



Séptimo Básico
Lengua y Literatura
Coordinación 2019
Profesora María Isabel Ortiz

LOS ESTEREOTIPOS

Nombre:	Séptimo:
----------------	-----------------

OA 9: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como textos publicitarios, considerando los propósitos explícitos e implícitos del texto

Texto Inductivo



¿Te acuerdas de este afiche publicitario y la polémica que causó? ¿Cuál era? ¿Estás de acuerdo con que en redes sociales se haya cuestionado este afiche? ¿Por qué?

ARGUMENTA:

Los estereotipos son las imágenes o representaciones simplificadas que se tienen de un grupo de personas con ciertas características en común. Los medios masivos de comunicación, como el cine, la televisión y la publicidad, por ejemplo, transmiten y reproducen estas ideas en relación con la raza, la edad, el género y la clase social. Ejemplo:



CINE	TELEVISIÓN	PUBLICIDAD
		

En la base de los estereotipos están los prejuicios, opiniones previas y generalmente negativas que tienen acerca de algo que no se conoce bien. Los prejuicios son ideas sin fundamentos, que pueden llevar a la discriminación y exclusión de aquellas personas que no calzan con ciertos estereotipos. Según el tipo de prejuicio que predomina, es posible reconocer al menos cuatro clases de estereotipos:

Racial

Se asocia con una serie de rasgos positivos o negativos de la apariencia física de una persona. Por ejemplo, según los patrones de belleza occidental, las personas rubias, de ojos azules o verdes, son más bellas que las personas con otros rasgos.



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, inteligente, valiente, aventurero o gran deportista.



Etario

Dependiendo de su edad, se les atribuyen ciertas características a las personas. Por ejemplo, los jóvenes son considerados alegres e irresponsables, mientras que los adultos se muestran enfocados en su trabajo y preocupados de mantener a su familia.



Económico

Se relaciona con la clase social y el nivel cultural de las personas. Por ejemplo, a los estratos más bajos se les asocia con la pobreza y la vulnerabilidad y a la clase alta, con el éxito y las comodidades materiales.



Reflexión

A partir de lo aprendido, reflexiona respondiendo de manera argumentativas las siguientes preguntas:

A. ¿Crees que la belleza solo se encarna en los rasgos caucásicos? ¿Qué es para ti la belleza?

B. ¿En qué consiste la igualdad de derechos entre hombres y mujeres? ¿De qué manera tú puedes contribuir a ese cambio?

C. ¿Crees que la vejez en Chile corresponde a “los años dorados” de los ciudadanos de la tercera edad? ¿Corresponde la realidad que vivimos con la foto que aparece en el recuadro?

D. ¿Tener una vida exitosa se vincula con el poder adquisitivo y el estatus que se goza? ¿Para ti qué es ser exitoso? ¿De acuerdo con la dimensión económica, qué es lo que necesitamos para ser felices?

Actividad

Lee el siguiente texto y elige la alternativa correcta de las preguntas de comprensión de lectura. Para realizar tal actividad, te mencionamos que las **preguntas de inferencia** (aquellas que piden inferir, desprender, derivar, colegir deducir) **nos piden información no textual, o sea, información que no está explícita en el texto, que no se puede leer, que no está escrita**, pero que se puede desprender. Posteriormente, responde la pregunta de desarrollo argumentando racionalmente tu postura.

FAST FASHION: LO BARATO CUESTA CARO

LORETO QUIJADA OCTUBRE 31, 2017

¿Te has puesto a pensar en cómo es posible que puedas comprar poleras en 4 lucas (5 dólares) o pantalones en 10 lucas (15 dólares) si pareciera que ese precio ni siquiera cubre los costos de manufactura y transporte del producto? Te invito a conocer la Moda Rápida por dentro, la segunda industria más contaminante del planeta.



1. Soy nacida en los ochenta y recuerdo que en mi niñez comprar ropa era una inversión importante. En mi familia sólo comprábamos ropa como máximo dos veces al año y eso debía cubrir las cuatro temporadas: otoño, invierno, primavera y verano. Era un consumo muy a conciencia ya que implicaba un gasto considerable del presupuesto total familiar, donde las prendas debían durar varios años antes de ser destinadas a los primos más pequeños, generándose la típica pirámide de herencia de ropa.

2. En esos tiempos, ese era el ciclo de las prendas tanto en Chile como en la mayoría de los países, es decir: la ropa era usada hasta que sencillamente ya no daba más. Esto hasta hace unos 20 años atrás. En los años noventa, la industria de la ropa comenzó a cambiar su modelo de funcionamiento, hasta llegar a ser hoy un negocio que mueve trillones de dólares anuales. Hasta aquí, esto puede parecer una historia de nostalgia por las practicas del pasado ante un nuevo y exitoso negocio que logró superar a todas las otras áreas del mercado internacional, pero lamentablemente este relato está repleto de irregularidades laborales, contaminación y muerte.

