

## APRENGUEM A RECONÈIXER LA PUBLICITAT SEXISTA ESTÀTICA

### Objectius pedagògics

- ❖ Analitzar críticament i amb perspectiva de gènere els espots publicitaris que apareixen als mitjans de comunicació escrits.
- ❖ Visibilitzar i reconèixer estereotips i rols sexistes que recauen en els homes i les dones.

### Competències

- ❖ Reconeixement de la reproducció i transmissió del sexisme, els estereotips i rols de gènere per part de la publicitat.
- ❖ Visualització d'elements socialitzadors de gènere.
- ❖ Capacitat de treball en equip.

### Continguts

#### Conceptes

Estereotips i rols de gènere.

Violència de gènere.

Publicitat sexista envers els homes i les dones.

#### Procediments

Treball sobre imatges de publicitat estàtica, tant d'Espanya com d'altres països.

### Temporalització

<b>1 sessió de 65 MINUTS</b>
<b>10 minuts</b> d'explicació teòrica.
<b>15 minuts</b> per l'anàlisi de les publicitats en grups reduïts.
<b>15 minuts</b> per l'exposició de les publicitats treballades per cada grup.
<b>25 minuts</b> per la realització d'un producte final per part de l'alumnat.

## Metodologia

- ❖ Anàlisi crítica de conceptes.
- ❖ Participativa i reflexiva.
- ❖ Treball en petits grups.

## Desenvolupament de l'activitat

Comencem fent una petita explicació de 10 minuts sobre la publicitat, tenint en compte la teoria sexe/gènere i els estereotips sexistes i els rols de gènere que, històricament han recaigut i continuen recaient sobre els homes i les dones. Aquesta explicació anirà acompanyada per la projecció de diferents anuncis publicitaris dividits per temàtiques: cosificació de la dona; violència en les relacions afectives; enquadrament d'homes i dones en certes activitats, ja siguin productives i no productives (segregació horitzontal); invisibilització de la dona en la presa de decisions importants i/o que comportin una despesa important, etc.

Acabada l'explicació fem petits grups de 4 o 5 persones, tenint en compte una representació equilibrada de sexes. Li donem a cada grup una còpia de la fitxa 1: **Indicadors d'una publicitat sexista**. Li donem a cada grup dos anuncis per a que els analitzin seguint les preguntes de la fitxa 2 (15 minuts).

Passats els 15 minuts, demanem al grup que nomeni una persona que faci les funcions de portaveu. Aquesta persona serà l'encarregada d'exposar els anuncis que han treballat i les conclusions del grup a la resta de persones assistents al taller (15 minuts)

Finalment, i de manera opcional, proposem als grups la realització d'un producte final. A partir de diferents anuncis antics (annex III), proposem que agafin imatges d'anuncis actuals i les comparin. Hi ha similituds entre els anuncis vells i els actuals? Han canviat o es mantenen els estereotips sexistes i els rols de gènere que ja veien abans? Quins es mantenen i quins han canviat?

A la cartolina, que es pot titular: **"Com ens continua representant la publicitat 50 anys després"**, hi posarem a l'esquerra les imatges publicitàries antigues i a la dreta les noves, sempre que representin els mateixos conceptes. Per exemple: si trobem un anunci vell i un de nou que facin referència a la bellesa de la dona, a la necessitat d'acomplir el cànon de bellesa, establert socialment, per arribar a ser un símbol de referència i d'èxit, els posarem junts, un a l'esquerra i un a la dreta, sota el títol: **"Pressió sobre el cos femení/Bellesa com a símbol d'èxit social"**.

Alternativament, els treball en cartolina podria tractar sobre l'evolució de la publicitat en els darrers 50 anys i destacar les temàtiques sexistes dels anuncis que ens sembla que fan avui en dia i que són similars a aquelles dels anuncis més antics, i quines no.

El temps per aquesta darrera activitat serà de 25 minuts. Si s'aconsegueix finalitzar la tasca, el grup escolar es podrà endur la cartolina, que podrà ser exposada a l'aula.

## Conclusions a les que arribar:

### La publicitat és sexista quan:<sup>1</sup>

- Crea models que consoliden rols de gènere tradicionals. Dona, a casa. Home, al treball.
- Mostra una imatge de la dona associada a uns estàndards de bellesa poc reals: altes, guapes i primes.
- Representa imatges de control i dominació de l'home sobre la dona, ja sigui física, psíquica o laboralment, situant a la dona en posició d'inferioritat.
- Exclou les dones dels espais de presa de decisions importants.
- Centra a la dona en els productes relacionats amb la neteja i la llar.
- Utilitza la dona com a objecte sexual i empra el seu cos com a reclam d'objectes i productes dirigits a l'home.

## Decàleg per una publicitat no sexista:

- Focalitzar imatges en parts del cos de dona sense contingut eròtic.
- Excloure escenes que representen sotmetiment sexual.
- Evitar missatges que inciten al maltractament.
- Transmetre imatges de productes dirigits a homes i a dones.
- Emprar un llenguatge no sexista.
- Promoure el respecte i la igualtat en les relacions entre homes i dones.
- Evitar estàndards de bellesa femenina que determinen una dona bella i prima com a sinònim d'èxit.
- Emprar indistintament la veu de l'home com la de la dona per a donar autoritat, credibilitat i fiabilitat.
- Fomentar el reconeixement de les dones a la societat en tots els àmbits

*“La representació de la dona a la publicitat, en molts casos, afavoreix la difusió d'estereotips sexistes, contribueix a la supervivència dels tòpics relatius als papers de l'home i la dona a la societat, i ofereix representacions degradants i humiliants del cos femení”, Resolució del Parlament Europeu sobre la discriminació de la dona en la publicitat. Diari oficial n°C 304, de 6 d'octubre de 1997.*

## Avaluació

Serà de caire qualitatiu i es realitzarà a partir del treball en petits grups amb la fitxa de treball per l'alumnat 2.

---

<sup>1</sup> VVAA (2010): **“Gènere i comunicació. Llibre d'estil per a bon ús de la imatge de la dona en els mitjans de comunicació”**. València. Presidència de la Generalitat i Conselleria de Benestar Social.

## Materials i fonts emprades

- 1 projector.
- Fitxes amb els anuncis de publicitat estàtica (Annex II: Publicitats per treballar al taller).
- Fitxa de treball 1 (per l'alumnat i professorat).- Indicadors d'una publicitat sexista.
- Fitxa de treball 2 (per l'alumnat).- Anem a la caça d'anuncis...
- Fitxa de treball 3 (per l'alumnat i professorat).- Llistat d'indicadors d'estereotips i rols de gènere.
- Annex de conceptes pel professorat inclòs al glossari de conceptes.
- Annex II: Publicitats per treballar el taller.
- Annex III: Publicitats antigues.
- Cartolina.
- Barra adhesiva o similar.
- Estisores.

