

# PRENSA Y MODA EN ESPAÑA

## UN ESTUDIO SOBRE LA IMAGEN DE LA MUJER EN PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

### INTRODUCCIÓN

#### La persuasión en la prensa femenina

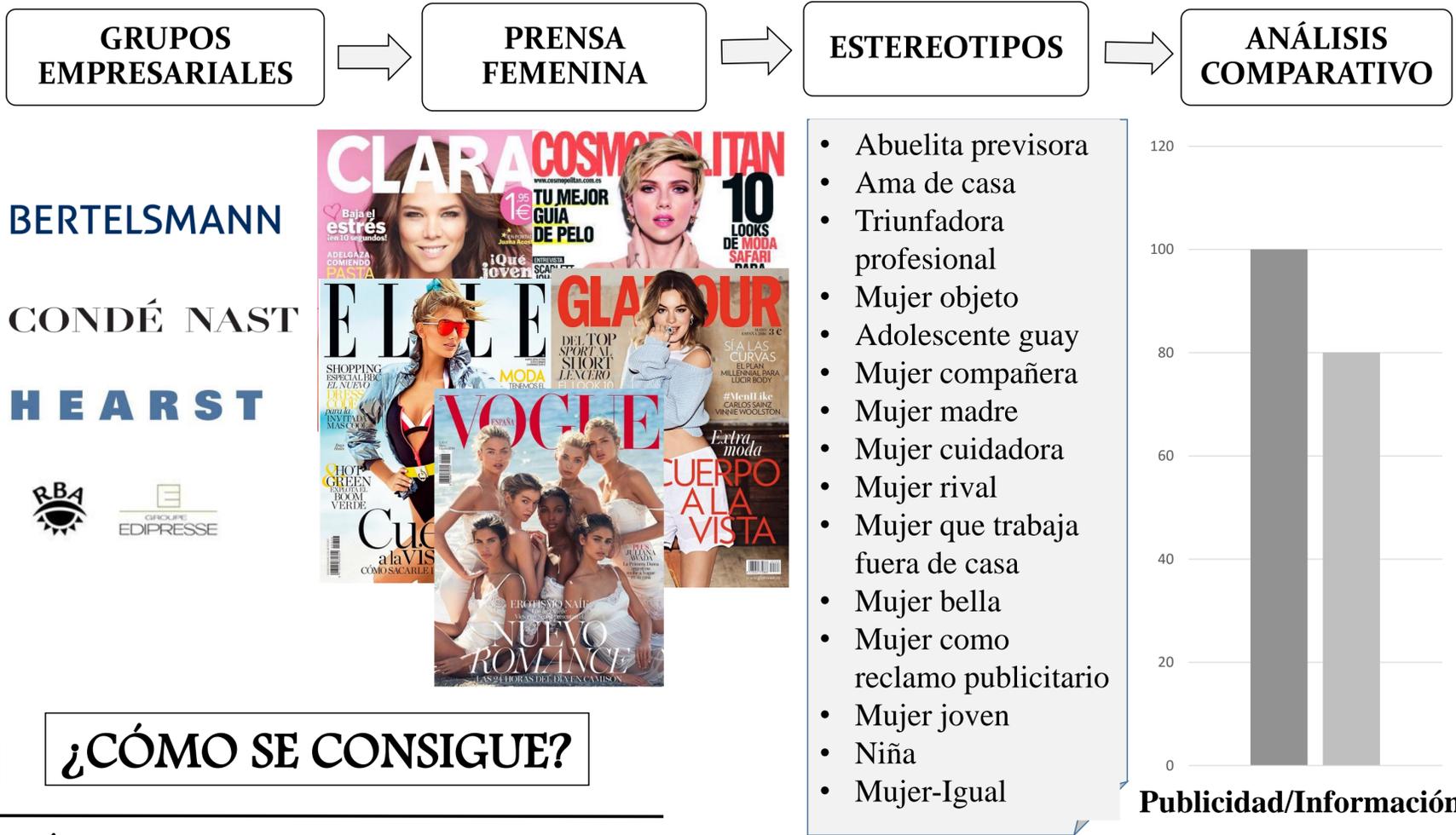
#### Hipótesis

- Las revistas de moda eligen el segmento femenino al que van dirigidas.
- Existencia de estereotipos encargados de representar distintas imágenes de la mujer.
- La publicidad es un factor importante en este tipo de prensa especializada

#### Objetivo

- Identificar cómo las revistas de moda llegan a cada estilo de mujer a la que va dirigida

### METODOLOGÍA



### ANÁLISIS

**Mujer como reclamo publicitario**

**Triunfadora profesional**

**Mujer joven**

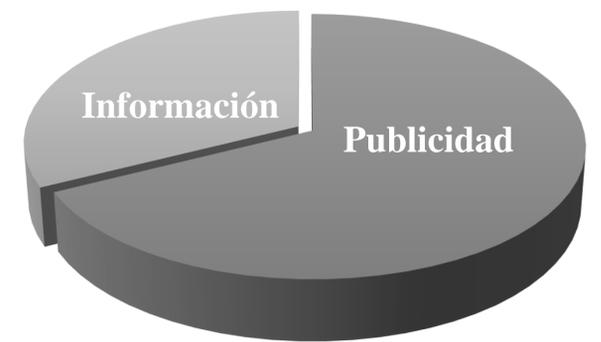
**Mujer bella**

**Mujer que trabaja fuera de casa**

**Mujer compañera**

**Ama de casa**

**Mujer cuidadora**



### CONCLUSIONES

- ✓ Cada publicación femenina vende un modelo de mujer.
- ✓ Existen varias representaciones femeninas que cambian y se manifiestan en distinta medida en las revistas de moda.
- ✓ El cuerpo femenino es utilizado como reclamo de grandes marcas a la hora de publicitar sus productos. Son mujeres altas, delgadas, con diferentes poses, jóvenes, dignos de admirar, produciendo ese deseo en la lectora de “quiero ser como ella”.



SOLEDAD ROSA PRIETO