



COLEGIO PABLO GARRIDO VARGAS
Formando líderes sin distinción

GUÍA DE APRENDIZAJE
“LENGUA Y LITERATURA”

NOMBRE:		FECHA: Semana 22 31-4 septiembre 2020.	CURSO: Séptimo Año Básico.
OA 12 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.	Unidad 7	Habilidades a desarrollar:	Expresar Crear escoger
	Medios de Comunicación		
Objetivo de clase: <ul style="list-style-type: none">• Crear un afiche publicitario			
Indicadores <ul style="list-style-type: none">• Escriben al menos una vez a la semana con el propósito de comunicar algo que les pasó.• Escriben cuentos.• Expresan libremente, a través de la escritura, sus preocupaciones, sentimientos, acontecimientos de sus vidas, etc.• Escriben textos para transformar o continuar una historia leída con anterioridad.			
Instrucciones de la Actividad: <ul style="list-style-type: none">• Resolver actividades propuestos por el profesor en esta guía. Apóyate en tu texto pág. para alumnos con texto• En una página de Word escribir el desarrollo de esta guía y enviársela al correo de la profesora.• Tienes hasta el viernes 4 Septiembre para desarrollar tú guía.• No olvides que cualquier consulta se debe hacer al correo.• Utiliza el video de apoyo que se presenta a continuación.			
Sitio web recomendado: https://www.youtube.com/watch?v=NvpePC9Djvc https://prezi.com/g7oqkewjpvzs/diferencias-entre-afiche-publicitario-y-propagandistico/			
Docente: Patricia Silva M.	Correo: patricia.silva@colegio-pablogarrido.cl	Horario de Consultas: 8:30 a 17:00 horas.	

Estimados alumnos, en esta clase crearás un afiche, incorporando las nociones de publicidad, estereotipo y prejuicio, aprendidos en la sesión anterior.

Para cumplir con este propósito trabajarás con la página de tu libro de lenguaje 157-160 para aquellos alumnos que tienen su texto

De acuerdo a lo trabajado en la clase anterior:

¿Recuerdas qué es un estereotipo y los prejuicios que estos contienen?

¿Cómo se producen y se reproducen?

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.

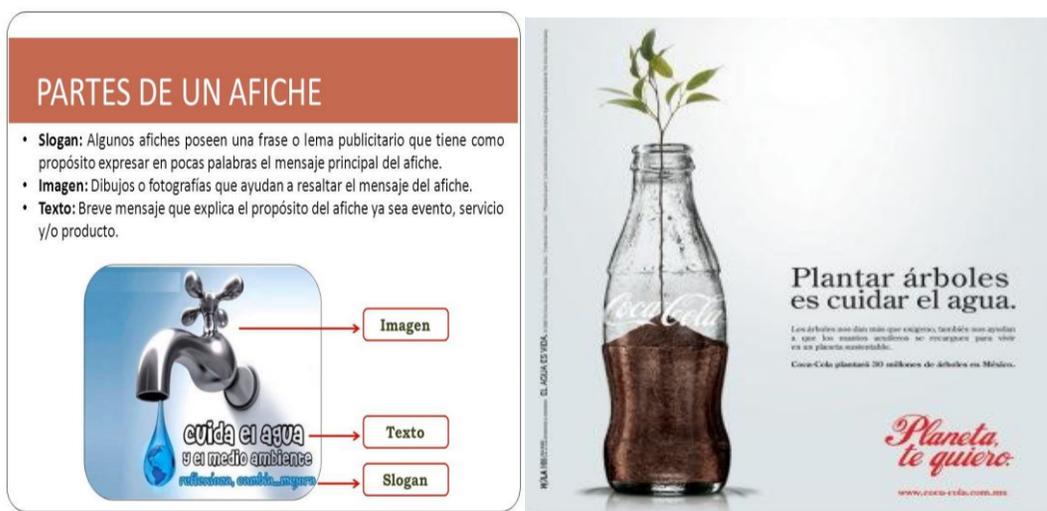
Según el tipo de prejuicio que predomina, es posible reconocer al menos cuatro clases de estereotipos:

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

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



Recuerda: El afiche propagandístico corresponde al texto argumentativo, pues busca convencer al receptor de algo. El afiche publicitario busca convencer al receptor exclusivamente de que consuma un producto, mientras que el afiche propagandístico busca promover en el receptor una noción o ideal que beneficie el bien común.

1. Responde las siguientes preguntas:

- ¿Quién lo emite?
- ¿Cuál es su propósito?
- ¿A quién está dirigido?
- ¿Observas algún estereotipo? ¿Cuál?

2-Crea un afiche que promocioe algún producto inventado por ti, que cuestione los estereotipos de género, étnico, etario y/o social que comúnmente se observan en la publicidad. Para ello, organiza la información respondiendo las siguientes preguntas:

- a. ¿Qué producto se promocionará? ¿Cuál será la marca?
- b. ¿A quién estará dirigido?
- c. ¿Qué estereotipo será cuestionado en tu publicidad? ¿Cómo?

