

Estereotipos y prejuicios en la publicidad de los medios de comunicación

Nombre: _____ Fecha: _____ Paralelo: _____

PARTE 1 — Completa las definiciones

- Elige la palabra correcta de los recuadros de color y escríbela en el espacio correspondiente.

PUBLICIDAD

persuasiva

comportamiento

eslogan

receptor

La publicidad es una comunicación _____ que busca influir en el _____ de su receptor para que adquiera un producto o servicio.

Utiliza imagen, texto y _____ para comunicar su mensaje al _____ de manera atractiva y memorable.

ESTEREOTIPO

simplificada

grupo

generalizada

socialmente

Un estereotipo es una imagen _____ y _____ sobre un determinado _____ de personas que se transmite _____ sin reflexión crítica.

DISCRIMINACIÓN

desigual

prejuicio

estereotipos

excluye

La discriminación es el trato _____ e injusto hacia una persona o grupo.

Nace del _____ y los _____ que reproducimos sin cuestionar.

La discriminación _____ a quienes no encajan en el "molde".

PARTE 2 — Relaciona: escribe o arrastra el tipo de estereotipo en el espacio en blanco

- Lee cada eslogan. Coloca el tipo de estereotipo o prejuicio que corresponde en el espacio de la derecha.

N.	Eslogan / Mensaje publicitario	Respuesta
1	"Solo las mamás saben cómo dejar la ropa perfecta."	
2	"Aclara tu piel y luce más bella cada día."	
3	"¿Tus compañeros ya lo tienen? No te quedes atrás."	
4	"El banco para personas exitosas que saben invertir."	
5	"Esta bebida no es para viejitos. Es para los que aún tienen energía."	
6	"Para hombres de verdad: sin quejas, sin drama, sin límites."	
7	"Todas las pieles, tallas y edades tienen cabida aquí."	
8	"¿Tienes sobrepeso? Este gimnasio te cambiará la vida."	
9	"¿Quieres encajar en el colegio? Usa lo que usan los populares."	
10	"Las mujeres no son buenas para las finanzas. Nosotros decidimos por ti."	

Estereotipo de edad	Estereotipo adolescente	Estereotipo étnico	Publicidad inclusiva	Estereotipo sobre adolescentes
Prejuicio intelectual	Estereotipo de género	Masculinidad tóxica	Estereotipo de clase social	Discriminación por apariencia

PARTE 3 — Une la marca con su nombre (¡Tú puedes!)

Dibuja una línea uniendo cada marca con su nombre publicitario. ¡Son marcas que ves todos los días!

		PEPSI
		APPLE
		STARBUCKS
		MC DONALDS

¡Muy bien! Reconocer las marcas que vemos todos los días es el primer paso para analizar críticamente los mensajes publicitarios. ¡Lo lograste!