

UNIDAD EDUCATIVA LEONARDO MALDONADO PÉREZ

Msc. Stefania Burbano · Lengua y Literatura · 3.er BGU · Año lectivo 2025–2026

TEMA: Análisis de estereotipos en la publicidad de los medios de comunicación

Nombre: _____ Fecha: _____ Paralelo: _____

■ OBJETIVO DE APRENDIZAJE

Identificar y analizar los estereotipos presentes en la publicidad de los medios de comunicación para desarrollar un pensamiento crítico frente a los mensajes que consumimos.

■ CONCEPTUALIZACIÓN — Definiciones clave

PUBLICIDAD	ESTEREOTIPO	PREJUICIO Y DISCRIMINACIÓN
Comunicación persuasiva que busca influir en el comportamiento del receptor para que adquiera un producto, servicio o idea. <i>Usa imagen, texto, eslogan y colores.</i>	Imagen simplificada y generalizada sobre un grupo de personas que se transmite socialmente sin reflexión crítica. <i>Puede ser positivo, negativo o neutro.</i>	Prejuicio: juicio negativo sobre alguien sin conocerlo. Discriminación: trato desigual e injusto basado en estereotipos y prejuicios.

ESTEREOTIPO



PREJUICIO



DISCRIMINACIÓN

⇒ ACTIVIDAD 1 — Selección múltiple: Identifica la definición correcta

Marca con una X la opción correcta para cada pregunta.

1. ¿Qué es la publicidad?

- a) Un programa de entretenimiento sin intención comercial.
- b) Una comunicación persuasiva que busca influir en el receptor para que consuma un producto o servicio. ✓
- c) Un tipo de noticia periodística objetiva.
- d) Una conversación informal entre marcas y consumidores.

2. Un estereotipo es:

- a) Una imagen simplificada y generalizada sobre un grupo de personas que se reproduce socialmente. ✓
- b) Un análisis profundo y objetivo de la realidad social.
- c) Un tipo de discriminación legal reconocida por la ley.
- d) Una característica única e irrepetible de cada individuo.

3. ¿Cuál es la diferencia entre prejuicio y discriminación?

- a) Son exactamente lo mismo; se pueden usar como sinónimos.
- b) El prejuicio es una opinión negativa sin evidencia; la discriminación es la conducta desigual que resulta de ese prejuicio. ✓
- c) El prejuicio siempre es positivo; la discriminación siempre es negativa.
- d) La discriminación solo ocurre en el trabajo; el prejuicio, solo en la escuela.

4. ¿Qué tipo de estereotipo representa un anuncio que muestra solo a mujeres realizando tareas del hogar?

- a) Estereotipo de edad
- b) Estereotipo étnico
- c) Estereotipo de género ✓
- d) Estereotipo de clase social

5. Un anuncio que dice '¿Tus amigos ya tienen esto y tú no?' apela principalmente a:

- a) La curiosidad intelectual del consumidor.
- b) El miedo a la exclusión social, especialmente en adolescentes. ✓
- c) La conciencia ambiental del receptor.
- d) El deseo de aprender algo nuevo.

■ ACTIVIDAD 2 — Relaciona cada anuncio con su tipo de estereotipo

Une con una línea o escribe la letra que corresponde en el espacio.

1. "Solo mujeres jóvenes limpian el hogar"	—	A. Estereotipo de edad
2. "Usa esta crema y luce una piel más clara"	—	B. Estereotipo de género
3. "Si no tienes estas zapatillas, no encajas"	—	C. Estereotipo sobre adolescentes
4. "Para hombres de verdad, sin dramas"	—	D. Estereotipo étnico / belleza
5. "Los jóvenes solo piensan en el celular"	—	E. Masculinidad tóxica

■ ACTIVIDAD 3 — Analiza estos 5 anuncios publicitarios

Lee cada anuncio y responde las preguntas marcando la opción correcta o escribiendo en el espacio.

