



EXPERIÈNCIA 2: NOIES I NOIS EN SOCIETAT: EXISTEIX LA IGUALTAT?

# Missatges publicitaris

Llengua i Literatura

altres  
matèries

4

# Missatges publicitaris

Presentació de l'activitat

<b>Nivell</b>	Secundària.
<b>Durada</b>	Una hora aproximadament.
<b>Objectius</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aprofitar l'anàlisi de missatges publicitaris per fixar-se en els papers i les qualitats amb què apareixen relacionats les dones i els homes.</li><li>▪ Aprendre a interpretar els missatges subliminals que ens ofereix la publicitat, que sovint són <b>sexistes</b>.</li></ul>
<b>Resultats esperats</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Reflexió crítica sobre els missatges publicitaris i la influència que la comunicació pot tenir en la consecució dels nostres comportaments i en la <b>igualtat</b> de dones i homes.</li><li>▪ Aprenentatge i aplicació de noves formes de lectura de la publicitat.</li></ul>

## Missatges publicitaris

Desenvolupament de l'activitat

- 1** El professorat introdueix l'activitat comentant-ne els objectius i el contingut i prenent com a referència **l'Argumentari**.
- 2** Organitza la classe en petits grups i comença l'activitat demanant que es faci l'exercici de la Fitxa 4.1 **Missatges publicitaris**. Si es vol, es pot fer ús del text introductorï per demanar que visualitzin els anuncis publicitaris i que, després, emplenin la graella per fer-ne una anàlisi.
- 3** Al cap d'uns 20 minuts, una persona de cada grup exposarà allò que han recollit a la graella. Llavors s'obrirà un torn de debat per conèixer l'opinió que ha expressat cada grup.
- 4** Finalment, com a resum de l'activitat, se'ls demanarà que emplenin individualment la Fitxa 4.2 de **Les teves conclusions** que servirà com a recapitulació.

# Missatges publicitaris

Recursos didàctics

---

## ► Materials per a l'alumnat:

- Presentació de l'activitat.
- **Fitxa 4.1:** Missatges publicitaris.
- **Fitxa 4.2:** Les teves conclusions.

## ► Materials per al professorat:

- Argumentari.
- Solucionari.
- Glossari.

# Missatges publicitaris

## Argumentari

### ► A l'inici de l'activitat

El professorat pot començar l'activitat explicant-ne els objectius i la forma en què s'analitzaran de manera crítica anuncis publicitaris de la televisió.

Es dirà a l'alumnat que reflexionin sobre quins són els missatges més comuns que obtenim de la publicitat i com són les referències a les dones i els homes que s'hi veuen. Convé recordar que, si bé actualment es pot observar una pluralitat més gran de models de dones i homes que no pas fa uns anys, encara n'hi ha molts que ofereixen una visió estereotipada i limitada de tots dos sexes i del seu paper a la societat.

El professorat els demanarà que parin atenció, sobretot, a la representació "masculina" i "femenina" (com són els models representats) i als missatges subliminals sobre les qualitats i els aspectes amb què s'associen i a la manera en què actuen els homes i les dones.

### ► Per a la dinàmica de l'activitat

El professorat pot ajudar a dinamitzar les converses que sorgeixen en cada grup, ja que pot ser que l'alumnat tingui problemes per detectar el **sexisme** dels missatges. Es tindrà en compte que els anuncis on hi ha dones protagonistes solen incloure categories com ara la bellesa, l'entrega, la gratuïtat, etc., mentre que aquells on els homes són protagonistes fan referència a la fortalesa, la rudesia, etc.

Per tal d'observar missatges **no sexistes**, també se'ls podrà recordar que, tot i que encara es poden trobar molts exemples on els mitjans de comunicació ofereixen una imatge **sexista** d'homes i dones, cada cop es poden observar més exemples que trenquen els **estereotips** (ex: dones practicant esports de risc o homes cuidant criatures).

### ► Per finalitzar l'activitat

Es recomana concloure amb la idea que els mitjans de comunicació, i especialment la publicitat, tenen molta influència en la nostra manera de pensar i en les nostres eleccions. Per tant, cal que desenvolupem una capacitat crítica per tal de ser menys vulnerables a determinats missatges que ens impedeixen tenir la nostra pròpia opinió i visió de la realitat. Cal que aprenguem a mirar la publicitat amb uns altres ulls.