### Fonts emprades:

VVAA (2010): **"Gènere i comunicació. Llibre d'estil per a bon ús de la imatge de la dona en els mitjans de comunicació"**. València. Presidència de la Generalitat i Conselleria de Benestar Social.

VVAA (2002): **"El espejo mágico. La nueva imagen de la mujer en la publicidad actual"**. Pamplona. Gobierno de Navarra. Departamento de Bienestar Social, Deporte y Juventud.

**Centre Dolors Piera d'Igualtat d'Oportunitats i Promoció de les Dones**  
Edifici Polivalent, despatx 0.33. Campus de Cappont Carrer Jaume II num. 71, 25001 Lleida  
Tel. (+34) 973 70 33 96 Email [centredolorspiera@cdp.udl.cat](mailto:centredolorspiera@cdp.udl.cat)



Universitat de Lleida  
Centre Dolors Piera  
d'Igualtat d'Oportunitats  
i Promoció de les Dones

**FITXA DE TREBALL 1.- INDICADORS D'UNA PUBLICITAT SEXISTA**

<b>NÚMERO</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>1</b>	<b>Crea models que consoliden els rols de gènere tradicionals per cada un dels sexes.</b> P.e. Les dones són les que fan les feines de casa i els homes són els que porten els diners a casa.
<b>2</b>	<b>Considera els estàndards de bellesa pocs reals com a sinònim d'èxit.</b> P.e. Les dones que tenen èxit a la vida és perquè són guapes, altes i primes.
<b>3</b>	<b>Presenta el cos de la dona com un espai d'imperficcions que s'han de corregir, per poder arribar a l'estàndard de bellesa marcat.</b> P.e. anuncis de cremes que retarden l'edat, cremes que redueixen el greix, etc.
<b>4</b>	<b>Representa el cos femení com un objecte, és a dir, com a valor afegit als atributs d'un determinat producte; com si fos, en definitiva, el seu embolcall.</b> P.e. el cos de la dona seminu per anunciar una marca de cervesa, etc.
<b>5</b>	<b>Exclou a les dones de les decisions econòmiques de major rellevància.</b> P.e. en els anuncis on s'ha d'efectuar una despesa important (comprar un cotxe), el personatge que apareix per decidir és un home.
<b>6</b>	<b>Centra a la dona en els productes relacionats amb la neteja i la llar.</b> P.e. anuncis de detergents, etc.
<b>7</b>	<b>Les imatges utilitzen el cos femení de manera que es prioritzen els atributs físics sobre els intel·lectuals.</b> P.e. anuncis en que s'enfoquen els cossos de les dones sense arribar a veure-li el cap.

**FITXA DE TREBALL 2.- ANEM A LA CAÇA D'ANUNCIS...**

**ANUNCI:**

Quin producte ven?

Quins personatges apareixen?

Com són els homes i les dones que apareixen? Com els descriuries? Estan estereotipats/des? Empra la fitxa 3 si necessites ajuda.

Què estan fent els homes i les dones que apareixen? Compleixen rols de gènere? Empra la fitxa 3 si necessites ajuda.

Creus que és un anunci sexista? Per què? Empra la fitxa 1 si necessites ajuda.

**Extraguem-ne conclusions:**

Quines idees podeu extreure després d'haver realitzat aquesta activitat? De quina manera es poden eliminar els estereotips de gènere? Comproveu-ho tractant de canviar un dels anuncis que té estereotips de gènere?

**QUE DIUEN ELS ESTEREOTIPS DE GÈNERE DE COM SOM ELS HOMES I LES DONES:**

ESTEREOTIPS MASCULINS	ESTEREOTIPS FEMENINS
Decisió	Intuïció
Serietat	Frivolitat
Racionalitat (amb lògica)	Irracionalitat (sense lògica)
Domini	Submissió
Valentia	Por
Agressivitat	Tendresa
Dinamisme	Passivitat
Objectivitat	Subjectivitat
Afectivitat poc marcada	Afectivitat molt marcada
Força física	Debilitat física
Autocontrol de les emocions	Manca de control de les emocions
Afirmació del "jo"	Dependència
Qualitats i aptituds intel·lectuals	Poc desenvolupament intel·lectual
Espai públic i professional	Espai domèstic i familiar

Exemples d'estereotips de gènere:	
Els homes són decidits i valents	Les dones són afectuoses i seductores
Els homes són el subjecte sexual de les dones	Les dones són l'objecte sexual dels homes
Els homes són agressius	Les dones són tendres i transmeten amor
Els homes són forts físicament	Les dones són dèbils físicament
Els homes tenen que proveir econòmicament la família	Les dones tenen que cuidar de les persones dependent (mainada i persones d'edat avançada) i realitzar les tasques de la llar en exclusivitat
Els homes no ploren ni mostren sentiments	Plorar es cosa de dones

**QUÈ DIUEN ELS ROLS DE GÈNERE SOBRE QUÈ FEM ELS HOMES I LES DONES:**

	DELS HOMES	DE LES DONES
<b>Qualificar algunes activitats com "de dones" o "d'homes"</b>	El futbol és cosa d'homes. Els jocs de guerra són cosa d'homes	La moda és cosa de dones. Les noies juguen amb nines. Fer punta al coixí és cosa de dones.
<b>Assignar tasques "pròpies" de dones i d'homes</b>	L'home té que ser el cap de família i portar diners a la llar. Les feines amb risc (soldat, bomber, policia...) són per gent valenta, és a dir, homes.	La criança de fills i filles és cosa de les mares. Les dones són les encarregades de fer les tasques de la llar. Els treballs relacionats amb la criança i

	<p>L'home és l'encarregat de prendre les decisions econòmiques més importants.</p> <p>La construcció (fortalesa) i la política (intel·ligència) són treballs per homes.</p> <p>A la casa, el bricolatge i les feines derivades són treballs pels homes.</p>	<p>amb les cures (professora de primària i infermera) són més propis de dones.</p> <p>Ballarina és una professió de dones.</p>
<p><b>Donar a una mateixa activitat una importància diferent</b></p>	<p>Un chef o un modisto tenen més prestigi social i econòmic que una cuinera i una modista.</p> <p>Anomenar ATS als homes i infermeres a les dones quan la tasca que desenvolupen és la mateixa (major prestigi pels homes).</p> <p>Anomenar AUXILIAR DE VOL als homes i hostesses a les dones quan la tasca que desenvolupen és la mateixa (major prestigi pels homes)</p>	



**ANNEX DE CONCEPTES**

**ANNEX II: PUBLICITATS PER TREBALLAR EL TALLER**





**“PERMÍTENOS CONTINUAR SOÑANDO EN UN MUNDO MEJOR. CHÉ, REVISTA PARA HOMBRES”**

# “VOY A SALVAR TU MATRIMONIO”

“Desde que lees **Stuff** tienes a tu mujer abandonada. Dedicas todo tu tiempo libre a la electrónica de consumo y eso está muy feo, ¿sabes? Aquí donde me ves soy una gran defensora de los valores familiares y por eso he meditado largamente hasta encontrar una salida infalible a vuestra crisis.

