

IMAGEN DE LA MUJER EVOLUCIÓN

1930

Publicidad de jabón para lavar la ropa, podemos entender que esta era una labor desempeñada por la mujer, un anuncio dirigida a la profesión feminizada de lavandera.



1933/39

Durante la Guerra Civil española se podrían ver carteles donde se mostraba a la mujer como una aliada para la lucha, había una necesidad de unión. Aún así había que dejar claro el papel secundario de la mujer "ayudémola"



1940-1950

Se hace alusión a la violencia de género, una simple corbata representa la obediencia que debe tener la mujer hacia el hombre. Durante estos años las mujeres tenían que saber bien cual era el papel que debían interpretar.



1960

En este anuncio podemos observar a una mujer llorando tras quemar lo que había cocinado, hecho que no habrá sido de muy buen gusto en alguna que otra cocina. El hombre la consuela, ya que ella no quemó la cerveza, sin duda infravalorando su capacidad intelectual.



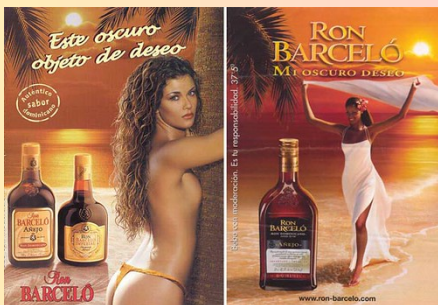
1970

Parece que volvamos a los años 30, solo que esta vez se está promocionando la maternidad junto al detergente, "para facilitar la conciliación laboral".



1980-90

En los años 80 y 90 la mujer se muestra en muchas campañas bastante sexualizada sobre todo en publicidad de alcohol, tabaco y perfumes. A algunas agencias le costó adaptarse a nuevos artículos de la Ley de Publicidad: no utilizar a la mujer como reclamo.



2000

A partir del 2000 algunos productos cosméticos apuestan por la mujer real, sus campañas publicitarias intentan que la mujer se acepte tal y como es.



2020

En estos últimos años hemos podido ver como el hombre se implica en labores del hogar a través de la publicidad, aún así los anuncios de higiene del hogar, cosmética y estética, etc; aluden a la mujer, y siguen avivando estereotipos.

