



SOCIETATEA DE ANALIZE FEMINISTE AnA



**Aspecte privind stereotipurile de gen
în mass media din România**



■ Raport final ■

(București, ianuarie 2005)

**VOLUMUL II
PUBLICITATEA**

Studiu realizat în cadrul Proiectului PNUD-0037040

**“An Integrated Approach to Gender Balanced Political Empowerment
and Participation”**



**Raport elaborat de Societatea de Analize Feministe AnA
în colaborare cu
Centrul de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare**



Echipa proiectului

Dr. Laura Grünberg, coordonatoare proiect, SAF AnA

Prof. Univ. Ioan Drăgan, coordonare cercetare,
Conf. Univ. Poliana Ștefănescu, coordonare cercetare,

Nicoleta Niță – monitorizare și baza de date Știri TV și secretariatul
proiectului, SAF AnA

Drd. Alexandra Povară – monitorizare, prelucrare, analiză date
și contribuții la elaborare raport – Presa scrisă

Drd. Adriana Ștefănel- comentarii pentru emisiuni divertisment

Drd. Livia Ștefănescu – monitorizare și baza de date – Știri TV și postul
Radio 21; contribuții elaborare raport – Radio

Drd. Ileana Todoran – monitorizare date și contribuții la elaborare
raport – Seriale și divertisment

Drd. Anca Velicu – cercetător Institutul de Sociologie al Academiei
Române (monitorizare, prelucrare, analiză date
și contribuții la elaborare raport – Publicitate)

Consultanță pe probleme de gen

Prof. Univ. Mihaela Miroiu – Facultatea de Științe Politice, SNSPA

Asist. Univ. Theodora Văcărescu – Facultatea de Jurnalism și Științele
Comunicării, Universitatea București



CUPRINS

Introducere

Publicitatea la televiziune

Publicitatea din presa scrisă

- Stereotipuri de gen prezente in ofertele de muncă din ziare
- Analiza rubricii de „Matrimoniale”

Publicitatea la radio

Stereotip sau / și anti-stereotip în reclamele TV

Stereotipurile de gen în publicitatea socială

Ce „învățăm” de regulă despre femei și bărbați din publicitate ?

