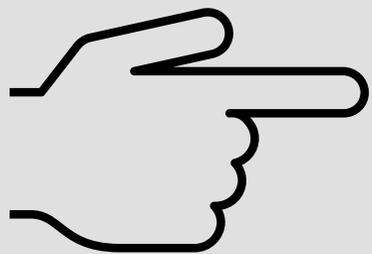
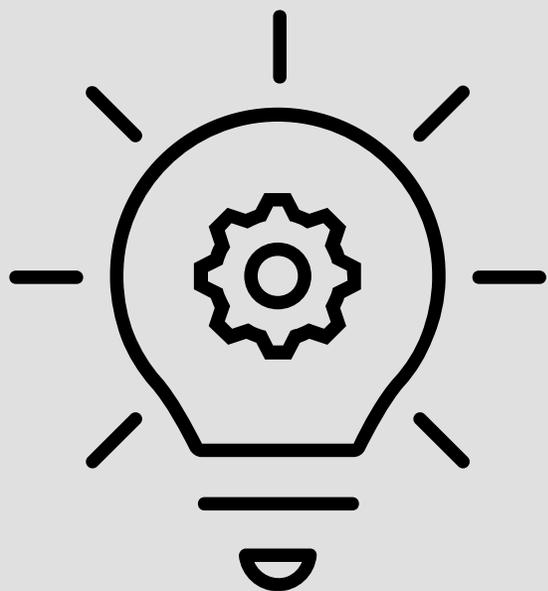


Objetivo: reconocer la argumentación
en la propaganda.

Clase n°6

II Nivel Medio

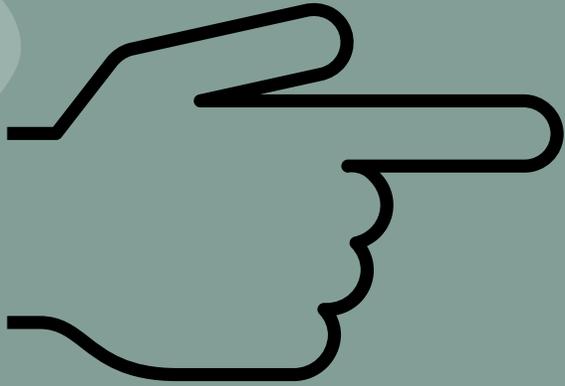


Activación de conocimientos previos

Recordemos...

¿Qué sostengo?	TESIS	Opinión o punto de vista enunciado como afirmación propuesta no necesariamente verdadera que busca una aceptación general
¿Por qué?	BASE	Argumento que sirve de sustento a la posibilidad de la tesis. Responde a la pregunta ¿por qué?
¿Qué aseguro?	GARANTÍA	Idea general no controvertible que fundamenta el vínculo entre la tesis y la base
¿Cómo lo corroboro?	RESPALDO	Un principio o dato documentado entendido como muy aceptable o fácilmente aceptable. Sirve como prueba para los argumentos dados. Pueden ser datos estadísticos, citas de autoridades en la materia, ejemplos, casos, etc.

Recordemos...



Argumentos emotivo-afectivos

Son razonamientos que buscan lograr la adhesión al punto de vista por medio de influir en los sentimientos del lector para, de este modo, cambiar su percepción del problema.



“Si vas a beber y conducir, piensa en tus seres queridos”.

Punto de vista implícito: no debes beber y conducir.

El argumento apunta al daño que podría causar un accidente de tránsito a las personas que más quiere el destinatario. De esta manera, se intenta convencerlo de no beber y conducir a partir de la apelación directa a las emociones.

Argumentos lógico-racionales

Son razonamientos que buscan lograr la adhesión por medio de convencer racionalmente al lector, evidenciando las consecuencias lógicas de un determinado punto de vista.



“La realidad es que escuchar juicios de valor acerca de nuestro cuerpo por parte de desconocidos, vulnera nuestra libertad y tranquilidad, nos cosifica, pues nos convertimos para estos sujetos en objetos de carne en la que ellos refuerzan su virilidad y su posición jerárquica en la estructura de género”.

Punto de vista: escuchar juicios de valor acerca de nuestro cuerpo vulnera nuestra libertad.

Argumento: pues nos convierte en objetos de carne.