3. Es posible contar con los dedos de una sola mano quienes se benefician con este modelo de negocio, mientras la gran mayoría nos vemos perjudicados, ya que tanto los consumidores como los proveedores de materia prima, los trabajadores y un sin fin de comunidades pagamos un costo muy alto -en calidad de vida- por los precios bajos de la ropa.

4. La buena noticia es que somos nosotros, los compradores comunes y corrientes, los que tenemos el poder de detener los inmensos daños ecológicos y sociales de esta industria, esto a través de nuestras opciones de compra y una nueva forma de relacionarnos con lo que poseemos.

La Moda en números

5. La Moda Rápida –*Fast Fashion en inglés*- emplea a 1 de cada 6 habitantes en el mundo. Es el negocio que se encarga semanalmente de abastecer de nuevas prendas de vestir a todos los *retails* y supermercados del mundo, cambiando según cada estación del año e incentivando en los clientes un consumo de ropa que se ha cuadruplicado en tan sólo una generación. Esto significa que en nuestros hogares tenemos 4 veces más ropa que nuestros padres y por lo tanto

hoy forzamos los ciclos naturales y energéticos del planeta como nunca antes en la historia. Poniendo las cifras en contexto, cada año se crean aproximadamente 150 billones de piezas de ropa en el mundo, en una industria donde más del 80% de la fuerza laboral es femenina y en el que el 98% no gana el sueldo mínimo.

6. Estos bienes de consumo están siendo manufacturados en las denominados *sweatshops* también conocidos como “talleres de trabajo esclavo”, donde el sueldo promedio es 4 dólares al día, o sea unos 50.000 pesos chilenos mensuales (sin ningún tipo de beneficio de salud). En contraste, las ganancias generadas por la industria de la Moda Rápida a nivel global bate récords anualmente rondando los 3 trillones de dólares al año.

Devaluación a escala humana

7. Si las materias primas, el petróleo, el transporte y básicamente todos los elementos e infraestructura necesarios para hacer y distribuir ropa suben su valor con el tiempo, cabe preguntarse ¿cómo es que hoy podemos pagar menos que antes por la ropa? Las grandes compañías han logrado hacer de la globalización un feroz aliado, ya que gracias a tratados de libre comercio que favorecen la relocalización de sus plantas, pueden fácilmente externalizar la fabricación de sus productos a países donde la mano de obra es extremadamente barata.

8. La mano de obra es el principal eslabón en la cadena de producción en que se abaratan costos, ¿y cómo lo hacen? Llevando las fábricas a países pobres donde se permite trabajar en edificios inseguros y en mal estado, con bajos salarios, prácticas antisindicalistas, donde inclusive niños pueden trabajar y donde las empresas básicamente pueden hacer caso omiso de las leyes laborales.

9. En más de una oportunidad hemos leído en la prensa sobre tragedias en maquiladoras al otro lado del mundo, como por ejemplo el incendio en Ali Enterprises, en Pakistán, que dejó 289 muertos, o el sucedido en la fábrica Tazreen Fashion en el distrito Dhaka que dejó 124 muertos, o la más terrible de todas hasta el momento, el derrumbe de la fábrica en Rana Plaza que dejó 1.134 muertos y más



de 2.500 heridos también en Bangladesh, pero jamás se nos pasa por la mente que estando tan lejos de allí podemos tener una conexión con lo sucedido. Y es que olvidamos que al comprar un producto estamos finalmente eligiendo un modelo de valores, si decidimos gastarnos la plata en una u otra tienda, queramos o no estamos avalando su sistema de producción.

Geografía del desastre

10. Los costos que paga la naturaleza en la industria de la moda tienen un impacto incalculable a largo plazo. Cada año se manufacturan más de 1 billón de poleras de algodón tradicional y, aunque es una tela de origen natural, su siembra a gran escala tiene consecuencias devastadoras. El algodón es el cuarto cultivo que más pesticidas requiere, los cuales afectan los nutrientes propios del suelo y perjudican a insectos y animales a través de la contaminación del aire y el agua.

11. La intensificación de la agricultura genera la contaminación de grandes extensiones de tierra que están siendo consideradas como una industria, no como un ecosistema, con monocultivos que son mantenidos con pesticidas que afectan a las comunidades circundantes, las cuales ven un incremento preocupante en nacimientos con deformidades, enfermedades mentales y cáncer.

