

LENGUA Y LITERATURA UNIDAD RETROALIMENTACION: GUÍA N°4: CUESTIONANDO LAS IMÁGENES	
Alumno (a):	Curso: 1ero. Medio
Profesor(a): Oriela Tello Romero.	Fecha: Semana 22-26 de marzo 2021

OBJETIVO DE APRENDIZAJE:

OA 21: (8vo. Básico)

Comprender, comparar y evaluar textos orales y audiovisuales, tales como exposiciones, discursos, documentales, noticias, reportajes, etc., considerando:

- su postura personal frente a lo escuchado y argumentos que la sustenten.
- los temas, conceptos o hechos principales.

OA 13: (8vo. Básico)

Expresarse en forma creativa por medio de la escritura de textos de diversos géneros (por ejemplo, cuentos, crónicas, diarios de vida, cartas, poemas, etc.), escogiendo libremente:

- el tema.
- el género.
- el destinatario.

EJE TEMÁTICO: Lectura

HABILIDADES POR MEDIR: Interpretar

INSTRUCCIONES:

- En esta guía de trabajo reflexionarás sobre las imágenes de hombres y mujeres que comunican los medios de comunicación y la publicidad, y expresarás tu opinión sobre los estereotipos presentes en la sociedad.
- Es importante que realices este trabajo a conciencia, pues es parte del proceso de reforzamiento del año anterior.



Algunos anuncios publicitarios representan imágenes de hombres y mujeres que resultan indeseables en la actualidad. Este es el caso de la publicidad sexista: aquella que replica estereotipos de género que fomentan una visión machista y en que la mujer se ve disminuida, utilizada, e incluso, degradada.

Lee la siguiente noticia sobre una iniciativa que tomó Reino Unido en 2019 al respecto:

PARA INICIAR

REINO UNIDO PROHIBIRÁ LOS ANUNCIOS SEXISTAS

Este tipo de publicidad está prohibida en Reino Unido. ▼



La Autoridad de Normas publicitarias de Reino Unido prohibió los anuncios publicitarios que muestren a hombres y mujeres en situaciones estereotipadas. Esta norma entrará en vigor en junio del año 2019. Eliminando los anuncios sexistas se pretende evitar posibles problemas educativos y psicológicos. El propio público podrá denunciar cualquier anuncio que considere que no cumple con las normas establecidas.

Los anuncios ya no podrán mostrar a hombres que no sepan poner un pañal o a mujeres que no puedan realizar una labor de carpintería. Además, se prohibirán los mensajes publicitarios que sugieran que debes modificar tu cuerpo para conquistar a tu pareja. También se pretende eliminar aquellos spots publicitarios donde se menosprecie a los hombres que realizan labores calificadas como «femeninas». El propósito es hacer ver que no existe contraste entre hombres y mujeres.

En El Ibérico en línea. (Fragmento)

1. ¿Por qué el Reino Unido decidió tomar la medida que se informa en la noticia?
2. ¿Qué clase de problemas educativos o psicológicos piensas que genera la publicidad sexista?
3. ¿Por qué una publicidad como la que acompaña a la noticia estaría prohibida en el Reino Unido?
4. ¿Piensas que una medida como esta podría aplicarse en Chile?, ¿por qué?

A CONTINUACIÓN, VERÁS LA CHARLA «REVELANDO ESTEREOTIPOS QUE NO NOS REPRESENTAN», DE LA ARTISTA VISUAL Y FOTÓGRAFA ESPAÑOLA YOLANDA DOMÍNGUEZ. PARA GUIAR TU TRABAJO, SIGUE ESTOS CONSEJOS:

Antes de ver	Mientras ves	Después de ver
<p>La charla plantea si acaso podemos superar los estereotipos ocultos en las imágenes que creamos y consumimos cada día.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es tu respuesta a este cuestionamiento? • ¿Qué esperas escuchar en esta charla? 	<p>Observa y escucha atentamente la charla. Luego, vuelve a revisarla, pero ahora toma apuntes sobre las ideas que plantea la emisora y las reflexiones que te sugieren sus palabras y las imágenes que muestra.</p>	<p>Antes de responder las preguntas que se presentan sobre la charla, piensa en lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el tema de la charla? • ¿Qué punto de vista tiene la emisora y en qué argumentos lo sostiene?