Modos de razonamiento argumentativo

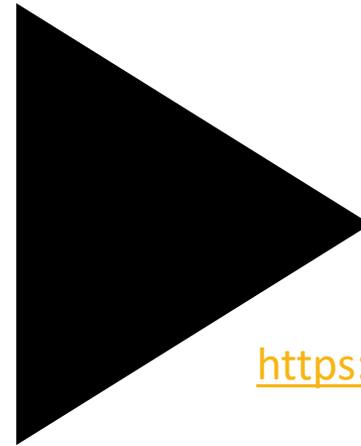
Argumentos lógico-rationales	
Tipo de argumento	Ejemplo
Razonamiento por analogía: Se establece una semejanza entre dos conceptos y lo que es válido para uno se asume válido para el otro.	“Tal como se hizo en España, se debería potenciar el fútbol joven”.
Razonamiento por causa: Se establece una relación causal entre dos hechos para fundamentar un punto de vista.	“La madre de Matilde fumó durante su embarazo, por eso Matilde es una niña débil y con bajo peso”.
Razonamiento por signos: Se emplean indicios para establecer la existencia de un fenómeno.	“Este individuo presenta malestar general, congestión nasal y 39º de fiebre. Puede tener influenza”.

Uso de criterio de autoridad: Se alude a la opinión de expertos en un tema para sustentar un punto de vista.

“Como señala el último informe de la OCDE, Chile es un país que invierte muy poco en ciencia”.

Actividad de inicio:

Actualmente, los medios de comunicación han adquirido una gran importancia en nuestra sociedad. A diario nos vemos rodeados por mensajes que buscan, de una u otra manera, influir en nuestras decisiones. Según la intención comunicativa del mensaje, podemos distinguir entre la publicidad y la propaganda.



<https://youtu.be/G-1bplfZyIQ>

- A partir del video , ¿cuál crees que es el objetivo de la Fundación América Solidaria?
- ¿De qué crees que se trata el voluntariado? Fundamenta.



Veamos el siguiente video

- <https://youtu.be/LYu9Muywkbs>

1. Según el video, ¿por qué se produce la desnutrición? ¿En qué países se quiere trabajar esa problemática?
2. Expliquen brevemente en qué consiste la ayuda de la Fundación América Solidaria para evitar la desnutrición.
3. ¿Qué opinan acerca de la labor de la Fundación América Solidaria?
4. ¿Creen que el sonido y las imágenes son relevantes para la información que quiere transmitir la Fundación?, ¿de qué manera aportan a la información? Fundamenten.
5. ¿Qué pasaría si el video fuera representado por personas y no por una animación? ¿Habría cambiado el efecto que busca conseguir? Justifiquen.

Publicidad y propaganda

La publicidad intenta convencer a las personas de adquirir un determinado producto o servicio.

La propaganda se caracteriza por su finalidad social, ya que tiene como propósito influir en el destinatario para que adhiera a una determinada causa (social, política o religiosa).

Los mensajes publicitarios y propagandísticos tienen un gran impacto en la población, pues se valen de diversos medios (televisión, Internet, afiches, radio y otros) para llegar a sus destinatarios. Por eso, estamos rodeados de una gran cantidad de publicidad y propaganda en la vida cotidiana.

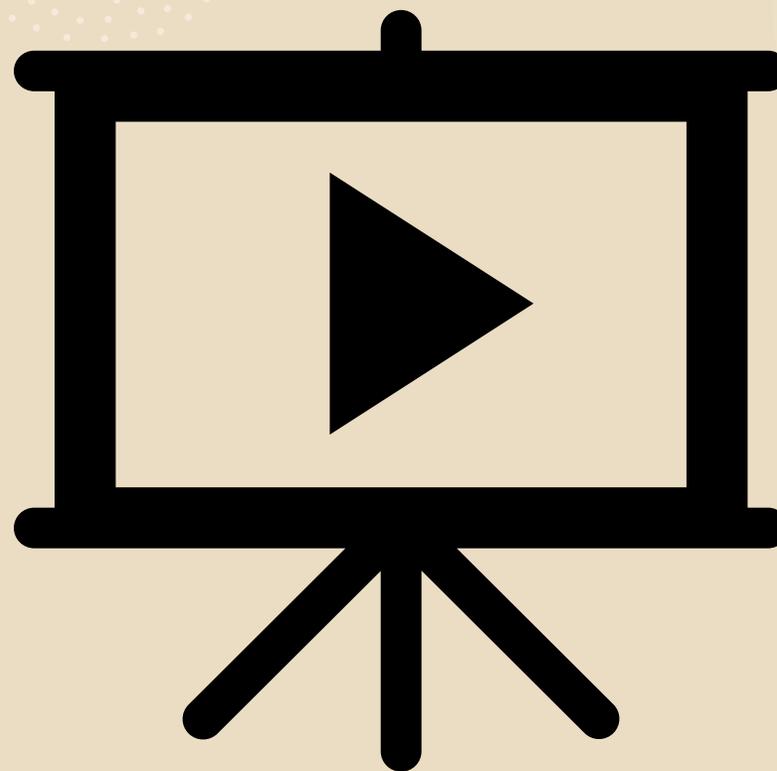
Veamos los
siguientes
ejemplos.

