



Lunes, 24 de mayo de 2004



Webmail



Alertas



Envío de titulares



Pá

[PORTADA](#) | [ACTUALIDAD](#) | [ECONOMÍA](#) | [DEPORTES](#) | [OCIO](#) | [TUS ANUNCIOS](#) | [SERVICIOS](#) | [CENTRO COMI](#)
[SECCIONES][Titulares del día](#)[Viñetas](#)[Especiales](#)**[MULTIMEDIA]**[Imágenes](#)[Vídeos](#)**[SUPLEMENTOS]**[Expectativas](#)**[CANALES]**[Seleccione...](#)**[PARTICIPA]**[Foros](#)[Chat](#)**LOCAL**

GRANADA

Joven y morena, pero callada**La profesora de la Universidad Estela Martínez expuso las conclusiones de un estudio sobre la mujer en la publicidad**

M. VICTORIA COBO //FOTO: SONIA PAVLICEVIC / GRANADA

RASGOS latinos, con ojos y pelo oscuros.

Aparece en decorados interiores y se comunica con su cuerpo, antes que con el habla. Así son

las mujeres que aparecen en los anuncios televisivos de final de siglo. Jóvenes en su mayoría, aunque la madurez comienza a reclamar su cuota de pantalla. Los datos los presentó ayer la profesora de la Universidad de Granada en la Asociación de la Prensa, Estela Martínez y provienen del análisis que ha realizado de 442 piezas publicitarias emitidas en televisión a finales del siglo veinte.

La profesora Martínez, que también es periodista, estudió las 468 figuras femeninas que aparecían de forma explícita en esos anuncios. Las conclusiones le han llevado a extraer un personaje prototípico, que es el que más aparece. Además de los rasgos ya descritos, es una mujer que suele aparecer de pie, haciendo cosas. Sin embargo, su presencia en el ámbito laboral es diversa, pero escasa y sus cualidades intelectuales apenas aparecen.

Para enmarcar estos datos correspondientes a final de siglo, Estela Martínez realizó un recorrido por la publicidad en su modalidad televisiva, desde sus inicios, y distinguió tres etapas. Una primera de subordinación, en la que mujer aparece siempre en casa, 'atada' a las tareas domésticas y a los hijos. Sus únicas tareas profesionales se restringían a tres campos, la docencia, la enfermería o el secretariado. Estos roles se corresponden con la situación de la época. Unos años en los que necesitaba el permiso del marido hasta para hacerse el pasaporte o abrir una cuenta bancaria. Destaca en ese periodo el respeto hacia el cuerpo femenino.

Una segunda etapa es la de las reivindicaciones feministas de los años sesenta. Periodo en el que la mujer pretende asimilarse al varón y empieza a sacrificar la maternidad por su vida laboral y su independencia. Y como consecuencia de este tramo surge la de corresponsabilidad que se refleja por la aparición del hombre haciendo tareas domésticas y con los hijos, algo que no existía. Los anuncios empiezan a tener como protagonistas hombres con delantal y mujeres con maletín.

Imprimir

Enviar



Subir

© Ideal Comunicación Digital SL Unipersonal

CIF B18553883

Registro Mercantil de Granada Tomo 924 Libro 0 Folio 64 Sección 8 Hoja GR17840

C/ Huelva 2, Polígono de ASEGRA

18210 Peligros (Granada)

Tfno: 958 809 809

[Contactar](#) / [Mapa web](#) / [Aviso legal](#) / [Publicidad](#) / [Política de privacidad](#) / [Master de Periodismo](#) / [Club Lector 10](#) / [Visitas a Ideal](#)


Power