**SUSCRÍBETE A Stuff** y obtén un 30% de descuento sobre el precio de portada. Con lo que ahorres podrás hacerle un regalo de reconciliación a tu esposa. Piensa en las cosas que más le gustan: una fregona, una sartén, un delantal, un plumero, unos (...)... No sé, ponle imaginación y sensibilidad. Si falla, es que tu parienta es una desagradecida. Déjala por un PDA”



“Desde que lees **Stuff** tienes a tu mujer abandonada. Dedicas todo tu tiempo libre a la electrónica de consumo y eso está muy feo, ¿sabes? Aquí donde me ves soy una gran defensora de los valores familiares y por eso he meditado largamente hasta encontrar una salida infalible a vuestra crisis.

SUSCRÍBETE A **Stuff** y obtén un 30% de descuento sobre el precio de portada. Con lo que ahorres podrás hacerle un regalo de reconciliación a tu esposa. Piensa en las cosas que más le gustan: una fregona, una sartén, un delantal, un plumero, unos (...)... No sé, ponle imaginación y sensibilidad. Si falla, es que tu parienta es una desagradecida. Déjala por un PDA”



“LA NIKON S60. DETECTA HASTA 12 ROSTROS”





“UNA MUJER NO SABE LO QUE QUIERE HASTA QUE UN DISEÑADOR SE LO DICE”





“Menos arrugas en tan solo 60 minutos”

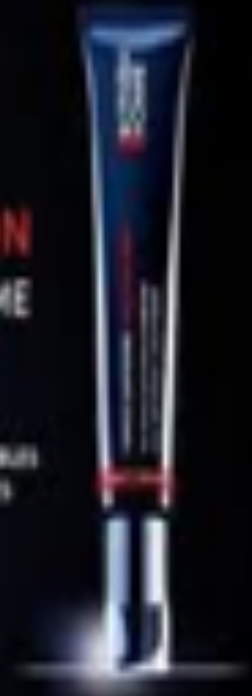


“¿Cuál es el secreto de mi éxito? És la crema diaria Adobe Photoshop” Madonna. Adobe Photoshop reduce milagrosamente las arrugas y todas las imperfecciones de la piel. Para verte siempre joven y glamurosa”

Reduce el crecimiento excesivo del pelo.  
Reduce la irritación de la piel.  
Neutraliza los irritantes.

# INNOVACIÓN FORCE SUPREME NEUTRALIZER

Reduce las irritaciones por depilación.  
Neutraliza los irritantes.







No importa  
lo que ha pasado.  
El es un hombre  
y Vd. lo ama.  
El merece Lucky.

la línea de  
perfumería



vestimenta  
fresca

*Linea*



Aguas de colonia - Muejas para antes y después del afeitado - Jabón  
Santalina - Fijador - Crema - Cremas para antes - Crema spray

¿UN MITSUBISHI CARISHA POR 2.350.000 PESETAS?

HAY GENTE QUE ESTÁ DISPUESTA A HACER CUALQUIER COSA PARA APROVECHAR ESTA OPORTUNIDAD.



**VENDO**

MADRE CARIÑOSA EN BUEN ESTADO, BUENA COCINERA, LIMPIA, FIJA Y DA ESPLENDOR

La historia de España más completa y actualizada.

Disponible de nuevo en el PAIS, toda nuestra historia contada por expertos, de manera sencilla, rigurosa y detallada desde la prehistoria a la actualidad, en el que hemos incluido los datos más importantes y los personajes más relevantes, así como aquellos hombres y mujeres protagonistas que a lo largo de los siglos han ido conformando la historia de nuestro país.

Este domingo GRATIS PRIMER TOMO CON EL PAIS.

EL PAIS

“VENDO MADRE CARIÑOSA EN BUEN ESTADO, BUENA COCINERA, LIMPIA, FIJA Y DA ESPLENDOR”

HISTORIA DE ESPAÑA

LA HISTORIA FORMA PARTE DE TI.



ESTE DOMINGO GRATIS PRIMER TOMO CON EL PAIS.

La Historia de España más completa y actualizada.

Disponible de nuevo en el PAIS, toda nuestra historia contada por expertos, de manera sencilla, rigurosa y detallada desde la prehistoria a la actualidad, en el que hemos incluido los datos más importantes y los personajes más relevantes, así como aquellos hombres y mujeres protagonistas que a lo largo de los siglos han ido conformando la historia de nuestro país.

EL PAIS

LA HILL LAS APUESTAS SON COMO LAS MUJERES, PARA CONQUISTARLAS HAY QUE CONOCERLAS.

# MESSI EN MEDIO BARÇA

La buena dependencia de Leo se traduce en cifras notables.

Con el golpín y 21 asistencias, el barcelonés alcanzó el 40%.

66 GOLES EN SU EQUIPO (91,2%)

63 GOLES EN SU EQUIPO (48,8%)

42 GOLES EN SU EQUIPO

21 ASISTENCIAS EN SU EQUIPO

Las últimas palabras de Leo le fueron La Bofeta Barça

Bono GRATIS

La HILL LAS APUESTAS SON COMO LAS MUJERES, SI NO TE FUNCIONA CON UNA PRUEBA CON OTRA.

Bono GRATIS

“LAS APUESTAS SON COMO LAS MUJERES, PARA CONQUISTARLAS HAY QUE CONOCERLAS”.

“LAS APUESTAS SON COMO LAS MUJERES, SI NO TE FUNCIONA CON UNA PRUEBA CON OTRA”

LAZ IMPRESSIONI CRONO DI CROMA.

IMMAGINE

18.000.000.000

IMPRESSIONI COLOR **Canon** TO GOVA IMMAGINE



CUOIRATI  
 KÄRCHER



## El regalo más original y práctico para mamá:

### La escoba eléctrica KÄRCHER.

Limpia tu casa con sencillez y eficacia.  
 La escoba eléctrica Kärcher.  
 Tiene un filtro de partículas y elimina por completo los malos olores y respanta para mantener la limpieza.  
 La Kärcher te sorprende por ella.  
 En su momento aparece en cualquier ocasión.  
 La familia siempre disfruta con ella.


