

LA PUBLICITAT I LA IMATGE CORPORAL A L'INICI DE L'ADOLESCÈNCIA

Dra. Elena Añaños (Psicòloga)

Lorena Rodríguez-Muñoz (Publicitària)



pca
research Group on
Psychology
Communication
& Advertising



**Conferència impartida a l'IES
Pere Calders**

Cerdanyola del Vallès (Barcelona)
22 de gener de 2015

Dirigida a adolescents, estudiants 1r cicle ESO



*No se permite un uso comercial de la obra original
ni la generación de obras derivadas*



CONTINGUTS

- **Què és la Publicitat?**
- **Elements de la Publicitat**
- **Com processem la Publicitat?**
- **Publicitat i **estereotips** de bellesa corporal**
- **Alguna cosa està **canviant** ...**

➤ **Torn obert de preguntes**

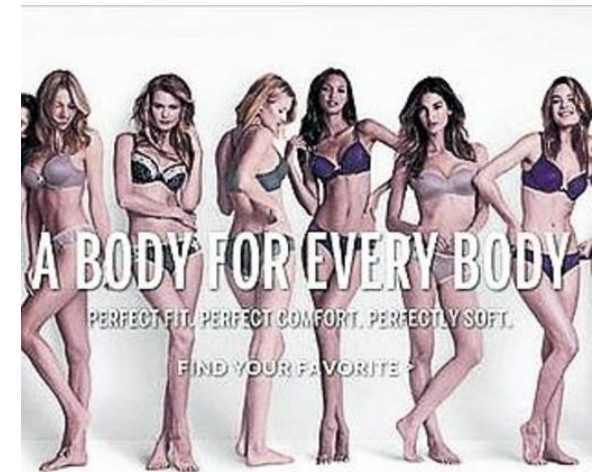
CONTINGUTS

- **Alguna cosa està canviant.....**

Revista digital Computer Hoy.com

Autor: Julio López Redactor (4-11-2014)

“Les models de Victoria’s Secret aixequen polèmica a Internet”



*“La nova campanya publicitària de Victoria 's Secret ha estat durament **criticada per les siluetes extremadament primes** de les seves models. Després de la polèmica sorgida a les xarxes socials i les 29.456 signatures recollides per Change.org, la firma de llenceria, que no s'ha disculpat, s'ha vist obligada a **canviar l'eslògan de la campanya** ”*

Portal para Marketing, Publicidad i Mitjans: Marketingdirecto.com

Autor: Anunciantes - Redactor (3-9-2014)

"Mattel es manté ferm en la seva decisió de mostrar Barbie com un model a seguir "



"Mattel veu en Barbie un bon exemple per a les nenes i joves tot i les crítiques que rep des del seu naixement. En aquest any s'ha creat una campanya de Màrqueting per donar a conèixer la faceta de la nina, sota el lema de "tot és possible" amb la finalitat de situar Barbie com exemple a seguir "

Butlletí electrònic ACAB (Associació Contra l'Anorèxia i la Bulímia)

Autor: ACAB - Associació Contra l'Anorèxia i la Bulímia (11-11-2014)

“L'Anorexia no és culpa de ningú”



*"Publicitaris i creatius elaboren una campanya mediàtica a favor de l'Associació Contra l'Anorèxia i la Bulímia (ACAB). El motiu central de la campanya és **desculpabilitzar** sobre aquestes malalties a les persones que les pateixen i als seus familiars. A més, pretén que des del altaveu que representen els mitjans de comunicació social es pugui transmetre el gran missatge positiu dels trastorns de la conducta alimentària: el 70% dels malalts es recuperen.*



Dra. Elena Añaños

elena.ananos@uab.cat

<http://gent.uab.cat/elenaananos/>

Lorena Rodriguez-Muñoz

lorena.rodriiguez@uab.cat

<https://www.linkedin.com/in/lorenarodriguezmu>