# Missatges publicitaris

## Solucionari

### LES RESPOSTES DE LA GRAELLA D'ANÀLISI DELS ANUNCIS PUBLICITARIS HAURIA DE TENIR UN CONTINGUT SIMILAR A AQUEST:

Anunci	Producte anunciat	Descripció de l'anunci des del punt de vista de la representació de dones i homes
Anunci Doblewhopper	Hamburguesa	L'anunci mostra un grup cada vegada més nombrós d'homes afamats i amb ganes de menjar una hamburguesa. Les úniques dones que hi apareixen responen a estrictes cànons de bellesa; són la parella de l'home que comença l'anunci (que la deixa "plantada" per una hamburguesa); dues animadores i una altra dona agafen una hamburguesa mentre un dels homes estiba un camió, com fent allò del "burro" i la "pastanaga". L'actitud dels homes es veu associada a la falta de sensibilitat, a la força descontrolada i a una gana desmesurada.
Anunci Volkswagen Touran	Vehicle	Anunci de premsa escrita que mostra un pare amb el seu bebè durant la nit. Aquestes imatges estan acompanyades pel text següent: "Ser pare és meravellós".
Anunci ONO	Internet, televisió i telèfon	Ono anuncia el seu producte representant una dona i fent servir una veu de off masculina que s'adreça a ella i li diu que "(...) no costes res fins al 2007"
Anunci Cursa El Corte Inglés	Cursa popular	El cartell publicitari fa una crida a totes les dones, qualsevol tipus de dona (enamorades, científiques, estudiants...) i homes a participar en una competició esportiva independent de la seva condició o activitat, evitant estereotipar la imatge de les persones esportistes.
Anunci Dove Pro-Age	Crema hidratant	Anunci de premsa escrita que promociona productes per a la cura del cos en el qual es mostren dones despullades que no responen als cànons físics habituals (aflaïment extrem, joventut...), sinó que representen una imatge femenina més ajustada a la realitat. L'anunci va acompanyat del missatge següent: "Massa gran per a un anunci antiedat? Però això no és antiedat.

# Missatges publicitaris

Solucionari

Anunci	Producte anunciat	Descripció de l'anunci des del punt de vista de la representació de dones i homes
Anunci Marcilla	Cafè	El fet de contraposar vells estereotips masculins i femenins i portar-los fins a l'extrem és un recurs humorístic molt eficaç a l'hora de cridar l'atenció. MARCILLA ho fa servir per anunciar un producte fàcil d'obrir i recorre a la idea que els homes no saben fer dues coses simultàniament, idea que ratifica la veu en off d'una dona.

Fonts: Queixes i pràctiques positives. Informe 2007. Institut Català de les Dones; Observatorio de la Imagen de las Mujeres. Informe 2006. Instituto de la Mujer.



## Síntesi del missatge principal

El llenguatge, sigui del tipus que sigui (en aquest cas publicitari), imposa formes de veure i interpretar la realitat i contribueix a la creació de certes postures, valors, ideologies i comportaments que estan condicionats i que, en molts casos, ens impedeixen relacionar-nos en **igualtat** i guanyar autonomia. Detectar com la publicitat ens pot imposar judicis de valor i prejudicis discriminatoris i/o limitadors és important.

## ► Reflexions complementàries

L'anàlisi de la imatge "masculina" i "femenina", tant en la publicitat com en els diferents espais audiovisuals, ens dona peu a fer una primera reflexió crítica sobre com és el paper real de dones i homes en la societat i com queda plasmat en els audiovisuals, de tal manera que sol ser discriminatori per a les dones.

Un cop han après a observar i a mirar la publicitat de forma crítica, es podria demanar a l'alumnat que mirin anuncis i que comparteixin a classe una descripció d'un anunci **sexista** i un altre de **no sexista**, afegint-hi un comentari personal.

# Missatges publicitaris

## Glossari

### ► Estereotip de gènere

- Conjunt de clixés, concepcions, opinions o imatges generalment simplistes que uniformen les persones i adjudiquen característiques, capacitats i comportaments determinats a les dones i als homes.

*Exemple: Es diu que els homes són valents, decidits, desafiants, dinàmics, racionals, francs, etc. i que les dones són submises, sensibles, passives, tendres, pacients, bondadoses, etc.*

### ► Rol de gènere

- Comportament que, en una societat concreta, s'espera d'una persona per raó del seu sexe. Generalment una persona assumeix els rols de gènere i construeix la seva psicologia, afectivitat i autoestima al voltant d'aquests rols.

*Exemple: Un dels rols assignats tradicionalment als homes és ser els responsables de les activitats productives i les activitats polítiques. Un dels rols assignats tradicionalment a les dones és tenir cura dels fills i/o filles, tenir cura de les persones dependents i ser la responsable de les relacions afectives.*

### ► Sexisme

- Actitud basada en una sèrie de creences que legitimen l'hegemonia dels homes sobre les dones.

### ► No sexista

- Acció, missatge o valoració sense una repercussió positiva, negativa o diferenciadora entre homes i dones.

### ► Sexista

- Acció, missatge o valoració amb una repercussió positiva, negativa o diferenciadora entre homes i dones..