



4 anuncis que reflecteixen la realitat de les dones als anys 60

[inicicentrareport]

La publicitat és un reflex de la societat i totes dues evolucionen de la mà. Així, alguns anuncis dels anys 60 mostren l'Espanya racista i masclista, una societat en què l'home blanc era l'únic ciutadà que podia fer el que volgués. Era l'únic que tenia llibertat i menyspreava a altres éssers inferiors com les dones, els nens i les persones d'una ètnia diferent. Alguns anuncis que ho reflecteixen són els següents:

1. Violència de gènere que culpabilitza a la dona

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=BhFBOpovLn4>

Aquest anunci mostra la història d'una dona que és maltractada pel seu marit que acudeix a una pitonissa, la qual justifica l'actitud de l'home. A més, diu que la culpa és seva per no haver-lo cuidat bé i no haver-se preocupat d'oferir-li un bon alcohol al marit en arribar a casa cansat de la feina. Finalment, presenta el producte com a solució del problema. Es tracta, doncs, d'un anunci que reflecteix la realitat que vivien moltes dones en aquell moment.

2. Només les dones guapes agradaran als homes

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=TH7HhrF5e-8>

Aquest anunci presenta la bellesa com una necessitat per a les dones si no volen acabar soles. Així, dóna a entendre que les dones que estan solteres és perquè són lletges i que, per tant, necessiten la seva crema per estar guapes i tenir pretendents. A més, transmet el missatge que si no estàs guapa estaràs trista perquè no tindràs parella, com si tenir-ne fos necessari per ser feliç!

3. Les dones viuen per servir als homes

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=Xeh21wM6p9E>

Els anuncis de l'època mostren a la dona com si fos una criada, l'encarregada de preparar-li el menjar al seu home i fer que aquest estigui feliç. Presenten a l'home com el centre de tot, com si la dona hagués d'estar al seu servei i el seu únic propòsit fos tenir-lo content. Transmet el missatge que, si li donés aquest producte al teu marit, l'enamoraràs i no seràs culpable que no t'estimi. Veiem, doncs, que en aquell moment els anuncis pretenien obligar la dona a comprar els productes si volien tenir una vida feliç.

4. El paper de la dona a la postguerra

Video: https://www.youtube.com/watch?v=_h2_TwVJFfg

Aquest anunci mostra un producte que facilita la feina de casa a la dona i ho presenta com si fos un caprici. A través d'aquests anuncis es mostra com la dona no només vivia per fer feliç a l'home i aguantar les seves queixes, sinó que a més ella havia de somriure mentre ho feia, com si d'això realment depengués la seva felicitat.

Per sort, avui dia, aquest tipus d'anuncis estan prohibits i només són un record desagradable de com era la societat dels anys 60. A més, ens permet veure com s'ha evolucionat gràcies a moviments com el feminisme, que ha anat prenent força amb els anys.



[ficentrareport]