

L'Observatori de les dones en els mitjans de comunicació, instància de participació ciutadana impulsada per ajuntaments per una anàlisi crítica de la representació de les dones en els mitjans de comunicació, diu que són "anacròniques i estereotipades" algunes tanques de publicitat "tant pels posats o situacions dels personatges masculins i femenins com pels efectes que sobre unes i altres s'associen als productes que anuncien".



"De vegades, enmig dels debats i les crítiques sobre la pervivència dels arquetips de gènere en els espais públics, ens centrem en la presència de determinats missatges a les tanques de publicitat de ciutats o carreteres o en l'emissió per diferents canals audiovisuals d'espots que segueixen insistint en una anacrònica i estereotipada divisió de funcions associada als rols de gènere", afirma.

Escrit per Observatori de les Dones en els Mitjans Comunicació / La Independent  
dijous, 11 d'octubre de 2018 13:47

---

"Amb més discreció, però també de forma menys sofisticada i directa, en els espais reservats a determinats productes exhibits als prestatges dels supermercats i centres comercials, trobem missatges en aquest sentit. El diàleg directe amb els i les consumidores que els propis envasos dels productes proposen, insisteix en ressaltar les seves virtuts al·ludint als efectes de força i potència per als homes i capacitat d'erotització per a les dones. Els envasos de determinats productes de cosmètica que perseveren en destacar els efectes diferenciats que asseguren generar en homes i dones en són un exemple. Una forma persistent que, allunyada dels grans altaveus generalistes, segueix contribuint a generar expectatives i reforçant tossudament uns imaginariis sexistes, rancis i caducats, com sempre", diu.