

Retroalimentación de Guía de trabajo N°6
7mo básico

Nombre Estudiante: _____

Curso y letra: _____ Fecha: _____

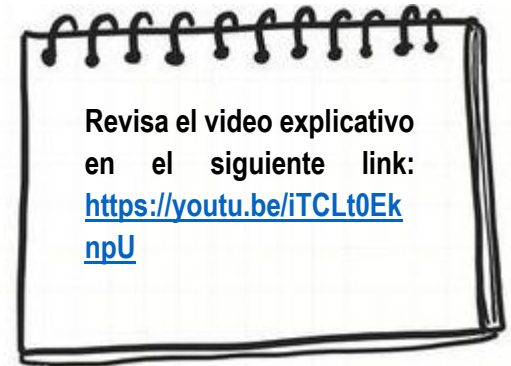
P. total _____ % exigencia 60% P. obtenido _____

Objetivo o Habilidad a desarrollar mediante la actividad propuesta: **analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, interpretando textos e imágenes y los efectos que estos tienen sobre el lector.**

Estimado (a) estudiante: ¡Hola! Espero que estés muy bien. En estos meses hemos ido trabajando diversas actividades de aprendizaje que apuntan a la mejora de tu comprensión lectora.

Hace unas semanas comenzamos a estudiar los medios de comunicación y en esta ocasión, abordaremos cómo actúa la publicidad en estos medios, y cómo se manifiestan los estereotipos.

Lee los siguientes conceptos que te orientarán para el desarrollo de la actividad de comprensión.



Publicidad

Tiene como objetivo ofrecer un servicio o vender un producto, es decir, su propósito comunicativo es convencer o persuadir al receptor para adquirir aquello que se promociona.

El mensaje publicitario recibe el nombre de anuncio y se transmite principalmente por los medios masivos de comunicación. No obstante, también ocupa un lugar importante en la vía pública y en otros espacios comunes. Por ejemplo, en las micros y los colectivos.

Es un texto que articula imágenes y palabras para comunicar un mensaje. Por esta razón, podemos decir que el mensaje de un afiche utiliza simultáneamente dos códigos:

Lee y observa minuciosamente cada uno de los afiches y responde las preguntas que se presentan a continuación.) de las

1
NEVERAS Y LAVADORAS

Rita

2
LAS ZAPATILLAS
VAN CONTIGO SI TÚ

, colores.
sea más



3

NO DEJES QUE LA SEQUEDAD DECIDA LA MANERA EN QUE USAS TU CABELLO.

Gliss repara el daño de forma imbatible, dejando atrás los problemas de tu cabello.

Unidad Técnica Pedagógica

4

¿Su señora le pide el coche?



Cómprele un MICRO-COUPÉ HEINKEL

Recorre **100** kilómetros con **3 litros** de bencina

EL VEHÍCULO QUE USTED PUEDE TENER Y MANTENER

Para cuando la señora tenga que salir de visita, o llevar y traer a los chicos, cómpres un Heinkel... y vaya Ud. tranquilo a jugar su golf.

5



Los ganadores están hechos de



6

HECHO PARA LOS SENDEROS MODERNOS



 Inverness

ROPA / ZAPATOS / ACCESORIOS

Unidad Técnica Pedagógica

¿Qué productos promociona cada uno de los afiches? Responde en la siguiente tabla:

Afiche 1	En este afiche se publicitan electrodomésticos como neveras y lavadoras.
Afiche 2	En este afiche se publicitan zapatillas
Afiche 3	En este afiche se publicita una marca de shampoo
Afiche 4	En este afiche se publicita un auto económico para la mujer
Afiche 5	En este afiche se publicita una marca de lácteos
Afiche 6	En este afiche se publicita una tienda de accesorios, ropa y zapatos

¿Qué característica del producto se destaca en cada afiche?

Afiche 1	Incondicionalidad, pues son productos que no fallan
Afiche 2	Comodidad y estilo
Afiche 3	Otorga suavidad y manejo del cabello
Afiche 4	Economía y fácil manejo
Afiche 5	Alimento nutritivo para campeones
Afiche 6	Estilo y abrigo

Analiza los elementos gráficos y verbales de los afiches. ¿A qué público va dirigido cada uno? Menciona en qué basas tu respuesta.

Afiche 1	Mujer y madre. Se vincula a la mujer con los productos del hogar.
Afiche 2	Jóvenes. Son quienes más utilizan este tipo de calzado.
Afiche 3	Mujeres jóvenes. Se entiende que ellas cuidan de su belleza, en particular, el cabello.
Afiche 4	Marido y dueñas de casa. El afiche interpela al marido para que le compre el vehículo a su mujer.