<https://youtu.be/ygKLJKola4E>

<https://youtu.be/NPiCtM8cq9o>

https://youtu.be/LWuBhSZ_Bnk

https://youtu.be/_DnaELNcgVA



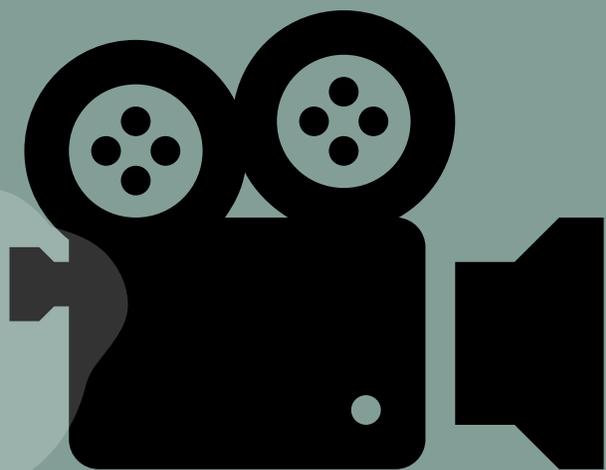
Medios de comunicación de masas y estereotipos de género

Los estereotipos son imágenes o creencias generalmente aceptadas por la sociedad. A través de ellos, se categoriza a los individuos por su etnia, edad, género, nacionalidad, entre otros aspectos.

Los estereotipos de género, en tanto, son construcciones culturales que promueven una visión determinada sobre el rol de las mujeres y los hombres en la sociedad.

Estas ideas definen cómo deben actuar las personas según su sexo, qué tareas les corresponden, cuáles son sus habilidades y en qué ámbitos se desempeñan mejor.

Los medios de comunicación masiva suelen reproducir estereotipos de género que mantienen a la mujer en una posición de desigualdad, destinándola a roles de objeto o dueña de casa. Los hombres, en tanto, se asocian habitualmente al vigor y al éxito, por lo que se los encuentra presentes de manera recurrente en asuntos de negocios, deportes, entre otros.



• <https://youtu.be/NwbZ8ZW9IkM>



Los estereotipos de género están muy arraigados en nuestras prácticas cotidianas, afectando también la manera en la que nos educamos.

Para promover la equidad de género en los establecimientos, el Ministerio de Educación y Comunidad Mujer lanzaron la campaña *Eduquemos con igualdad*, en donde, a través de un video, se muestran las diferencias que la sociedad impone en cada etapa de nuestras vidas.

Actividad.



En parejas, observen el siguiente afiche y respondan las preguntas.

1. ¿Qué producto o servicio se promociona?
2. ¿A qué desafío se refiere el afiche?
3. ¿Qué visión de la mujer se transmite en el afiche?
4. ¿Qué cambios harían al afiche para que la publicidad no reproduzca estereotipos de género?



Durante
la Lectura

- 1 ¿Qué emociones te transmiten los colores del afiche?
- 2 ¿Para qué se usa una tipografía manuscrita?, ¿qué busca transmitir?

