

LINGUAXE PUBLICITARIA:

TEXTO (PALABRAS ESCRITAS OU FALADAS, NOME DO PRODUCTO, DESCRIPCIÓN DO PRODUCTO, O QUE DIN OS ACTORES, ACTRICES E A VOZ EN OFF).

IMAXE (FOTOGRAFÍAS, VÍDEO, IMAXE EN MOVEMENTO).

PUBLICIDADE SEXISTA: É aquela publicidade na que se exhiben os roles de xénero dominantes, establecidos socialmente como recurso publicitario. Neste tipo de publicidade aparecen os roles de xénero hexemónicos, marcados pola sociedade. No anuncio son visibles as conductas que marcan os roles estereotipados do masculino e do feminino.

PUBLICIDADE NON SEXISTA: Son aqueles anuncios publicitarios que non empregan os roles de xénero patriarcais establecidos na sociedade e utilizan outros recursos como medio publicitario. Neste tipo de publicidade non aparecen os tradicionais roles de xénero e a conducta é neutra en relación ao xénero, no sentido en que non hai relación de inferioridade (subordinación) ou superioridade (dominación) entre ambos sexos, senón que a relación entre homes e mulleres establécese en termos de igualdade.