Recuerda que, para crear tu afiche debes considerar:

Planifica y diseña tu afiche en tu cuaderno, a través de un boceto. Apóyate en las siguientes preguntas:

- ¿Qué elemento quiero destacar?
- ¿Qué texto(s) incluiré? (slogan, información).
- ¿Cuál será la marca y el logo de esta marca?
- ¿Qué colores predominarán en el afiche?

Manos a la obra, creación

TICKET DE SALIDA

Nombre

Realiza la actividad según lo visto en clases:

- 1.- ¿Qué es un afiche?
- 2.- ¿Dónde has visto uno?
- 3.- ¿Cuál es su propósito?
- 4.- nombra sus partes
- 5.- ¿Cuántos tipos de afiche conoces?
- 6.- ¿Qué diferencia hay entre afiche publicitario y afiche propagandístico?

Autoevaluación	Criterio	
	Sí	No
Logre comprender que es un afiche		
Identifico su propósito		
Identifico su estructura		
Comprendí que es un afiche publicitario		
Comprendí que es un afiche propagandístico		
Logre reconocer la diferencia entre un afiche y otro.		

Solucionario semana 21

El estudiante activa sus conocimientos sobre el concepto de publicidad.

1. El estudiante activa sus conocimientos sobre el propósito de los afiches.

2. Respuestas:

- a. Los emisores son marcas publicitarias, también fundaciones.
- b. El propósito es vender un producto o cambiar la opinión sobre algún tema.
- c. El destinatario son las personas que pueden adquirir esos productos o que realizan las acciones que se busca modificar o potenciar.

3. Respuestas:

- a. El estudiante apela a su propia forma de apreciar la publicidad. En su respuesta puede señalar que se fija en las imágenes, el tipo de persona que aparece en los afiches, etc.
- b. El primero es un afiche antiguo, por el tipo de ilustración y la vestimenta de la mujer. El 2 y el 3 son actuales, porque uno corresponde a un tipo de zapatilla urbana actual; y el 3, a una marca de shampoo que muestra a una mujer que viste de forma contemporánea.
- c. Promociona artículos electrodomésticos: neveras y lavadoras. Asocia los productos del hogar como productos para mujeres.
- d. Porque plantea el estereotipo de que las mujeres son las que se encargan del aseo del hogar, por lo que una buena lavadora ayudará en su labor.
- e. El estudiante reflexiona sobre los estereotipos de género. Respuesta abierta.
- f. La necesidad de calzado cómodo y una solución a la sequedad del pelo.

4-

	Afiche 1	2	3	4	5	6
¿Qué producto promociona?	Lavadora	Zapatillas	Shampoo	Auto	Leche	Ropa, zapatos
¿Qué característica sobre el producto se destaca?	Incondicionalidad, no falla	Comodidad y estilo	Otorga suavidad y manejo del cabello	Economía y fácil manejo	Alimento nutritivo para campeonas	Estilo y abrigo

Los estudiantes analizan los elementos gráficos y verbales, identificando el público a quien va dirigido. Electrodomésticos: mujer, madre; zapatillas: jóvenes; shampoo: mujeres jóvenes; auto: marido y dueñas de casa; ropa de abrigo: jóvenes.

3. Los estudiantes cuestionan el mensaje que se transmite sobre la mujer en los afiches 1 y 4, pensando en la visión anacrónica y sexista de sus contenidos. Se perfila una mujer dueña de casa, encargada del aseo y el cuidado de los niños.

4. Respuesta abierta: los estudiantes pueden proponer una actualización en los afiches, mediante la inclusión de figuras masculinas en roles domésticos. También podrían considerar la incorporación de un piloto de Fórmula 1 en la promoción de un automóvil.

5. Los estudiantes discuten sobre la visión sexista del fútbol como una actividad propiamente masculina. Si se consideraran 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.

6. Los estudiantes analizan a los personajes que promocionan los productos de shampoo y ropa.

Proponen una interpretación de la estética que representan y del estereotipo que perpetúan, induciendo al receptor a querer ser como ellos. Consideran la importancia de distinguir el contenido implícito de este mensaje para no ser consumidores ingenuos que se dejan engañar por la apariencia, etc.

5- Reflexión:

respuesta subjetiva Los estudiantes establecen las razones para tomar una postura crítica frente a los estereotipos impuestos por la publicidad. Reflexionan sobre la diversidad en todos sus ámbitos (de género, social, económico, etc.) y cómo el valorar la diferencia enriquece las visiones de mundo. Se espera que los estudiantes reflexionen sobre el sentido de la publicidad y su significado.

6- Los estudiantes analizan nuevamente los afiches, incorporando la información sobre estereotipos. Podrían mencionar que aparecen prejuicios sobre el comportamiento femenino y el masculino, una imagen preformada y deformada de las capacidades, intereses y perfiles según el género.