Unidad Técnica Pedagógica

Afiche 5	Jóvenes y niños en crecimiento. En esta edad se recomienda el consumo de este producto por su calidad nutritiva.
Afiche 6	Adulto joven. Muestra a una pareja con estilo y confianza gracias al uso de estos productos.

¿Qué imagen de la mujer se representa en los afiches 1 y 4? Explica por qué en la actualidad esa visión resulta cuestionable.

	Imagen que se representa de la mujer	Explicación de por qué en la actualidad esta visión es cuestionable
Afiche 1	Se representa a una mujer dueña de casa, que se preocupa por el aseo del hogar y del cuidado de los niños.	Ambos afiches son anacrónicos y sexistas en relación a la imagen que se proyecta de la mujer. En la actualidad esta visión puede ser cuestionable ya que la responsabilidad del hogar y de la crianza de los hijos (as) ya no es vista únicamente como tarea de la mujer.
Afiche 4	También se representa a una mujer dueña de casa y cuidadora de los niños, pero además se manifiesta que es mantenida por su marido, ya que es a él a quien se interpela para hacer la compra del vehículo.	

Revisa el afiche 5 y responde:

- a) La imagen es protagonizada por niños, no por niñas. ¿Qué visión del mundo se quiere construir?, ¿por qué alguien puede estar en desacuerdo con esa visión?

Se presenta una visión sexista del fútbol como propiamente masculino. Puede haber desacuerdos considerando que el fútbol es un deporte que fácilmente puede desarrollarse sin distinción de género.

- b) Explica cómo cambiaría el sentido del afiche si quien tiene la pelota fuera una niña en lugar de un niño.

Si se consideran niñas jugando a la pelota se presentaría una superación de los estereotipos de género y alentaría a las nuevas generaciones a no limitarse ante las actividades que se suelen identificar con lo masculino o femenino, generando una apertura a nuevas opciones.

En qué sentido la publicidad es un tipo de texto que puede hablarnos sobre la sociedad del presente y del pasado?, ¿por qué?

Se espera que los y las estudiantes reflexionen sobre el sentido de la publicidad y su significado en el tiempo. Consideran la evolución de los afiches y cómo estos son representativos de la sociedad en la que fueron o son producidos. Piensan en el propósito del texto y la atención que ponen en generar atracción en el público al que se dirigen.

Estereotipos y prejuicios en la publicidad

El uso de **estereotipos** es un recurso habitual en la publicidad. Los estereotipos corresponden a una imagen o representación simplificada de un grupo de personas con ciertas características en común.

Un aspecto problemático de los estereotipos es que transmiten una visión reducida de la realidad, ya que le otorgan a un conjunto de individuos ciertos rasgos que no necesariamente los caracterizan a todos. Esto sucede porque los estereotipos se basan en **prejuicios**, opiniones previas y generalmente negativas que se tienen acerca de algo que no se conoce bien.

Según el tipo de prejuicio que predomina, es posible reconocer al menos cuatro clases de estereotipos:



Étnico: se asocia con una serie de rasgos positivos o negativos de la apariencia física de una persona. Por ejemplo, según los patrones de belleza occidentales, se considera que las personas rubias, con ojos de color azul o verde son más bellas que las morenas.

Etario: dependiendo de su edad, se les atribuyen ciertas características a las personas. Por ejemplo, los jóvenes son considerados alegres, despreocupados y bellos, mientras que los adultos se les muestra enfocados en su trabajo y preocupados de mantener a su familia.



Unidad Técnica Pedagógica



De género: tiene que ver con los roles que se les asignan a lo femenino y a lo masculino. Por ejemplo, la mujer es vista como la dueña de casa, madre, sensible y siempre bella. En el caso del hombre, aparece en el papel del proveedor, profesional e inteligente.

Económico: se relaciona con el nivel de ingreso económico. Generalmente a las personas de escasos ingresos se les considera incultas y vulnerables y, a las con altos ingresos, como cultas, exitosas y agradecidas.



DOVE® CREE QUE
UNA NARIZ BONITA ES
LA QUE COMBINA
CON TU PERSONALIDAD.
¿ESTÁS DE ACUERDO?

SÍ NO

www.porlabellezareal.com.mx



¿Qué problematiza el afiche anterior?

Se problematiza el estereotipo de belleza, específicamente, la nariz de la modelo que no se “corresponde” por lo que se conoce como un rostro bonito.

¿Qué crítica se hace a la sociedad y sus estereotipos?



Unidad Técnica Pedagógica

Se critica los estereotipos de belleza en las mujeres, pues cuestiona que la apariencia física no se condice con lo que es realmente considerado bello. Por lo anterior se plantea que la verdadera belleza está en la personalidad de cada mujer y no las apariencias.

¿Qué producto se promociona y de qué marca?

Se promocionan los productos de cuidados de la piel de la marca Dove.