

INDICE

• INTRODUCCIÓN	3
• IMPORTANCIA DEL TEMA	5
• OBJETIVOS GENERALES	7
• OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
• MARCO TEORICO	8
- El Cuerpo.....	8
- Cuerpo Femenino v/s Cuerpo Masculino.....	16
- El Rol de la Publicidad.....	21
- La Persuasión.....	24
- El lenguaje de la Publicidad y la Mujer.....	27
- La Mujer Objeto.....	29
- La Mujer Ejecutiva.....	35
• METODOLOGÍA	37
- Construcción de Tipologías.....	39
- Tabla de estereotipos clásicos.....	40
- Entrevistas Grupales.....	46
• RESULTADOS	49
-Comerciales favoritos.....	52
-¿Cómo son las mujeres de los comerciales?.....	55
-Identificación con los estereotipos televisivos.....	59
-Realidades y proyecciones.....	62
• CONCLUSIONES	67
-Los cambios sociales en los roles.....	70
-La percepción.....	74
-La explicación de la sicología.....	76
-Consideraciones finales.....	79
• BIBLIOGRAFÍA	80