



LENGUA Y LITERATURA 1º MEDIOS

OBJETIVO 0A19

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.

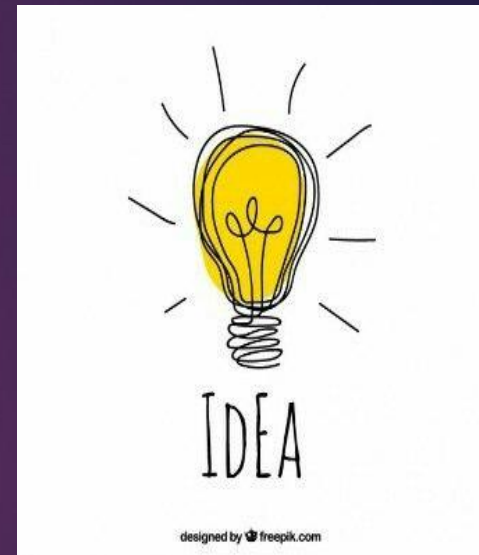
LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN



LA PROPAGANDA

Al igual que la publicidad, también es un sistema de comunicación que emplea técnicas y métodos para persuadir a su receptor, pero se diferencia por su **contenido ideológico**.

Objetivo: Intenta conseguir del receptor la **adhesión** (aceptación) o **rechazo** a una determinada ideología o pensamientos.





La familia más grande de la V Región®

COLECTA *Anual* 14 AGOSTO

Ayude a mantener los 6 Refugios y 2 Liceos Técnicos para niños y jóvenes en riesgo social de la V Región.

Colabore
a través de nuestros
voluntarios identificados con
pecheras institucionales

Deposite
su aporte en



Cuenta 0-074-0112335-5
BANCO SANTANDER



Cuenta 101-27460-02
BANCO DE CHILE

FUNDACIÓN REFUGIO DE CRISTO
RUT: 70.015.560-9



UNA OBRA DEL PADRE RENÉ PIENOVÍ
www.refugiodecristo.cl



"Ley Emilia" · VIGENTE



No te arriesgues:

SI TOMAS NO MANEJES



Recuerda:

Cuídate a ti y a tu familia



Gobierno
de Chile

gob.cl

i Encuentra más información en:
www.mtt.gob.cl

FUMAR NO ES UN JUEGO



**NO VENDO CIGARRILLOS
A MENORES DE EDAD**

**Toma
Toma
Toma
CONCIENCIA**



Ministerio del Poder Judicial
de Chile



Los Amigos del Ejército



¿Te parece gracioso?
Paremos el cambio climático



PLEBISCITO CONSTITUCIONAL 2020



LA PUBLICIDAD

- 1- Es un sistema de comunicación que tiene por finalidad persuadir al receptor para que las personas adquieran un determinado producto o servicio.
2. Es una actividad propia de la economía.
3. Es un conjunto de métodos y técnicas que permiten la comunicación entre el anunciante y su receptor.

Finalidad

1. Informar
2. Persuadir
3. Incitar el consumo







D A R K

NETFLIX

Rappi

Lider



ESTEREOTIPOS

- ▶ Los estereotipos publicitarios son ideas simplificadas y estáticas de la realidad que son aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad y son fácilmente identificables.

Existen 4 Tipos:

1. SOCIALES
2. ÉTNICOS
3. SEXISTAS
4. ETARIOS



► 1. Sociales

A) Son **creencias positivas o negativas** sobre las características de un grupo social.

B) Son impresiones que la gente se forma sobre determinado grupo, **al asociar características y emociones** particulares con grupos específicos



2. Étnicos:

A) Son **generalizaciones** referentes a determinado atributo de un grupo étnico que puede ser considerada como injustificada por parte de un observador objetivo.

B) Un estereotipo étnico está en función de una **opinión generalizada** sobre los rasgos atribuidos a una determinada etnia.



3. Sexistas:

A. Se adjudica mayor jerarquía y valor a un sexo que a otro.

B. Por lo general tienden a desvalorizar a niñas y mujeres y a sobrevalorar a niños y hombres, sin que exista una razón para ello.

El estereotipo "mujer": emotiva, amable, sensible, dependiente, poco interesadas en la técnica, cuidadosas de su aspecto, naturalmente solícitas.

Los hombres, por el contrario, agresivo, independiente, orientado al mundo y a la técnica, competitivo, seguro de sí mismo, objetivo, poco emotivo



4. Etarios:

Clasifican a las personas según su edad y el supuesto comportamiento ante distintas situaciones.

“Eres muy pequeño para opinar sobre política”

“Eres muy viejo para hacer esto”



Estereotipos de género

- ▶ Los **estereotipos de género** son el conjunto de ideas preconcebidas utilizadas para explicar el comportamiento de hombres y mujeres, generadas en torno a la idea de cómo deben comportarse y los papeles que deben desempeñar en el trabajo, la familia, el espacio público además de cómo deben relacionarse entre sí.



ESTACION BAQUEDANO



Así de frágil es
la masculinidad

MEJOR REMOCIÓN de manchas en 1 LAVADO*



Contraestereotipo

- ▶ Construcción opuesta al estereotipo, es decir, plantea las relaciones e imágenes de las **personas o grupos con una gama de posibilidades diversas**, que pueden evolucionar y mejorar.
- ▶ Considera las diferencias y particularidades humanas y las posibilidad del cambio de roles y conductas sociales.