12. Por otra parte, y a la mano del acelerado ascenso de la Fast Fashion, se encuentra un material de origen sintético que es posiblemente de lo que está constituido lo que llevas puesto hoy. El poliéster es una fibra plástica derivada del petróleo y como todo combustible fósil es altamente contaminante. Al lavar prendas que contienen poliéster (más de la mitad de la ropa hoy lo contiene) pequeños plásticos de tamaño microscópico se desprenden y viajan a través del agua hacia los océanos. Estos microplásticos son consumidos por los peces y luego por los seres humanos al comer pescado. La industria de la ropa es el segundo contaminante de agua dulce en el mundo.

13. A esto debemos sumar los contaminantes que contienen los estampados, que por lo general son hechos con tintas tóxicas, las cuales entran directamente a los sistemas del agua con cada lavado que hacemos en casa. El poliéster no es biodegradable, o sea cada prenda hecha con poliéster sigue en el planeta hoy, y peor aún, actualmente casi todo lo que es textil no es biodegradable, cada prenda toma alrededor de 200 años en desaparecer y mientras se descompone en un basural por ahí, sigue colando químicos al agua y la tierra.



¿Qué puedo hacer?

14. Siendo concientes de que estamos en un círculo vicioso de injusticia y contaminación, donde la ropa barata conlleva graves consecuencias, es ya un tremendo paso en la dirección correcta. Las grandes compañías de la moda gastan un dineral en publicidad enfocada en hacernos creer que si no estamos al día con sus nuevos productos en el mercado, seremos infelices.

15. Sin embargo, no olvidemos que como seres humanos, la conexión con los otros y con la naturaleza es algo esencial para nuestro equilibrio emocional y fisiológico, el cual está compenetrado por un tejido de valores que podemos reflejar en cómo y dónde compramos nuestras vestimentas.

16. A través del sencillo ejercicio de leer la etiqueta de cada prenda y sabiendo dónde y de qué material está hecha, puedes evitar comprar ropa tóxica y que fue hecha a costa de una mujer que trabaja en condiciones paupérrimas al otro lado del planeta. También es aconsejable, antes de realizar una compra en una gran compañía de moda rápida, que des vuelta la prenda y revises si las costuras están firmes. Así podrás asegurarte de que compras una prenda que va a durar más tiempo. Es importante también que cuidemos lo que compramos, que cuando adquiramos algo lo hagamos a conciencia y que también retomemos el perdido arte de zurcir y reparar nosotros mismos nuestras prendas.

17. Y por sobre todo ¡haz preguntas! Pregúntale a las marcas de tu preferencia dónde están desarrollando sus productos, como consumidores somos quienes debemos exigir transparencia sobre los productos que compramos, su procedencia, la sustentabilidad de las materias primas y si se está velando por los derechos de los trabajadores detrás de los bienes que comercializan.

18. Es importante que a través de nuestro poder de adquisición apoyemos a las empresas que hacen las cosas bien y que provoquemos a las grandes compañías a replantearse sus modelos de producción. Infórmate sobre



las nuevas iniciativas que están transformando la industria de la ropa, como la Fashion Revolution (Revolución de la Moda), la cual a través de material descargable en varios idiomas, campañas y aplicaciones para aparatos móviles están trabajando por una industria más sustentable y justa.

1. ¿Cuál es el tema del texto? (Habilidad de Síntesis)

- a) Las mujeres y los niños trabajadores
- b) La producción y consumo de moda rápida
- c) La producción de tela
- d) La explotación infantil

2. ¿Cuál es la idea principal del texto? (Habilidad de Síntesis)

- a) Las mujeres y los niños trabajan de manera precaria
- b) Las telas deben ser producidas bajo exigencias medioambientales
- c) La producción y consumo de moda rápida conlleva consecuencias sociales y medioambientales.
- d) La producción de moda rápida permite que muchas mujeres y niños tengan trabajo, aunque éste no sea el que se merecen.

3. ¿Cuál es la intención comunicativa del texto? (Habilidad de Interpretación)

- a) Convencer al lector sobre la importancia de consumir ropa de manera consciente.
- b) Relatar los daños medioambientales que produce la moda rápida en todo el globo.
- c) Expresar la angustia que da el deterioro de la naturaleza y la depredación de sus recursos.
- d) Informar de la falta de educación que existe en relación con el uso y consumo de la moda rápida.

4. ¿Qué tipo de texto es el leído? (Habilidad de Identificación)

- a) Texto Narrativo, porque relata una serie de acontecimientos relacionados con el cambio climático.
- b) Texto Informativo, porque da a conocer la problemática relacionada con el consumo de moda rápida.
- c) Texto Argumentativo, porque pretende que el receptor adhiera a la idea de lo incorrecto que es consumir moda rápida.
- d) Texto Dramático, porque presenta un conflicto humano relacionado con lo catastrófico que es para la naturaleza la producción y el consumo de moda rápida.