 Descubre en más de 600 tiendas de todo España. Para más información: 905 708 500, o email: info@lidl.es

Desde niñas hay que aprender a lavar y cuidar a los hijos. Norit nos lo dice.






# El guardián de la casa también tiene quien lo cuide



Este mes acércate a cualquiera de nuestros stands y regálale bienestar a papá afiliándolo al Plan de Salud Rescarven que mejor se adapte a sus necesidades, porque tenemos los servicios médicos para cuidarlo tanto como él te cuida a ti:

- Consultas ilimitadas en cardiología, urología, gastroenterología y otras 35 especialidades • exámenes de laboratorio • óptica • farmacia • hospitalización • cirugía • atención de emergencias en sitio y muchos servicios médicos más.

0 800 RESCATE

[www.rescarven.com](http://www.rescarven.com)

Queremos cuidarte



**RESCARVEN**

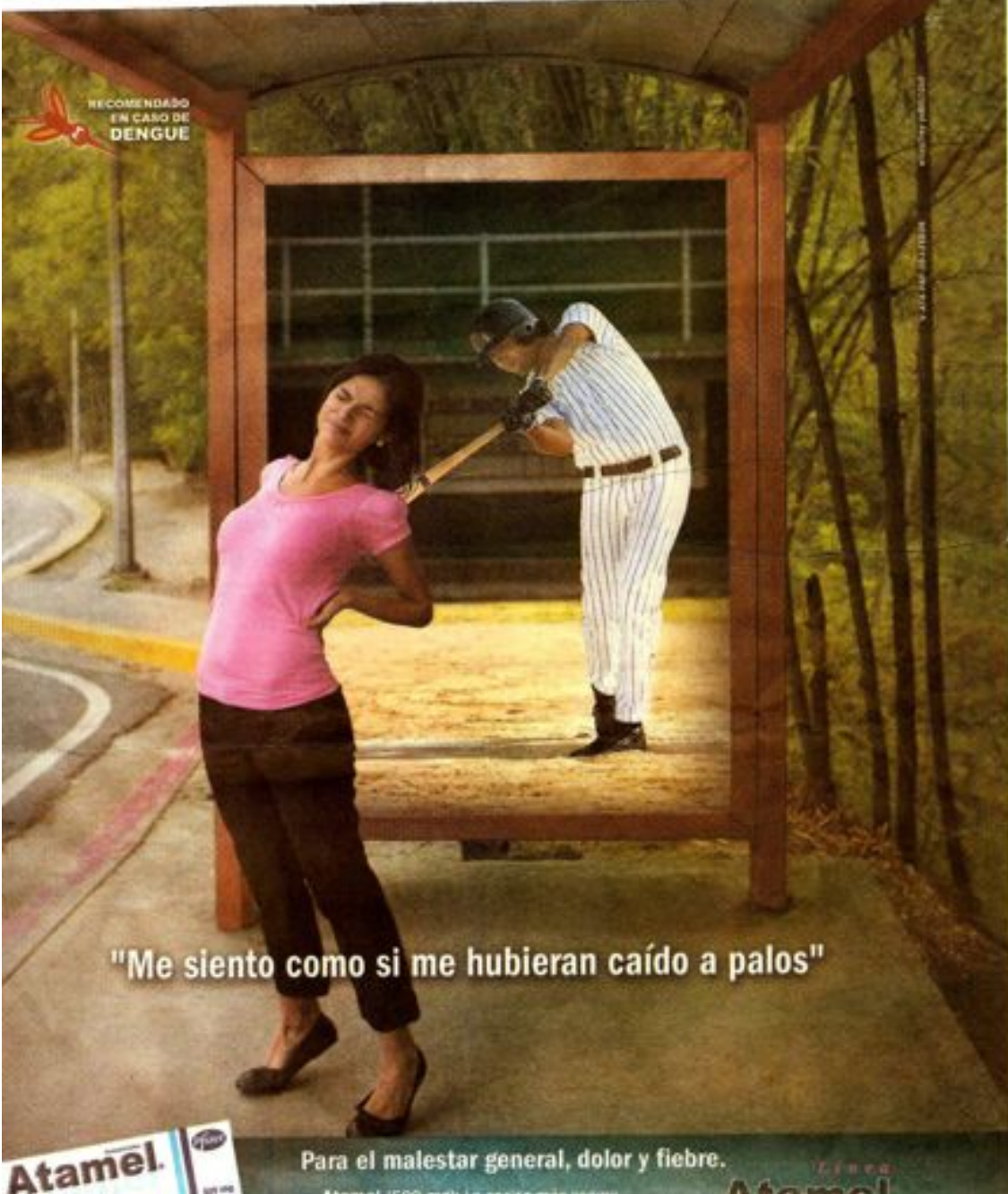
medicina con corazón.



“EL MINI AUTOMÁTICO. PARA CONDUCCIONES SIMPLES”