Reproduce la charla «Revelando estereotipos que no nos representan», disponible en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI>



ACTIVIDAD

1. Yolanda Domínguez comienza su charla mostrando la imagen que se envió en una sonda al espacio en 1972. Al respecto, responde:

- a) ¿Por qué afirma que esta imagen se trata de un mensaje equivocado?
- b) ¿Con qué intención crees que inicia la charla con este recurso? Explica.



2. ¿A qué se refiere Domínguez al señalar que las imágenes que transmiten los medios no son las de la realidad?

3. Yolanda Domínguez muestra diferentes fotografías provenientes de los medios de comunicación que representan a hombres y mujeres (recuérdalas al ver las imágenes del costado).

- a) ¿Corresponden a las imágenes que ves en los medios?, ¿por qué?



4. ¿Estás de acuerdo con que los medios de comunicación representan de manera muy distinta a hombres y mujeres? Argumenta.

5. Domínguez realizó una intervención en la que distintas mujeres imitaban en lugares públicos diferentes poses de algunas campañas publicitarias. ¿Con qué intención crees que realizó este ejercicio?, ¿qué resultados obtuvo?

6. ¿Crees que este mismo experimento, pero realizado con hombres, tendría los mismos resultados?, ¿por qué?

7. Yolanda Domínguez señala que las imágenes afectan a las personas. ¿A qué se refiere con esta afirmación?

8. ¿Estás de acuerdo con lo que plantea Yolanda Domínguez sobre la libertad de expresión? Argumenta.

9. ¿Qué visión acerca de la publicidad tiene Yolanda Domínguez? ¿Qué podría argumentar una persona que esté en desacuerdo con ella?

10. ¿Qué busca lograr Yolanda Domínguez con su proyecto del vestido negro? ¿En qué sentido ese proyecto apoya sus ideas sobre los mensajes de la publicidad?



PRODUCCION



11. Te invitamos a escribir un texto en el que expreses tu reflexión y punto de vista sobre una de estas dos preguntas:

¿Cuáles son los desafíos de la publicidad para el presente y el futuro?

¿Es la publicidad un medio que manipula a las personas?

12. Escribe en tu cuaderno la respuesta que le darías a la pregunta del tema que escogiste. Hazlo a partir de tus conocimientos e ideas. Desarrolla argumentos y ejemplos que permitan sostener lo que planteas.

13. Consulta distintas fuentes que te permitan ampliar tus conocimientos y perspectivas sobre el tema. Anota las ideas que te sirvan para responder la pregunta que elegiste.

CLAVES PARA ESCRIBIR

Procura escribir correctamente los participios. El participio es una forma verbal no personal, es decir, que no tiene persona ni número y suele indicar el resultado de la acción: comer > comido.

En su forma regular, terminan en -ado o en -ido: bailar > bailado, temer > temido. Sin embargo, hay participios que no se forman con la regla general mencionada: son los llamados participios irregulares. Algunos ejemplos son: escribir > escrito (no escribido), ver > visto (no veído), hacer > hecho (no hacido), entre otros

14. Redacta tu respuesta modificando de tu primera versión lo que sea necesario, e incorpora por lo menos tres citas que respalden tu punto de vista.



SINTETIZA Y EVALÚA

Reflexiona y responde las preguntas a partir de lo trabajado en esta ficha.

- Luego de trabajar esta guía, ¿piensas que cambió tu forma de entender los mensajes publicitarios?, ¿por qué?
- ¿Qué desafíos te presentó el trabajo de esta guía? Menciona uno asociado a las siguientes actividades:

Comprender un texto audiovisual.

Reflexionar sobre los mensajes de la publicidad.

Escribir para expresar tus ideas y puntos de vista.