

## **Artículo Informática- Percepción de los comportamientos y patrones corporales asignados a la mujer en publicidad**

### **Nombres:**

María R. Maldonado Navedo

Carola Márquez Señeriz

Eva J. Torres Rivera

Mariana C. Carreras López

### **I. Título, Autores y Abstract (5 pts)**

#### **Menciona el título.**

El título de este artículo es: “Percepción de los comportamientos y patrones corporales asignados a la mujer en publicidad.”

#### **¿El título está claro y representativo del contenido? Indique cómo.**

El título sí está claro y representativo del contenido debido a que describe perfectamente de lo que trata este artículo. Mostrando cómo dentro de la publicidad se siguen creando estereotipos femeninos.

#### **¿El abstracto está completo y los detalles esenciales están presentes? Explique.**

#### **¿Cuántas palabras tiene el abstracto?**

El abstracto sí está completo. Hay dos detalles esenciales que están presentes en el abstracto, el primero es cómo la publicidad estereotipa a la mujer en pro de un fin económico y comercial. El segundo, como según unos ciertos comportamientos y actitudes que se le atribuyen al género femenino se marca y oprime a la mujer dentro de los medios de comunicación. El abstracto tiene doscientas veinticuatro palabras en total.

### **II. Presentación y Documentación (4 pts)**

#### **¿El texto está bien escrito y es fácil de entender? Abunde.**

En efecto, el texto está muy bien redactado por lo que es simple de entender y apreciar en gran manera. Es un texto preciso que nunca abandona su entorno ni su propósito, que es llevar un mensaje mediante su investigación.

### **II. Introducción (6 pts)**

#### **¿Se explicó la importancia del estudio? Indíquela.**

La importancia de este estudio se explicó durante todo el artículo, y es bastante controversial e importante. Vivimos en un mundo lleno de etiquetas, donde debes ser de una forma en específico para “encajar” en una sociedad, para agradar a los que te rodean. El propósito de este artículo de investigación, o importancia, es para eliminar la insatisfacción de las mujeres con sus cuerpos, los estereotipos de la sociedad, el que la mujer sea inferior a un hombre y el que la mujer deje de ser usada para publicidad en un ámbito más sexual que nada.

### **¿Cuál es la hipótesis o pregunta de investigación?**

En la hipótesis nos indica que la economía y la comercialización es la razón por las cuales se ha llegado a esta situación de inconformidad e incomodidad de las mujeres.

### **III. Métodos (5 pts)**

#### **¿Cuáles fueron los métodos utilizados?**

El método utilizado en esta investigación consta de un extenso cuestionario, el cual se divide en dos vertientes. Estas dos vertientes son: la cualitativa y cuantitativa. Se agrupan en estos cuestionarios datos de 1520 imágenes de mujeres dentro de la publicidad y datos que recogen variables corporales de éstas junto con la mujer real y contemporánea.

#### **¿Utilizaron análisis estadísticos? ¿Se usaron claramente? Menciónelos.**

Sí, se utilizaron análisis estadísticos. Estos análisis se usaron claramente. Este proceso se llevó a cabo mediante el paquete SPSS versión 20.0. Los datos descriptivos para la variable cualitativa se presentan en porcentajes para examinar su relación o independencia (imágenes). Para la variable cuantitativa las comparaciones entre los patrones corporales se llevaron a cabo a través de una prueba no paramétrica.

### **IV. Resultados (5 pts)**

#### **¿Cuáles fueron los hallazgos principales?**

Los hallazgos principales del artículo fueron identificar las distintas formas que aparecen los géneros en las revistas. Se varían entre rasgos y actitudes afeminadas, complexión atlética, rasgos y actitudes infantiles y andróginos.

#### **¿El texto incluyó todos los datos pertinentes de tablas y gráficas? Indique ejemplos.**

Sí, el texto incluye unas tablas y una variedad de gráficas. Las gráficas de barras incluyeron representación, percepción e identificación de rasgos, actitudes y comportamiento femeninos, infantiles, andróginos y atléticos en la publicidad.

## **V. Discusión (5 ptos)**

**¿La hipótesis está apoyada o no por los datos? Abunde.**

Sí, la hipótesis está apoyada por los datos. La hipótesis indica que los publicistas hallan la economía y comercialización, esto causa que las mujeres se sientan incómodas. Los datos incluyen una gran variedad de rasgos ya sean atléticos, infantiles, actitudes; entre otros.

## **VI. Referencias (5 ptos)**

**¿Cuántas referencias había en el artículo?**

En el artículo seleccionado había un total de 46 referencias de información recopilada para el artículo escrito que se eligió por los integrantes del grupo.

**¿Estaban todas citadas?**

**Mencione el estilo usado para escribir las referencias.**

Sí, en el artículo cada una de las referencias están citadas y el formato utilizado en este análisis es el estilo APA uno de los estilos más utilizados para citar las referencias.