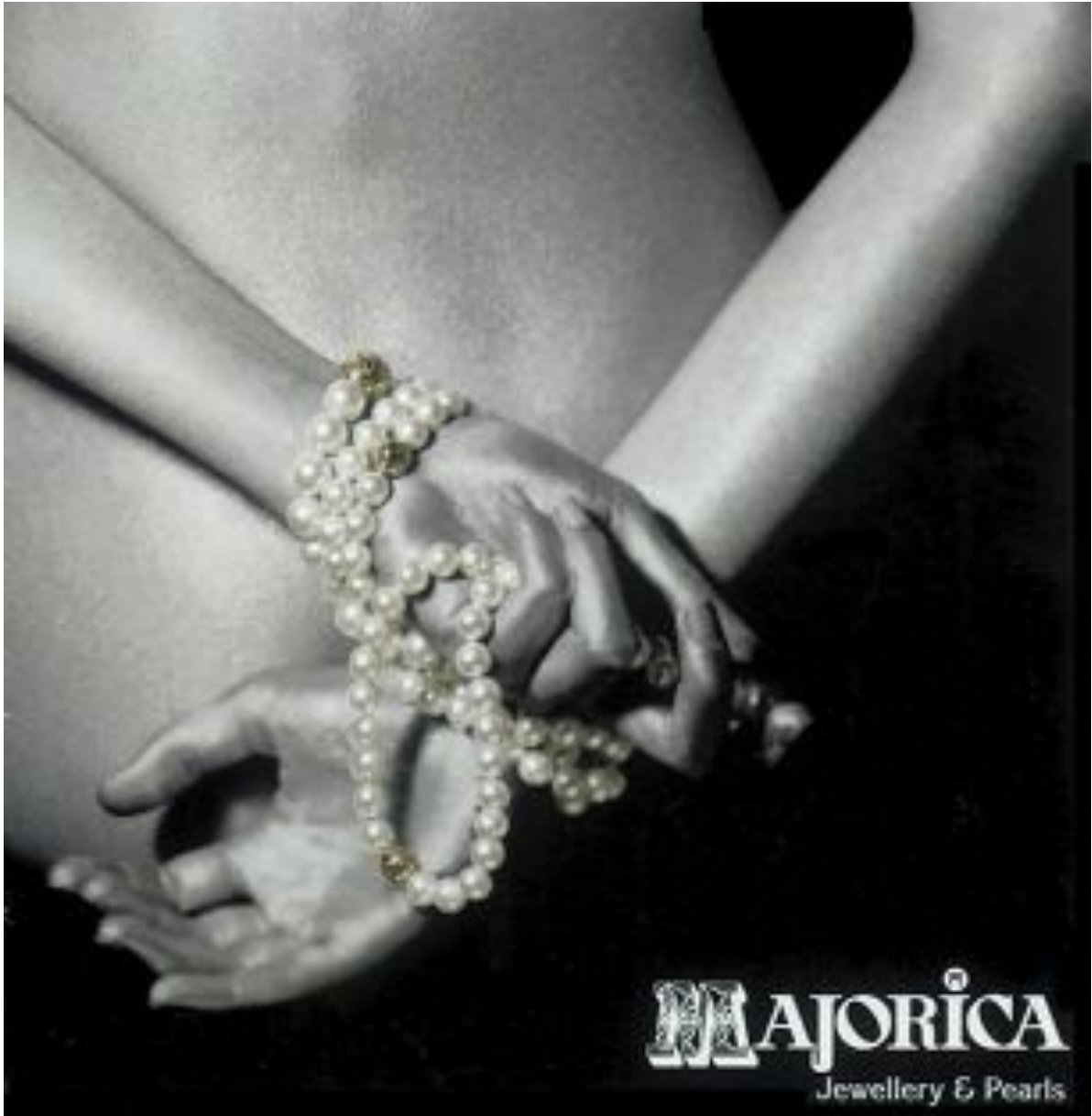
RECOMENDADO  
EN CASO DE  
DENGUE

"Me siento como si me hubieran caído a palos"

**Atamel.**

Para el malestar general, dolor y fiebre.

Atamel



**MAJORICA**  
Jewellery & Pearls





“LA ÚLTIMA ATRACCIÓN”





 **MAXCENTER**  
Un centro animado

Y diviértete en las áreas de juego de:  
 

# Ahora yo era una Barbie y tú un campeón de Hot Wheels. ¿Vale?

Del 29 de Abril al 16 de Mayo  
Max Center

A photograph of two children. On the left, a boy wearing a grey t-shirt and a red and yellow hat is holding a blue trophy with a yellow number '1' on it. He is also holding a black Hot Wheels toy car. On the right, a girl wearing a white t-shirt, a pink and purple crown, and a pink skirt with rainbow-colored leggings is holding a Barbie doll. She has green wings with red spots on her back. The background is a simple blue wall.

ANNEX III : PUBLICITAT ANTIGUES



1. "CUANDO MÁS DURO TRABAJA UNA MUJER MÁS GUAPA ESTÁ"



Most men ask  
"Is she pretty?"

not "Is she clever?"

**Palmolive Cream**—the Secret of a  
Skin That Preserves Your Personality or  
Character—do you wish it? Then for  
One Week Follow the Simple Steps  
Indicated which Bring you to Thousands



Others are marked as "fat"—the girl whose  
eyes sparkle in her beauty. Her beauty is like  
and her up-birds, she probably receives expres-  
sions for her skin. You often find these marks are  
in common, skin.

**Beauty is beauty!**—that's what should! Give  
your beauty with discretion. Don't squint or  
stare, showing your beauty in being over the  
measure of your appearance. You'll find  
thousands of girls have skin—will find  
new happiness in it.

The cream is simple. It's a perfect skin  
preserver, it's a purity. Simply follow  
instructions and application—just daily use of  
palmolive cream will be indicated in Palmolive.

It is worth saying that this cream preserves  
both the skin and skin's own moisture—the  
one which does over the cream.

The jewelry and make-up you wish. But  
never let us know in your night. They are  
the signs of knowledge, wisdom and  
judgment in skin care. They are to  
be used with care.

Work over the skin with Palmolive  
This simple will be the skin. Make that

simple. They never look anything but they  
are. Apply a coat of oil cream—just as all

Do this regularly, and particularly in the  
winter.

The world's most simple  
and beautiful

When it is a simple cream, it's the only one  
of its kind. It's the only one that  
will keep you young.

It's the only one that's simple. It's the only one  
that's simple. It's the only one that's simple.

And it's the only one that's simple.

The only one that's simple in the treatment  
of your skin. It's the only one that's simple.

And it's the only one that's simple.

There are many ways of making  
difference in your skin.

It's the only one that's simple.

It's the only one that's simple.