A LIMPIADOR HOGAREÑO PLUS
"La mujer que cuida su hogar merece lo mejor"

■ Estereotipo de género

1. ¿Qué tipo de estereotipo usa?

- a) De belleza
- b) De género ✓
- c) De edad
- d) Étnico

2. ¿Qué mensaje implícito transmite este anuncio?

- a) Que limpiar es una tarea exclusiva de las mujeres ✓
- b) Que el producto es barato
- c) Que los hombres deben trabajar
- d) Que la limpieza es divertida

B**CREMA ACLARANTE BELLA***"Luce una piel más clara. ¡Sé más bella!"*

■ Estereotipo étnico y de belleza

1. ¿Qué mensaje comunica implícitamente sobre la piel oscura?

- a) Que es igual de bella que la piel clara
- b) Que necesita ser aclarada para ser atractiva ✓
- c) Que es más saludable que la piel clara
- d) Que representa diversidad

2. ¿En quiénes puede impactar negativamente esta publicidad?

- a) Solo en personas de piel clara
- b) En estudiantes indígenas, afroecuatorianos y mestizos de piel oscura ✓
- c) En personas mayores de 60 años
- d) Solo en hombres

C**ZAPATILLAS ELITE***"Los que valen las usan. ¿Y tú?"*

■ Presión social en adolescentes

1. ¿Qué técnica persuasiva usa este anuncio?

- a) Promesa de salud
- b) Miedo a la exclusión social ✓
- c) Apelación a la autoridad científica
- d) Descuento por tiempo limitado

2. Este anuncio apunta principalmente a:

- a) Adultos mayores de 40 años
- b) Docentes y padres de familia
- c) Adolescentes en edad escolar ✓
- d) Atletas profesionales

D**CERVEZA MACHO BRAV***"Para hombres de verdad. Sin drama."*

■ Masculinidad tóxica

1. ¿Qué tipo de masculinidad promueve este anuncio?

- a) Una masculinidad empática y abierta
- b) Una masculinidad rígida que rechaza la expresión emocional ✓
- c) La igualdad entre géneros
- d) La importancia de pedir ayuda

2. ¿A quiénes excluye implícitamente este anuncio?

- a) Solo a personas menores de edad
- b) A mujeres y hombres que no se identifican con ese modelo ✓
- c) Solo a personas vegetarianas
- d) A los adultos mayores

E

CAMPAÑA BELLEZA REAL

"Todas las pieles, tallas y edades. Toda la belleza."

■ Publicidad inclusiva (contraste positivo)

1. ¿Qué hace diferente a este anuncio de los anteriores?

- a) Usa solo modelos famosas
- b) Muestra diversidad real: distintas edades, tallas y etnias ✓
- c) No menciona ningún producto
- d) Es en blanco y negro

2. ¿Este anuncio refuerza o desafía los estereotipos de belleza?

- a) Los refuerza: sigue mostrando mujeres jóvenes
- b) Los desafía: incluye representaciones diversas y reales ✓
- c) No tiene relación con estereotipos
- d) Solo desafía el estereotipo de edad

■ CONCLUSIÓN — Ideas clave de la clase

- 1 La publicidad no es neutral: siempre transmite valores, ideologías y visiones del mundo.
- 2 Los estereotipos simplifican la realidad y pueden derivar en prejuicios y discriminación.
- 3 La cadena estereotipo → prejuicio → discriminación puede romperse con pensamiento crítico.
- 4 La publicidad ecuatoriana ha reproducido históricamente estereotipos de género, belleza y etnia.
- 5 Como ciudadanos/as críticos/as, tenemos el derecho y la responsabilidad de cuestionar lo que consumimos.

■ MI REFLEXIÓN PERSONAL

¿Qué aprendí hoy sobre la publicidad y los estereotipos?

¿Cómo voy a ver diferente la publicidad a partir de hoy?

■ **TAREA:** Elige un anuncio real que hayas visto esta semana. Aplica las preguntas de análisis vistas en clase y trae tu reflexión escrita a la próxima sesión.