

EXPOSICIÓN REDITINER

Mujeres, protagonistas del mensaje publicitario



www.comunidad.madrid/cultura

Entrada gratuita

#expo_reditiner



Mujeres. Protagonistas del mensaje publicitario



Lejía La Zaragozana 1920. Cartulina litografiada. Colección Carlos Velásco

Qué vas a ver

Una exposición que presenta **carteles y rótulos publicitarios** en los que, de un modo u otro, la protagonista es siempre la mujer.

Fíjate en

Cómo presentan a la mujer en relación con el producto que venden **¿Crees que s necesario utilizar el cuerpo de la mujer para venderlo?** Imaginalos cambiando la imagen por la de un hombre.

No te pierdas

La belleza de algunos de estos ejemplares que son verdaderas **piezas artísticas.**

En esta exposición vas a encontrar carteles y rótulos publicitarios. Muchos de ellos han sido rescatados de galerías comerciales de distintas ciudades españolas. Todos ellos tienen en común que la mujer es la protagonista.

Entre 1920 y 1940 se consolida el mercado publicitario. El cartel se convierte en uno de los principales soportes instalándose en las calles, fachadas, farolas, etc.

La exposición trata de mostrar el uso de la imagen femenina para reflexionar sobre el papel de las mujeres en la publicidad y en los comercios durante los primeros sesenta años del siglo XX.

1

EXPLORA



Busca las piezas sugeridas.

2

DIALOGA



Esta guía te ofrece algunas preguntas como punto de partida.

3

PINCHA EN LOS ENLACES



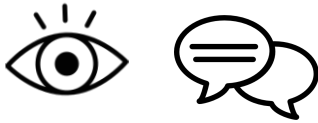
4

ES TU TURNO



El poder de la seducción

La publicidad es reflejo de la sociedad, en este caso de la España de los primeros sesenta años del siglo XX.

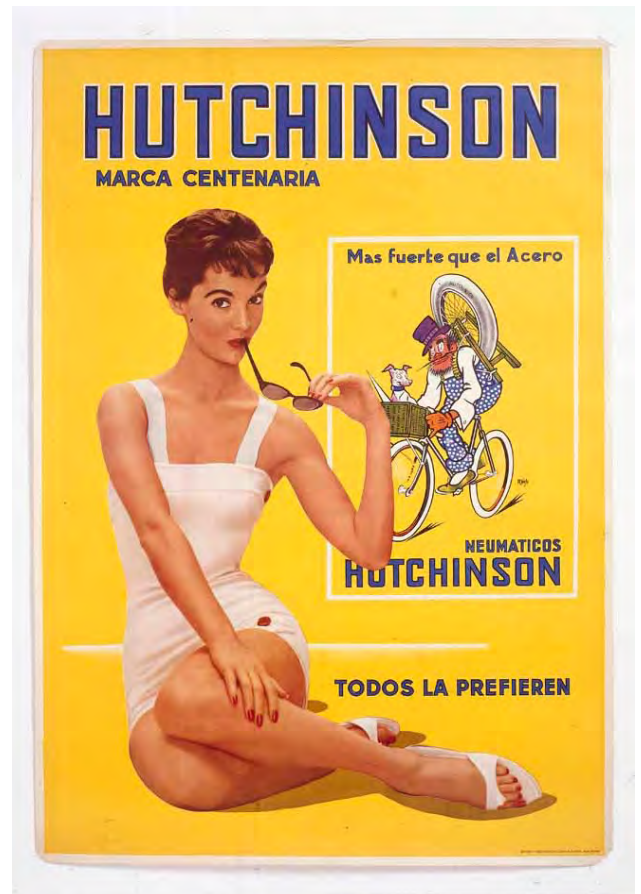


Fíjate bien en este cartel.

¿Qué está pasando? ¿Qué hace esta chica? ¿Qué crees que está anunciando? ¿Hay algún detalle que llame tu atención?

¿Cómo es esta chica? ¿Es atractiva? ¿Piensas que es seductora? ¿Qué te hace pensar eso?

Se trata de un anuncio de neumáticos. ¿Crees que es necesario utilizar la imagen de esta chica, en esta actitud, para vender neumáticos? ¿Crees que es este un ejemplo de publicidad sexista? ¿Por qué?



