



## ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	11
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	15
<b>1. PUBLICIDAD, ACERVO CULTURAL Y SEXISMO</b> .....	17
1.1. PUBLICIDAD Y CULTURA .....	19
1.2. LA PUBLICIDAD SEXISTA .....	21
1.3. LA PUBLICIDAD DESDE LAS INSTITUCIONES .....	22
<b>2. LA TEORÍA SEXO-GÉNERO COMO HERRAMIENTA PARA ANALIZAR LA REALIDAD</b> .....	23
2.1. TEORÍA SEXO-GÉNERO .....	25
2.2. ALGUNAS FORMAS DE SEXISMO EN PUBLICIDAD .....	28
<b>3. SEXISMO E IMAGEN</b> .....	35
3.1. LENGUAJE VISUAL Y LENGUAJE VERBAL .....	37
3.2. CONNOTACIÓN Y MENSAJE ICÓNICO.....	37
3.3. ESCENIFICACIÓN DEL MENSAJE ICÓNICO.....	38
3.3.1. UBICACIÓN DEL OBJETO.....	38
3.3.2. UTILIZACIÓN DEL OBJETO Y RELACIONES SOCIALES IMPLICADAS.....	39
3.3.3. INCARDINACIÓN DEL OBJETO EN EL TIEMPO SOCIAL .....	39
3.3.4. ADJETIVACIÓN DEL OBJETO.....	39
3.3.5. MANIPULACIÓN METAMÓRFICA DEL OBJETO.....	39
3.4. CONNOTACIONES DE GÉNERO TÓPICAS EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL.....	39
3.4.1. CONNOTACIONES TÓPICAS DE GÉNERO EN CUANTO A LA UBICACIÓN DEL OBJETO.....	39

3.4.2. CONNOTACIONES TÓPICAS DE GÉNERO EN CUANTO A LA UTILIZACIÓN DEL OBJETO Y RELACIONES SOCIALES IMPLICADAS.....	40
3.4.3. CONNOTACIONES TÓPICAS DE GÉNERO EN CUANTO A LA INCARDINACIÓN DEL OBJETO EN EL TIEMPO SOCIAL .....	41
3.4.4. CONNOTACIONES TÓPICAS DE GÉNERO EN CUANTO A LA ADJETIVACIÓN DEL OBJETO.....	41
3.4.5. CONNOTACIONES TÓPICAS DE GÉNERO EN CUANTO A LA MANIPULACIÓN METAMÓRFICA DEL ANUNCIO .....	41
3.5. EJEMPLO DE ANÁLISIS DE GÉNERO DE TABLA DE ESCENIFICACIÓN .....	41
3.6. ESCENIFICACIÓN NO SEXISTA DE LOS MENSAJES ICÓNICOS .....	43
<b>4. EL TEXTO DEL ANUNCIO .....</b>	<b>45</b>
4.1. ¿SEXISMO EN EL LENGUAJE? .....	47
4.2. USOS DISCRIMINATORIOS DEL LENGUAJE Y RECOMENDACIONES PARA PREVENIRLOS.....	49
4.3. OTRAS RECOMENDACIONES PARA LA REDACCIÓN DEL TEXTO .....	51
<b>5. CUESTIONARIO DE CONTROL DE CALIDAD .....</b>	<b>55</b>
<b>6. GLOSARIO DE TÉRMINOS .....</b>	<b>69</b>
<b>7. A MODO DE EJEMPLO (ANEXO DE ANUNCIOS) .....</b>	<b>77</b>
<b>8. ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EMITIDA EN PRENSA POR EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA DURANTE EL PERIODO 1988-2002 .....</b>	<b>95</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>115</b>