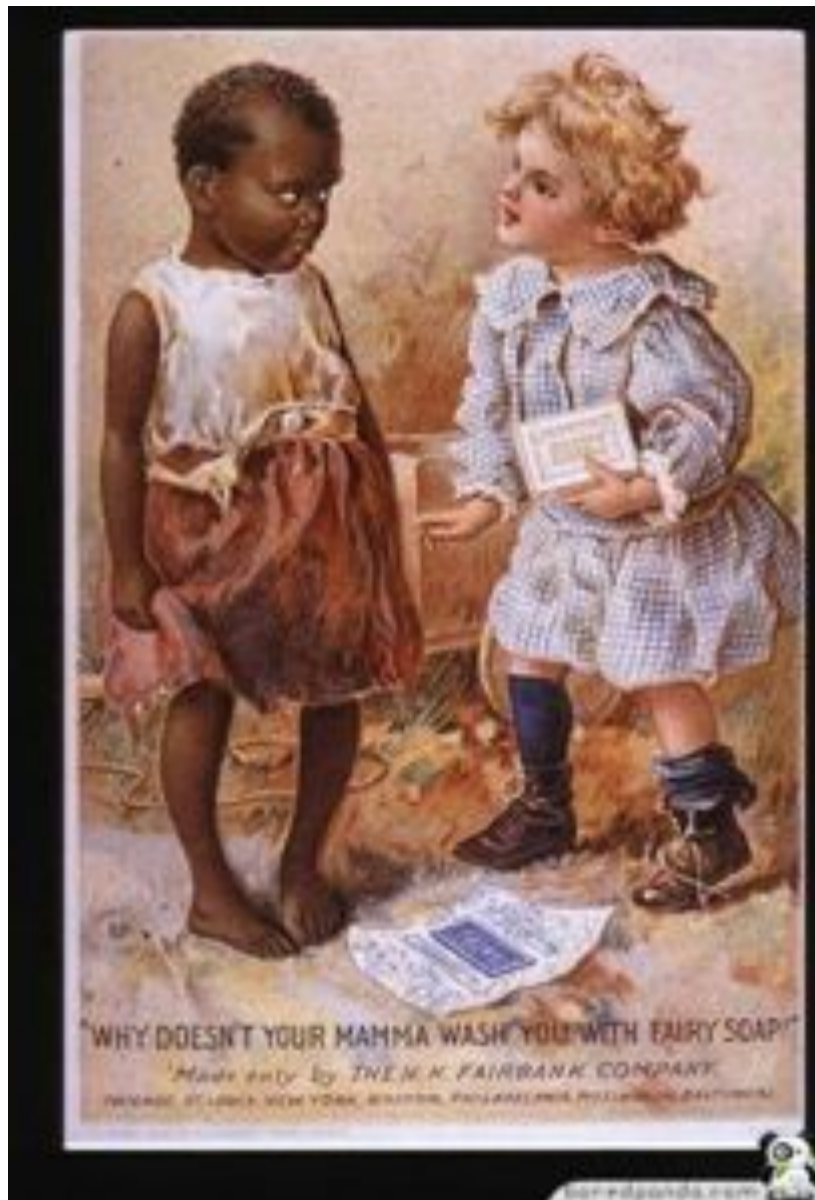
10c



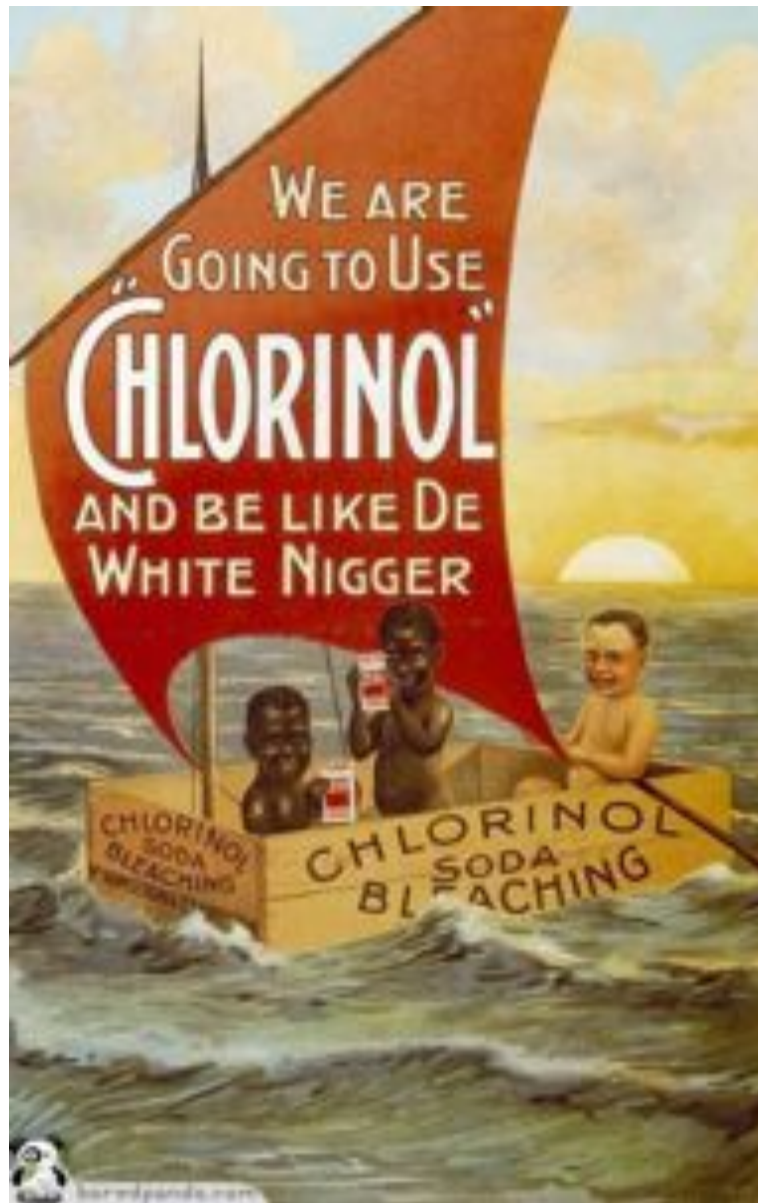
How perfectly it  
does your complexion  
and how simple it  
is to use.

barandpanda.com

2. LOS HOMBRES PREGUNTAN: "ES GUAPA?". NO, "ES INTELIGENTE?"



3. ¿TU MAMÁ NO TE LAVA CON JABÓN FAIRY?



