el mayor nivel de suavidad. Con el mayor nivel de eficacia. Con el mayor nivel de suavidad. Con el mayor nivel de eficacia.

Clarins colabora desde 1995 con el Comité Olímpico Internacional.



**CLARINS**  
paris

El mayor nivel de suavidad. Con el mayor nivel de eficacia.

CON MIELE, PREPARADOS PARA COCINAR

COMPLETA NUESTRAS PROMOCIONES EN [www.miele.es](http://www.miele.es)

HORNOS - PLACAS INDUCCIÓN VITROCERÁMICA O GAS - CAMPANAS  
 MICROONDAS - HORNOS A VAPORES - MÓDULOS COMBISET  
 Vuelve a disfrutar del placer de cocinar. Escoge la calidad, la seguridad y las altas prestaciones de la nueva gama de aparatos de cocina de Miele. Con las últimas innovaciones tecnológicas. Con la mayor flexibilidad en la forma de configurar la cocina. Por suerte, existe Miele.

**Miele**  
 MEJORANDO SIEMPRE

Miele S.A.  
 Tel. 91 223 22 22  
 www.miele.es

Más información sobre la promoción: 91 403 20 00 o en [www.miele.es](http://www.miele.es)

## Mujer objeto ideal

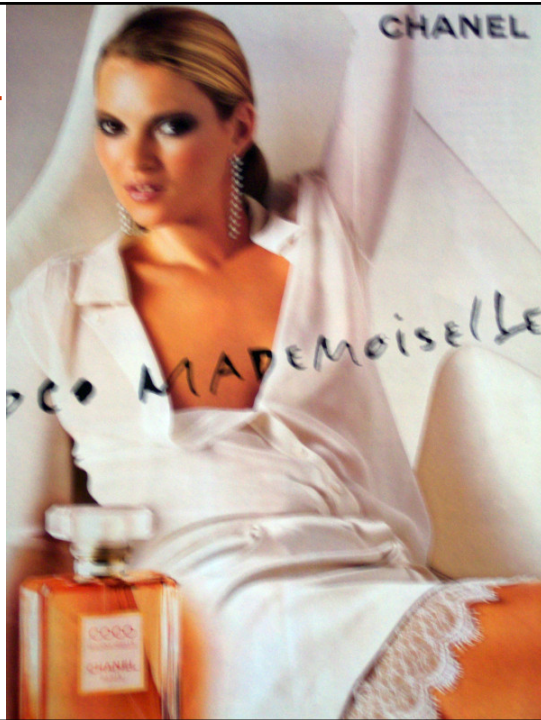
**Prototipo ligado al prestigio que obtiene el hombre cuando la mujer que le acompaña posee ciertas características físicas. Supone un canon de belleza ideal que el hombre idealiza y la mujer se esmera en conseguir.**





## Mujer Objeto sexual

Presenta a la mujer pasiva ante la mirada del hombre. Su deseo no es importante sino el ser deseada.



## Mujer sujeto seductora

Se corresponde con la mujer bella pero no fatal, a veces con otros atributos como iniciativa activa





## Mujer fatal

---

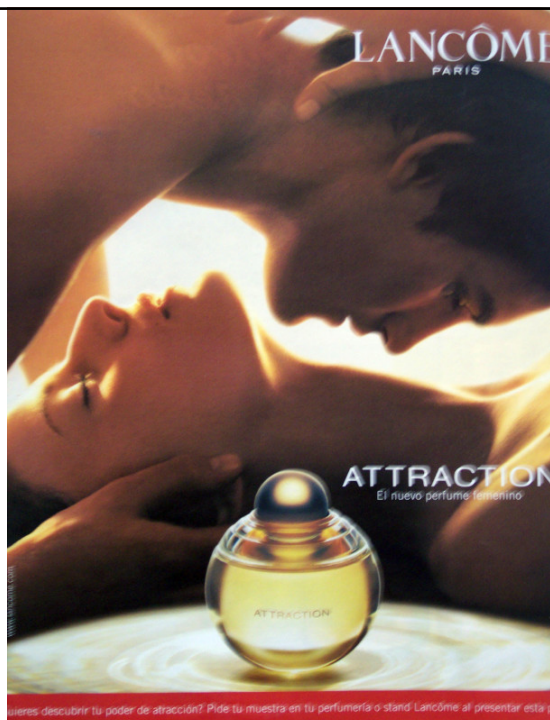
Aparece en ocasiones con hombres del tipo «latin lover» se corresponde con mujeres de éxito e independencia económica



## Novia, amante ideal

---

Es seductora, pero más natural y sencilla. El mito de la mujer ángel está presente en ella



## Profesional de éxito

Corresponde a la mujer que triunfa en el ámbito profesional y en el hogar es la «supermujer». Viste con elegancia (trajes chaqueta) y denota un atractivo público y privado.

