

ASIGNATURA	Lengua y Literatura	NIVEL	7º básico
UNIDAD	Nº 16 TEXTOS NO LITERARIOS	OA Nº	OA 20 Comprender, comparar y evaluar textos orales y audiovisuales.
OBJETIVO DE LA GUÍA.	ANÁLISIS DE ESTEREOTIPOS	INDICADORES EVALUACIÓN.	Reconocen estereotipos en avisos publicitarios audiovisuales.

INSTRUCCIONES PARA EL DESARROLLO DE LA GUÍA.	Lee atentamente los conceptos abordados en esta guía. Desarrolla las actividades, siguiendo las instrucciones.
---	---

GUIA Nº 16	FECHA: 02 AL 13 DE NOVIEMBRE	NOMBRE DE LA GUIA	ESTEREOTIPOS EN LA PUBLICIDAD
-------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------------------

Análisis de Estereotipos de Género en Avisos Publicitarios

EN LA GUÍA Nº 13 ABORDAMOS LOS TEXTOS PUBLICITARIOS Y RECORDARÁS QUE UNAS DE LAS ESTRATEGIAS USADAS EN SUS MENSAJES ERA EL USO DE ESTEREOTIPOS. A CONTINUACIÓN, RETOMAREMOS ESE CONCEPTO, CENTRADO EN LOS PREJUICIOS QUE ESTABLECEN LAS DIFERENCIAS ENTRE LOS GÉNEROS (HOMBRE-MUJER) EN NUESTRA SOCIEDAD. PARA ELLO, OBSERVAREMOS AVISOS PUBLICITARIOS AUDIOVISUALES, IDENTIFICANDO ESTEREOTIPOS SEXISTAS.

PERO ANTES... RECORDEMOS

¿QUÉ SON LOS ESTEREOTIPOS?



¿Qué es un estereotipo?

Es una imagen, idea o representación mental simple y rígida que un grupo social tiene de otro. Son opiniones generalizadas y poco racionales. Se basan en ideas preconcebidas que distorsionan la realidad porque seleccionan o hacen énfasis en unos atributos en detrimento de otros; a partir de unos pocos rasgos, nos hacemos una idea de los individuos y establecemos unas expectativas de comportamiento.



Los siguientes son ejemplos de estereotipos:

- “Todos los hombres son machistas”.
- “Lo más importante para toda mujer es ser sexy”.
- “Los hombres no tienen sensibilidad”.
- “Las mujeres son las responsables de las labores del hogar.”

La publicidad utiliza los estereotipos porque le son útiles, y esto es así por un doble motivo:

- Por el poco espacio o tiempo para narrar o emitir un anuncio, lo que le obliga a recurrir a imágenes convencionales que le sean cercanas a la audiencia y las pueda entender fácilmente.
- Como estrategia informativa, los anuncios utilizan más los aspectos emocionales que racionales, lo que hace que por un lado nos impacten de una forma casi inconsciente y a su vez se eviten enfrentamientos entre el mensaje publicitario y la audiencia.

ACTIVIDAD

- Visualiza los 3 avisos publicitarios audiovisuales en los siguientes enlaces:
https://www.youtube.com/watch?v=3CVC-LNx_ps
<https://www.youtube.com/watch?v=pZoAnQsniZ8>
<https://www.youtube.com/watch?v=8QZAXXI3NZY>
- Luego de una observación de los avisos e identificando los estereotipos que se presentan,, completa la siguiente tabla:

	A quién va destinado	Rasgos que se le atribuyen a los hombres y/o mujeres	Por medio de qué elementos se atribuyen estos rasgos
Aviso n°1 Marca: Producto:		Hombres	
		Mujeres	
Aviso n°2 Marca: Producto:		Hombres	
		Mujeres	
Aviso n°3 Marca: Producto:		Hombres	
		Mujeres	