4. VAMOS A USAR "CHLORINOL" Y SER COMO EL NEGRO BLANCO.



6. GOTAS DE COCAÍNA PARA EL DOLOR DE MUELAS. ¡CURA INSTANTÁNEA!

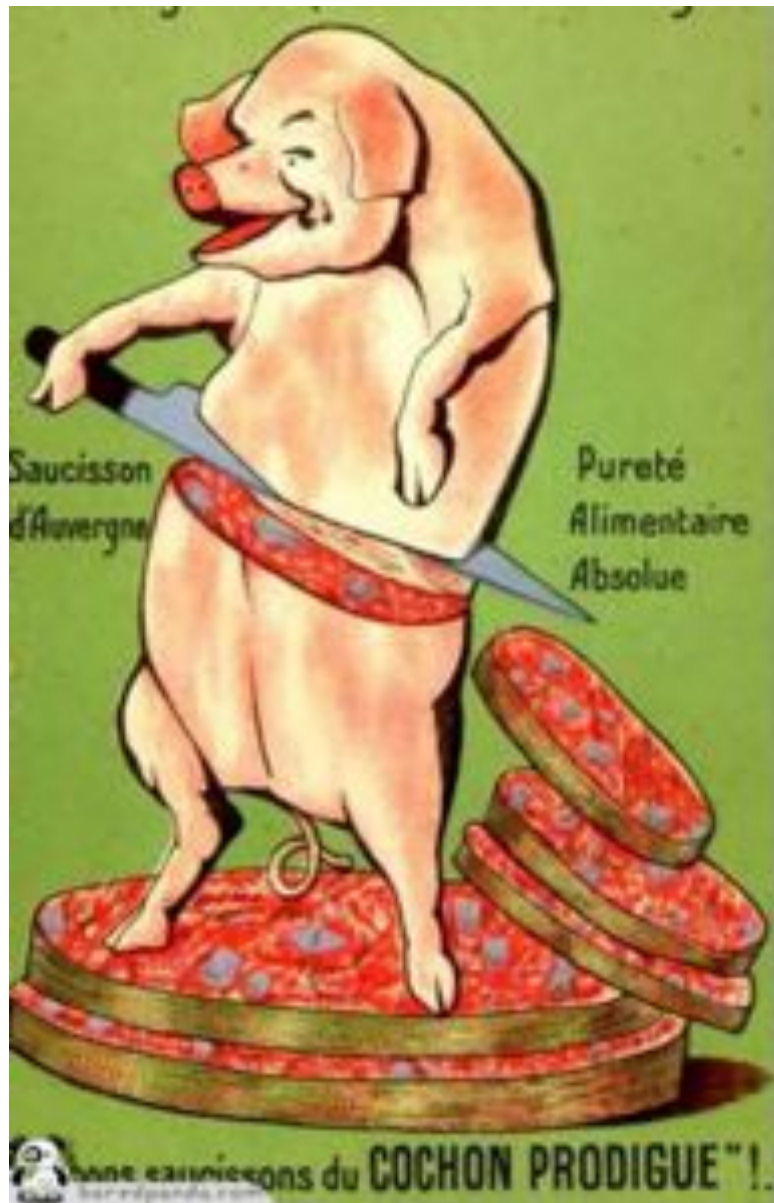


**Keep her where  
she belongs...**



6. MANTENLA EN EL LUGAR QUE LE PERTENECE.





7. EL CERDO PRÓDIGO.



8. MUÉSTRALE QUE ES UN MUNDO DE HOMBRES.



9. EL CHEF LO HACE TODO MENOS COCINAR, ¡PARA ESO ESTÁN LAS MUJERES!

Why we have the youngest customers in the business

This young one is 10 months old... and he apparently doesn't realize he's not supposed to drink it. (That's not a requirement of our drink, but he sure isn't smart enough to do it and we think you're pleased that he is.) He also has... Now, when it comes to babies... it just seems to be that babies love it. You know, just 7up. In the end, babies really prefer the 7up going into the milk. It's an awesome combination... and it makes them 7up and happy. That's the...

**Nothing does it like Seven-Up!**

bonedpanda.com

10. PORQUÉ TENEMOS A LOS CLIENTES MÁS JOVENES DEL NEGOCIO.

For a better start in life  
start **COLA** earlier!

**How soon is too soon?**

Not soon enough. Laboratory tests over the last few years have proven that babies who start drinking soda during that early formative period have a much higher chance of gaining acceptance and "fitting in" during those awkward pre-teen and teen years. So, do yourself a favor. Do your child a favor. Start them on a strict regimen of sodas and other sugary carbonated beverages right now, for a lifetime of guaranteed happiness.

**The Soda Pop Board of America**  
1515 W. Hart Ave. - Chicago, IL.

- Primary Active Lifestyle  
- Boosts Personality!  
- Eliminates baby rashes and diaper rash

boredpanda.com

11. PARA EMPEZAR MEJOR EN LA VIDA, EMPIEZA COLA ANTES.





12. NO TE PREOCUPES CARIÑO, NO HAS QUEMADO LA CERVEZA.



13. ¡LOS HOMBRES SON MEJORES QUE LAS MUJERES! EN EL INTERIOR, LAS MUJERES SON UTILES- ADEMÁS DE CÓMPLACIENTES-EN LAS MONTAÑAS SON UNA COSA QUE HAY QUE ESTIRAR...

# If your husband ever finds out *you're not "store-testing" for fresher coffee...*

---

*...if he discovers you're  
still taking chances  
on getting flat, stale coffee  
... we'll be onto you!*

*For today  
there's a sure  
and certain way  
to test for freshness  
before you buy*



 [bareedpondo.com](http://bareedpondo.com)

14. SI TU MARIDO ALGÚN DÍA SE DA CUENTA QUE NO PRUEBAS EN LA TIENDA EL CAFÉ MÁS FRESCO.





He's one of the best  
 doctors in town. While his  
 doctor says only 20  
 to 25, he's actually an old  
 24 hours a day.  
 The doctor is a scientist,  
 a diplomat, and a kindly  
 sympathetic human being  
 of the one, no matter how  
 long and hard his schedule.

*According to a recent Nationwide survey:*

# MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS in every branch of medicine—100,000  
 in all—were queried in this nationwide study  
 of cigarette preference. Their leading research  
 organizations made the survey. The gist of the query  
 was: What cigarette do you smoke, Doctor?

The brand named most was Camel!  
 The rich, full flavor and cool mildness of Camel's  
 smooth blend of quality tobaccos seem to have the  
 same appeal to the smoking tastes of doctors as to  
 millions of other smokers. If you are a Camel  
 smoker, this preference among doctors will hardly  
 surprise you. If you're not—well, try Camels now.



Your "I-Zone" Will Tell You...

**I Am Health...**  
**I Am Thrust...**

That's your  
 growing ground  
 for any cigarette.  
 See if Camels  
 don't suit your  
 "I-Zone" to a "C."

**CAMELS** *Centier Tobacco*

boredpanda.com

15. MÁS DOCTORES FUMAN CAMEL QUE CUALQUIER OTRO CIGARRILLO.

"I'll Be Right Over!"

...24 hours a day your doctor is "on duty"...  
guarding health...protecting and prolonging life...

■ What... usually... serious illnesses...  
have been called the "night shift" and he has to be there. But he has daily routine to keep him busy, and he has to be there for the night he has to be there. But the more imaginative you could not know. But he offers special meals. When there's a job to do, he does it. It has little of this... a few pulled cigarettes... and he's back at the job again...



According to a recent  
Nationwide survey: **MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE!**

Thousands of America's leading independent medical organizations and 10,000 doctors have taken the cigarette they think offers the most protection to health. The answer came in the form of Camels... there's nothing in big cities or small towns, from gas and physicians, dentists, nurses, opticians, doctors in every branch of medicine!

Read! These doctors named Camels as their smoke that is also superior! You a doctor too, smoke for pleasure. Full flavor, smooth, and without even just an inch, no lip as they do for any other brand. Smoke Camels and be the healthiest.



THE "10-1000" TEST WILL TELL YOU



The "10-1000" test is the only one that will tell you if you're getting the most out of your smoke. It's the test of the cigarette of today, and it's the test of the cigarette of tomorrow. The "10-1000" test will tell you if you're getting the most out of your smoke. It's the test of the cigarette of today, and it's the test of the cigarette of tomorrow.

**CAMELS** *Coolidge*

Tobacco [bareedpanda.com](http://bareedpanda.com)



**Blow in her face and she'll follow you anywhere.**

No fun with tangy Tipalet Cherry. Or rich, grape-y Tipalet Burgundy. Or luscious Tipalet Blueberry. It's all in Tipalet. It's new. Different. Delicious in taste and in aroma. A puff in her direction and she'll follow you anywhere. Oh yes... you get smoking satisfaction without irritating smoke.

