

LENGUA Y LITERATURA	
UNIDAD RETROALIMENTACION:	
GUÍA N°5: IMÁGENES Y PALABRAS	
Alumno (a):	Curso: 8vo. Básico
Profesor(a): Oriela Tello Romero.	Fecha: Semana 29 de marzo -2 de abril 2021

OBJETIVO DE APRENDIZAJE:

OA 09 (7°Básico)

Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando: Los propósitos explícitos e implícitos del texto. Una distinción entre los hechos y las opiniones expresadas. Presencia de estereotipos y prejuicios. El análisis e interpretación de imágenes, gráficos, tablas, mapas o diagramas, y su relación con el texto en el que están insertos. Los efectos que puede tener la información divulgada en los hombres o las mujeres aludidos en el texto.

OA 12: (7°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: Analizar y evaluar

INSTRUCCIONES:

- En esta guía de trabajo analizarás los recursos empleados por la publicidad para lograr sus objetivos.
- Es importante que realices este trabajo a conciencia, pues es parte del proceso de reforzamiento del año anterior.



OBSERVA LA SIGUIENTE IMAGEN Y RESPONDE LAS PREGUNTAS A CONTINUACIÓN.



1. ¿Qué ideas asociadas al género femenino y masculino pueden desprenderse de esta escena? Menciona dos en cada caso.

MASCULINO	
FEMENINO	

2. Si esta imagen fuera parte de una campaña publicitaria, ¿qué producto crees que promocionaría?
3. ¿Estarías de acuerdo con usar esta imagen en una campaña publicitaria? Justifica.

Para lograr su efecto, el mensaje publicitario debe captar la atención de los posibles consumidores e incentivarlos a comprar los productos que se presentan. Para lograr este objetivo, la publicidad utiliza diferentes recursos que son parte de su lenguaje:



LECTURA MODELADA

Eslogan

Frase corta, de fácil memorización, que busca persuadir al receptor sobre aquello que se ofrece.

Uso de la imagen

Una buena imagen permite captar la atención del receptor, a la vez que destaca una cualidad de lo que se promociona. En este caso, la modelo representa la belleza que transmitirá quien ocupe la nueva colección de vestuario.



Presentación del producto o de la idea

El producto se presenta en directa relación con la imagen que capta la atención del receptor. En este caso, el producto es parte integral de la imagen y el receptor solo lo identifica luego de leer el eslogan.

2

ACTIVIDADES



1. Lee y analiza los siguientes afiches aplicando lo revisado en la **Lectura modelada**.

LECTURA AUTÓNOMA





AFICHE	1	2	3	4	5
¿Qué producto promociona el afiche?					
¿Qué característica del producto se destaca en el afiche?					

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

CLAVES PARA APRENDER

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.

3. Según el tipo de prejuicio que predomina, es posible reconocer al menos cuatro clases de estereotipos. Observa y relaciona los que se pueden reconocer en los afiches anteriores:



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.



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 agraciadas.



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 a los adultos se les muestra enfocados en su trabajo y preocupados de mantener a su familia.

4. ¿Qué imagen de la mujer se representa en los afiches 3 y 5? Explica por qué en la actualidad esa visión resulta cuestionable.
5. La agencia de publicidad que creó, en la década de 1940, los afiches 3 y 5 quiere actualizar la forma de promover esos productos. Te llaman y te preguntan cómo pueden hacerlo. ¿Qué ideas les darías? Desarrolla dos.
6. Revisa el afiche 1 y responde las siguientes preguntas.
 - 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?
 - b) Explica cómo cambiaría el sentido del afiche si quien tiene la pelota fuera una niña en lugar de un niño.
7. Caracteriza a los protagonistas de los afiches 2 y 4: ¿crees que adquirir cierta marca de shampoo o de ropa te hace similar a quien lo promociona?, ¿por qué?
8. Vuelve a analizar los afiches. ¿Qué otros prejuicios puedes reconocer?
9. Imagina que un extraterrestre realiza un estudio sobre los seres humanos y la única fuente que tiene son los afiches trabajados anteriormente. Piensa y toma apuntes de tus ideas en tu cuaderno:
 - ✧ ¿Qué estilo de vida creará que llevamos?, ¿qué definición de hombre y mujer piensas que hará?
 - ✧ ¿Es esa la imagen de hombre y de mujer que quieres para la sociedad? Fundamenta.

Escribe tu respuesta a la última pregunta mediante un texto argumentativo. Para ello, considera:

- ✧ Un párrafo en el que plantees tu respuesta a la pregunta si acaso la imagen de hombres y mujeres presentada por los afiches leídos es la que quieres para nuestra sociedad.
- ✧ Dos párrafos en los que desarrolles al menos dos argumentos que apoyen tu respuesta.
- ✧ Un párrafo de conclusión acerca de cómo podemos cambiar la visión de sociedad que transmite parte de la publicidad actual.

Indicador de revisión	¿Cómo revisar?	¿Cómo corregir?
El texto presenta claramente la respuesta a la pregunta planteada.	Revisa el primer párrafo y subraya el enunciado que presenta tu respuesta.	Redacta un enunciado en que se identifique con claridad tu respuesta.
El texto desarrolla dos argumentos para sostener el punto de vista.	Revisa el cuerpo del texto y destaca los argumentos que sostienen tu respuesta.	Piensa qué ideas fundamentan tu respuesta e inclúyelas.
El texto propone una medida para cambiar la visión de sociedad que transmite la publicidad.	Revisa la conclusión del texto y marca tu propuesta de cambio.	Explica en qué consiste tu propuesta para que quede más clara para el lector.



SINTETIZA Y EVALÚA

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

- ¿Por qué es importante leer críticamente los mensajes publicitarios? Fundamenta.
- Luego de trabajar esta ficha, ¿piensas que cambió tu forma de entender los mensajes publicitarios?, ¿por qué?