**Análisis de la publicidad [[1]](#footnote-1)**

**Producto:**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Dirigido a:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Chicos jóvenes* | *Chicas jóvenes* | *Jóvenes de ambos sexos* |
| *Adultos jóvenes sexo masculino* | *Adultos jóvenes sexo femenino* | *Adultos jóvenes de ambos sexos* |
| *Adultos maduros sexo masculino* | *Adultos maduros sexo femenino* | *Adultos maduros de ambos sexos* |
| *Hombres de la tercera edad* | *Mujeres de la tercera edad* | *Tercera edad de ambos sexos* |

**Muestra:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Una sola persona | *Hombre/Chico* | *Mujer/Chica* | | |
| Un grupo | *Hombres/Chicos* | *Mujeres/Chicas* | | *Mixto* |
| Una familia | *Con niños y niñas* | *Con una niña* | *Con un niño* | *Con abuelos y abuelas* |

**Roles en función de la relación entre los protagonistas:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Hijos/Hijas* | *Padres/Madres* | *Abuelos/Abuelas* | *Pareja (marido/mujer) de...* |
| *Amigos/Amigas* | *Relación profesional* | *Ningún/Rol no definido* |  |

**Voz en off:** (en caso de que haya)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Masculina* | *Femenina* | *Combinación de las dos* | *No identificable (caso voz infantil)* |

**Estereotipos:** responder SI/NO

| Las situaciones muestran: | **SI** | **NO** |
| --- | --- | --- |
| Uno de los dos géneros es el responsable exclusivo del cuidado del hogar y de la familia, en particular de los hijos, desde el punto de vista práctico (alimentación, higiene ...) |  |  |
| Uno de los dos géneros se encuentra en posición de desventaja y dependencia en relación al otro (DEPENDENCIA) |  |  |
| Uno de los dos sexos aparece en posición de superioridad y de independencia en relación al otro (CAP DE FAMILIA) |  |  |
| Uno de los dos géneros ocupa puestos de menor responsabilidad (PERFIL BAJO) |  |  |
| Uno de los dos géneros ocupa puestos de mayor responsabilidad (PERFIL ALTO) |  |  |
| Uno de los dos géneros es incapaz de controlar sus emociones y reacciones (EMOTIVO) |  |  |
| Uno de los dos géneros aparece como capaz de controlar sus emociones y reacciones (CONTROL) |  |  |
| El cuerpo de uno de los dos géneros es deseable (DESEO) |  |  |
| Uno de los dos géneros es conquistador y seductor debido a la exaltación de su fuerza y poder (CONQUISTA) |  |  |
| El cuerpo de uno de los dos géneros es perfectible (IMPERFECCIONES) |  |  |
| El cuerpo de uno de los dos géneros es vulnerable a la enfermedad |  |  |

**Representación:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| De la mujer/niña | Del hombre/niño | De la relación hombres-mujeres |
| *Mujer objeto*  *Ama de casa*  *Mujer-niña*  *Mujer maniquí*  *Objeto de deseo*  *Cuerpo fragmentado*  *Animalización*  *Mujer víctima*  *Mujer tentadora*  *Mujer pasiva*  *Mujer "superior"*  *Mujer esclava*  *Mujer caprichosa y glamorosa*  *Mujer frívola* | *Home objeto*  *Buen padre*  *Macho con deseo*  *Hombre activo*  *Hombre violento*  *Hombre protector*  *Home "inferior"*  *Hombre de casa y familiar*  *Home cuerpo escultural*  *Animalización*  *Hombre esclavo*  *Hombre caprichoso y glamuroso*  *Hombre frívolo* | *Igualitaria*  *Dominante*  *Sexual*  *Utilitarista*  *Dependencia*  *Libre*  *Amorosa*  *Amistosa*  *Celosía*  *Posesión* |

**En vuestra opinión, esta publicidad:**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Está bien relacionada con el producto que anuncia |
|  | Usar la desnudez y la sexualidad sin relación con el producto |
|  | Muestra la realidad del papel de hombres y mujeres en nuestra sociedad |
|  | Refuerza los estereotipos sobre hombres y mujeres y su relación en nuestra sociedad |
|  | Puede ser chocante para algunas personas por la manera en la que muestra a los hombres y las mujeres y su relación |
|  | Es una representación vejatoria, degradante o deshumanizada de los seres humanos y las relaciones entre ellos |
|  | Legitima / incita a la violencia en las relaciones entre hombres y mujeres |

1. Ficha de análisis hecha a partir de *La publicité, Outil d’animation, Le Monde selon les femmes, 2003*i del informe Los *estereotipos sexistas a través del espacio publicitario en el espacio mediterráneo, 2016* [↑](#footnote-ref-1)