<b>TIPALET</b> Cherry	<b>TIPALET</b> Burgundy	<b>TIPALET</b> Blueberry	<b>TIPALET</b> Menthol
--------------------------	----------------------------	-----------------------------	---------------------------

Smokers of America, do yourself a favor. Make your next cigarette a **Tipalet.**

New from Murat. About 3 for 25¢.

[bannedpanda.com](http://bannedpanda.com)

17. SÓPLALE EN LA CARA Y TE SEGUIRÁ A CUALQUIER PARTE.





18. EMPIEZA PRONTO, AFÉITATE A TI MISMO.

**It's nice to have a girl around the house.**

Though she may be a tiger lady, our heels didn't have to live a life so close to the ground. After our look of the **Leggs** tights, she was ready to have her walk all over her! That really staying soft and stretchy fabric is the same as the **Leggs** tights that you love to wear. So, if you're looking for a pair of these for your **Leggs** tights, look up a pair of these for your **Leggs** tights. Such as our eye automatic stretch tights of 85% "Dacron" and 15% nylon—comparably wrinkle resistant. About \$12.99 at participating stores.

**Dacron** by DuPont  
boredpanda.com

Did you see? A new pair of **Leggs**  
© 2001 Leggs, Inc. All rights reserved. Leggs is a registered trademark of Leggs, Inc.

19. ESTÁ BIEN TENER UNA CHICA POR CASA.





20. PORQUE LA INOCENCIA ES MÁS SEXY DE LO QUE PIENSAS.



21. МОС



22.PAPA NOEL FUMANDO.



23. FELIZ NAVIDAD PARA TODOS LOS FUMADORES.



# PROTECT YOUR CHILD FROM WET BEDS WITH STAYDRY\* PANTIES

Protect your child from the psychological disturbances caused by bed wetting. Give your child the wonderful security of waking up in a dry bed. Staydry panties ensure sleeping comfort—this patented all-in-one panty is a safeguard against unhealthy wet clothes and bedding.

**DAY AND NIGHT PROTECTION!** Trim-fitting Staydry Panties may be worn invisibly under clothes during the day as well as under pajamas at night.

**STAYDRY PANTIES** are comfortable and well-fitting—without pins or buttons to cause discomfort. They contain thick, strong, highly absorbent material with total waterproof outer covering of the finest non-toxic, soft plastic. Non-binding Staydry Panties are completely washable—they may even be bulked and bleached.



**REAL ECONOMY!** Staydry frees you of the expense of rubber sheets, extra sheets and enormous laundry bills. **FREE!** booklet "Bedwetting and the Older Child"

Join the many thousands of grateful mothers all over the country who have been helped to new found joy by Staydry—the only all-in-one panty backed by famous Seals.

**DOCTOR APPROVED!** STAYDRY is recommended by many leading doctors.

**\$1.69** and up

Ideal for invalids — wonderful for adults with an embarrassing problem.

STAYDRY is available with either Snap Fasteners or Tape Ties on side openings. Please specify choice.

\*Reg. U.S. Pat.

Check Size for exact waist size in inches



Infants:

- Med. \_\_\_\_\_ \$1.69
- lg. & Ex. lg. \_\_\_\_\_ \$1.98

Children & Adults:

<b>WAIST SIZES</b>	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 20	\$2.98
	<input type="checkbox"/> 22	<input type="checkbox"/> 24	\$3.98
	<input type="checkbox"/> 26	<input type="checkbox"/> 28	\$4.98
	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 32	\$5.98
	<input type="checkbox"/> 34	<input type="checkbox"/> 36	\$6.98

28 to 34, write for special action  
Prices slightly higher in Canada

**10% DISCOUNT**

when ordering 3 or more

**Money Back Guarantee in 10 days**

Jalen Sales Co., 832 Fourteen Rd., Newburgh, N. Y.  
 Please send \_\_\_\_\_ STAYDRY Panties  Snap or  Tape Tie  
 Waist Size \_\_\_\_\_ Total Price \_\_\_\_\_  
 C.O.D.  CHECK  M.O.  
 NAME \_\_\_\_\_  
 ADDRESS \_\_\_\_\_  
 CITY \_\_\_\_\_ STATE \_\_\_\_\_



24. PROTEGE A TU HIJO DE MOJAR LA CAMA CON LOS CALZONCILLOS STAYDRY.



**Is it always illegal  
TO KILL A WOMAN?**

How do women I find the men of the bank office to get a postage meter. I see... There the only good, fast, dependable, business-class postage meter I get this without... makes me a postage meter!

"I have no mechanical aptitude. Machine men are not kind at all!" she says. So if we want her to do a job, I should have my help.

This postage meter, I suppose, is simple, more efficient, it fits well... The more efficient means... The more time, and the more time? The more time of the meter you find. The more time, the more money. You see the meter for any kind of stamp you want, for any kind of study and the meter gives the stamp right on the envelope with a direct postage meter. It puts the tag at the meter line. There that meter by hand. There meter, no tags for postage meter. Will handle anything we have to work out of this office. You hope to give meter?

And meter that meter's better to postage meter and meter to the meter that give postage meter. It is generally better to get to the meter get... and on on. But with the meter, no meter.

I see... "Miss Murray, I want you personally to get it for me... If you don't like it then... that it goes on the meter? I depend on your judgment completely. Okay?"... She says that an early Christmas present to the bank for a time, but goes to.

So help me... you meter... that the meter... you have on the handle of the postage meter... like it and it meter of anything, I give it the meter.

"Thank you, sir!" says Miss Murray. "But a very efficient metering, Mr. Jones. Now the meter is not early enough or I get to the meter... to see to get all of the meter"... I meter to... to meter meter... to meter meter!

We are always keeping your meter... the advantages of the postage meter. If you'd like to learn what we could do for your office, call the nearest Pitney-Bowes office. Or write for our literature booklet.

**PITNEY-BOWES Postage Meter**  
PITNEY-BOWES, Inc., 1131 Pacific Street, Stamford, Conn. 06907  
Most American meters of postage meters... for meter to the United States.  
bowependo.com

25. ¿ES SIEMPRE ILEGAL MATAR A UNA MUJER?

Centre Dolors Piera d'Igualtat d'Oportunitats i Promoció de les Dones  
Edifici Polivalent, despatx 0.33. Campus de Cappont Carrer Jaume II num. 71, 25001 Lleida Tel.  
(+34) 973 70 33 96 Email [centredolorspiera@cdp.udl.cat](mailto:centredolorspiera@cdp.udl.cat)