CUANTO MÁS SE SABE DE TECNOLOGÍA  
MÁS SE UTILIZA EL SENTIDO COMÚN



LAS PERSONAS QUE TRABAJAN ROSEADAS DE LA TECNOLOGÍA MÁS AVANZADA UTILIZAN LA LÓGICA PARA HACER SU ELECCIÓN: EN EL HOGAR ELECTRODOMÉSTICOS TEKA. NUEVAS SOLUCIONES PARA EL CONFORT CON LA TECNOLOGÍA MÁS FIABLE.

**teka**  
Si es Teka, sí.

Para sector GRATS el Catálogo Teka, rellena y envía este cupón a: TEKA INDUSTRIAL, S.A. Apartado de Correos 118 - 38080 Santandreu  
Nombre: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
C.P. \_\_\_\_\_



## La abuelita

No muy frecuente, pero con mayor presencia cada día. En una anciana joven aun cuando todavía no está bien definida su imagen

\* Tiene pérdidas de orina



\* Mini-Plus \*\*  
Para pérdidas de orina ligeras.



\* Normal \*\*\*  
Para pérdidas de orina moderadas.



\* Extra \*\*\*\*  
Para pérdidas de orina frecuentes y moderadas.



Como muchas mujeres, tienes pérdidas de orina, pero ahora, con Lindor Activa, también tienes una ayuda para sentirte bien durante todo el día. Lindor Activa es la nueva gama de absorbentes para pérdidas de orina con un núcleo central con partículas Absorcontrol que aleja la humedad de la piel y neutraliza el olor. Con una estructura compacta que los hace más finos. Todo para que te sientas limpia, fresca y cómoda en cualquier situación.

Y segura porque Lindor Activa es de **Ausonia**

**LINDOR ACTIVA**  
Te sientes bien y todo va bien

+ De venta en farmacias ☎ Teléfono de ayuda a la consumidora y muestras gratis 902 300 043

**Osteoporosis**  
*Que no te rompa la vida*

La osteoporosis es una enfermedad silenciosa, que no presenta síntomas hasta que se producen una o varias fracturas de hueso, con serias consecuencias que impiden llevar una vida normal.

Si tienes más de 50 años puedes sufrir osteoporosis y no saberlo. No lo dudes; dile a tu médico que revise el estado de tus huesos, comprobando los factores de riesgo, realizándote una densitometría o simplemente una radiografía. Es tan importante como medir tu tensión o hacerte una mamografía.

**Mantente firme ante la osteoporosis**

Consulta a tu médico

**fhoemo**  
Fundación Osteoporosis y Enfermedades Metabólicas Óseas  
Asociación de Pacientes y Familiares

Infórmate llamando gratuitamente al 900 100 502 o en [www.cuidatushuesos.com](http://www.cuidatushuesos.com)

## **Práctica: «El rol Elegido en publicidad»**

- A través de una serie de anuncios publicitarios de cualquier medio o soporte realizar un pequeño estudio sobre el rol **elegido** y su relación con otros en la comunicación publicitaria bajo los siguientes aspectos:
  - ➔ Destacar cómo ha cambiado el tratamiento de este rol en la publicidad a lo largo del último siglo en cualquiera de sus aspectos: estética personal, roles desempeñados, etc.
  - ➔ Valores sociales asociados a dicho rol a lo largo de las campañas publicitarias del siglo XX y su adecuación a los valores sociales preponderantes en cada momento
  - ➔ Estereotipos utilizados en la comunicación publicitaria
  - ➔ Analizar comparativamente el tratamiento de este rol cuando es objeto, sujeto o ambas cosas de la comunicación publicitaria