

Por siempre joven! la publicidad en las revistas femeninas y sus promesas de administración del tiempo

Resumen

En este estudio hemos tratado de investigar la industria de la belleza y sus promesas de mantener la apariencia joven, más concretamente, la forma en que se han difundido en los medios dirigidos a las mujeres. El estudio fue anclado en el análisis de la publicidad durante el año 2011 en las revistas femeninas de gran circulación nacional: Claudia, Boa Forma y Plástica e Beleza. El contenido tomó como perspectiva de análisis la Psicología Social Crítica, apuntamos cómo los medios de comunicación dirigidos a las mujeres han indicado “recetas” a través de las cuales el lector supuestamente puede mejorar su apariencia y gestionar su descontento con los efectos del tiempo. Creemos que hemos sido capaces de provocar reflexiones sobre el tema, no solamente del cuerpo sano, hermoso y joven, sino también de los medios de comunicación, que a través de la industria cultural, nos ofrece una imagen negativa del envejecimiento.

Palabras-clave: Psicología social; Administración; Mujer; Juventud; Industria cultural; Publicidad.