

Imagen irreal

Las empresas difunden una imagen sobre la mujer que no se corresponde con la realidad. A pesar de los cambios sociales, la publicidad y ciertos medios aún ofrecen ideas estereotipadas sobre ellas y sólo muestran amas de casa o mujeres urbanas activas, olvidando a la mujer del campo, la jubilada... Esta es la conclusión a la que ha llegado la empresa Medialuna Comunicación en un estudio cuyo fin es analizar a la mujer actual, como sujeto y objeto de las miradas de empresas privadas, medios de comunicación y Administración Pública.

Cosmopolitan, Marzo 2000