CAMPAÑA DE PATERNIDAD MENCARE URUGUAY

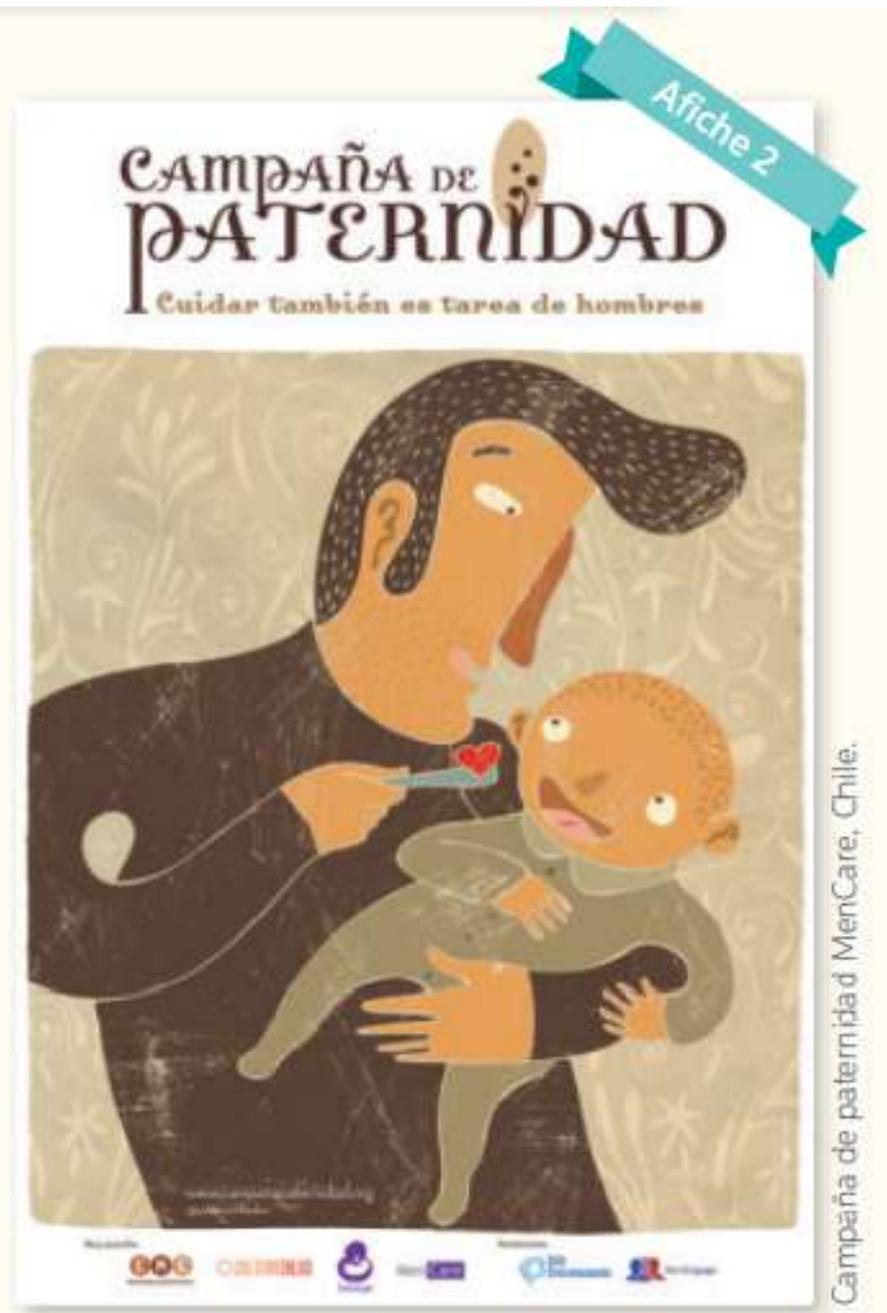
vos sos mi



¡papá!

¿Sabías que tu compromiso afectivo como papá impacta positivamente en el desarrollo emocional de tu hijo/a?

- 3 ¿En qué lugares podrían colocarse ambos afiches?, ¿por qué?
- 4 En el afiche 2: ¿qué contiene la cuchara?, ¿qué simboliza ese elemento? Justifica.



Afiche 8

EN JUEGOS Y JUGUETES

BUSCA LAS DIFERENCIAS



Y EVÍTALAS.

No regales juguetes sexistas que condicionen
la conducta y forma de pensar de las niñas y niños.
CON LA IGUALDAD NO SE JUEGA.



Consejo de
Igualdad y Empleo

JUNTA DE EXTREMADURA

- 12 ¿Qué frase crearías para evitar los estereotipos de género en los juguetes?
- 13 ¿A qué juego hace alusión el afiche 8?

Actividades para realizar en casa y reforzar.

1. Lea el texto de la página 14 y luego responda las preguntas de la página 15.
2. Lea el texto de la página 17 a la 19 y responda las preguntas de las páginas 20 y 21

