



PRESENCIA FEMENINA EN LA PUBLICIDAD

JUAN RAMIRO GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ¹, Norma Gutiérrez Hernández¹, Rosalinda Gutiérrez Hernández¹, Juana Ma. del Carmen Gutiérrez Hernández², Graciela Rodríguez Castañón¹, Lucía Muñoz Castañón¹, Mónica Fabiola Reyes Delgado¹ y Mónica Odila Rincón Delgado¹

1 Universidad Autónoma de Zacatecas, 2 Universidad Nacional Autónoma de México. juan_rgh@hotmail.com

En México son cada vez más frecuentes las mujeres que ocupan cargos relevantes dentro de las empresas, y en publicidad no es la excepción. Hoy en día se pueden observar a varias empresas y/o marcas importantes que son lideradas por mujeres o que son ellas las mentes creativas de las campañas publicitarias.

Justamente, los retos que enfrentan las mujeres emprendedoras de hoy no son tan diferentes a los que enfrentan los hombres. Ahora existen leyes que promueven la equidad de género y una mayor conciencia acerca de los derechos y oportunidad de las mujeres. De igual forma, la publicidad ha permitido debilitar la idea de los estereotipos de la belleza femenina, establecidos en un principio por la misma publicidad. Por su parte, diversos medios de comunicación han colaborado entre sí para equilibrar la imagen de hombres y mujeres en sus contenidos a través de un profundo cambio de valores y situaciones sociales.

Es un hecho que el papel de las mujeres en la publicidad es cada vez más fuerte, y su presencia ha tenido un papel primordial que ha derivado en el nacimiento de gran cantidad de empresas y marcas importantes, lo que ha impulsado a más mujeres a involucrarse, emprender y vencer los retos que se les puedan presentar en el mercado de la publicidad, la cual es una herramienta capaz de estimular el consumo y sirve además como vía de transmisión de conceptos, valores y actitudes sociales.