Hutchinson, 1950. Papel satinado litografiado en offset

¿Qué es PUBLICIDAD SEXISTA?

Se define como publicidad sexista aquella que representa a las mujeres de forma indigna, bien utilizando particular y directamente su cuerpo como un objeto que no tiene una relación directa con el producto que se pretende promocionar o bien, utilizando su imagen para asociarla a comportamientos asignados tradicionalmente a la mujer de forma discriminatoria. (Muñoz-Muñoz 20011, 5).

Busca en la exposición:



Un ejemplo en el que se venda un producto para hombres a través del reclamo de la imagen de la mujer.

Un ejemplo en el que la mujer parezca ser el producto que se vende.

Tradicionalismo en la publicidad



Fíjate bien en los carteles de esta sección.



¿Qué está pasando? ¿Qué anuncian? ¿Cómo son las mujeres que aparecen aquí? ¿Qué están haciendo? ¿Cómo van vestidas?

En tu casa. ¿Siempre es tu madre quien pone la lavadora? ¿Crees que es una labor solo femenina? ¿Los hombres no pueden poner la lavadora? ¿Crees que un anuncio de jabón de lavadora puede ser protagonizado por un hombre? ¿Por qué? ¿Conoces algún anuncio de detergente actual en el que aparezca un hombre?



En este cartel, como en todos los de la exposición de este tipo, son las mujeres las que lavan, las que planchan o realizan las tareas de la casa.

Estos carteles encasillan a la mujer a través de los estereotipos de género.

Benito Ferrer 1940. Cartulina oleografiada

¿Qué son los ESTEREOTIPOS DE GÉNERO?

Los estereotipos de género son el conjunto de ideas estereotipadas que se utilizan para explicar cómo deben comportarse tanto hombres y mujeres, es decir definen el rol de una persona en función del sexo.

Algunos estereotipos de género fomentan la desigualdad entre hombres y mujeres ya que establecen la relación de la mujer con la casa alejándola de otros espacios públicos y otro tipo de labores.



Fíjate en este otro ejemplo.



¿Qué está pasando? ¿Qué hace la mujer del anuncio? ¿Hay algún detalle que llame tu atención? ¿Es fácil lo que está haciendo? ¿Qué te hace pensar eso?

¿Por qué crees que la publicidad quiere que sepas que es fácil de usar? ¿Crees que es porque lo va a utilizar una mujer? ¿Piensas que si la publicidad la protagonizara un hombre se utilizaría el mismo recurso? Imagina el mismo anuncio en el que fuera un hombre el que apagara un incendio. ¿Qué características tendría ese hombre?



Minimax Adrià Gual 1910. Papel litografiado



Imagina los carteles protagonizados por hombres

Intenta imaginar los carteles que has visto hasta ahora y plantea la misma estructura pero en el que el protagonista sea un hombre. Elige uno e intenta reproducirlo haciendo una fotografía. Fíjate bien en las actitudes, la posición del cuerpo de la protagonista porque tendrás que imitar todos los detalles.

Puedes ver algunos [ejemplos](#):



Esencia de mujer



Si te fijas, incluso en la publicidad actual, la belleza de la mujer siempre se define por la perfección de su cuerpo, sus medidas, el tono de la piel...



¿Son ideales reales? ¿Crees que todas las mujeres bellas son así?

En los carteles vamos a encontrar texto e imagen. La imagen era muy importante porque en esa época en España había mucha gente que no sabía leer y por lo tanto la imagen debía ser clara y directa.

Entre el texto, además de la marca destacan los eslógans.

¿Qué es UN ESLOGAN?

Un eslogan es una frase breve, expresiva que se utiliza en publicidad para que el producto sea fácil de recordar.



Ana Bolena 1960. Cartulina



Crea tu cartel.

Crea una publicidad de un producto de belleza. Busca un slogan y la imagen que vas a usar. No te olvides de todo lo que has aprendido en esta exposición para no caer en un uso sexista.



CULTURA COMUNIDAD DE MADRID
#expo_itiner

ENTRADA GRATUITA

SALAS DE EXPOSICIONES DE LA RED ITINER

Fotografías © La Retrografía
Textos MirArte

COMUNIDAD DE MADRID. RED ITINER

museosexposiciones@madrid.org