5. Qué marcas textuales nos sirven para interpretar el propósito comunicativo del autor: (Habilidad de Identificar)

- I. El uso de la primera persona gramatical, ej.: “Es importante que a través de nuestro poder de adquisición apoyemos a las empresas que hacen las cosas bien”.
- II. El uso de enunciados afirmativos, ej.: “Los costos que paga la naturaleza en la industria de la moda tienen un impacto incalculable a largo plazo”.
- III. El uso de mandatos, ej.: “Y por sobre todo ¡haz preguntas!”.

- a) I.
- b) I y II.
- c) II y III.
- d) I, II y III.

6. ¿Cuál es la función de las imágenes en el texto? (Habilidad de Interpretación)

- a) Complementar.
- b) Reemplazar.
- c) Contradecir.
- d) Todas.

7. Es posible inferir del párrafo 2: (Habilidad de Inferencia)

- a) El negocio de la ropa es exitoso.
- b) La historia de la moda puede parecer nostálgica.
- c) El mercado de la moda ha ido cambiando con el transcurso del tiempo.
- d) En los años 90' la industria de la ropa comenzó a cambiar su modelo de funcionamiento.

8. La idea central del párrafo 3 es: (Habilidad de Síntesis Local)

- a) Los compradores se benefician con este tipo de negocio.
- b) Los vendedores se ven perjudicados con este tipo de negocio.
- c) La mayoría de las personas no se beneficia con el fast fashion.
- d) Los consumidores y vendedores se ven perjudicados con las leyes en contra del fast fashion.

9. Según el párrafo 5, la problemática planteada se soluciona a través de: (Habilidad de Comprender Analizar)

- I. Nuestras opciones de compra.
 - II. La forma de relacionarnos con lo que poseemos.
 - III. Observando los inmensos daños ecológicos y sociales.
- a) I.
 - b) I y II.
 - c) II y III.
 - d) I, II y III.

10. Es posible afirmar del párrafo 6: (Habilidad de Comprender Analizar)

- I. Los sweatshops son talleres de trabajo esclavo.
 - II. Los trabajadores del fast fashion además de ganar sueldos precarios no tienen cobertura de salud.
 - III. Las ganancias generadas por la industria son tan bajas como los sueldos de los trabajadores de los sweatshops.
- a) I.
 - b) I y II.
 - c) II y III.
 - d) I, II y III.

11. Según el párrafo 7, la ropa ha bajado de precio en el tiempo gracias a (Habilidad de Comprender Analizar):

- I. Que las materias primas como el petróleo y el transporte han bajado de valor.
 - II. Que las compañías han podido relocalizar sus plantas en países donde la mano de obra es extremadamente barata.
 - III. Que las grandes compañías han logrado con la globalización acuerdos de venta de sus productos.
- a) I.
 - b) II.
 - c) III.
 - d) I, II y III.

12. Cuál es la relación correcta entre el párrafo 8 y párrafo 9: (Habilidad de Interpretar)

a) En el párrafo 8, se plantea que las compañías de fast fashion abaratan costos a través de la precarización del trabajo. En el párrafo 9, que al decidir comprar fast fashion estamos avalando ese actuar.

b) En el párrafo 8, se plantea que los empresarios llevan sus fábricas a países pobres donde se permite trabajar en edificios inseguros. En el párrafo 9, la necesidad que existe de que estos edificios se construyan bien.

c) En el párrafo 8, se plantea que las compañías de fast fashion abaratan costos. En el párrafo 9, que eso permite que podamos comprar sin ninguna culpa.

d) En el párrafo 8, se plantea que las compañías de fast fashion abaratan costos a través de prácticas antisindicalistas. En el párrafo 9, que esto ha tenido como consecuencias tragedias por todo el mundo.

13. De qué manera se vincula el subtítulo “Geografía del desastre” con el párrafo 10: (Habilidad de Interpretación)

a) El subtítulo anticipa la materia que se tratará y el párrafo 10 menciona que los costos de la industria del fast fashion son a cortoplazo.

b) El subtítulo le avisa al lector que se hablará de localidades geográficas específicas y el párrafo 10 menciona que los costos de la industria del fast fashion los paga la naturaleza, dando como ejemplo la producción de algodón y sus consecuencias.

c) El subtítulo prepara al lector sobre cuál será la problemática que se abordará y el párrafo 10 menciona soluciones para dar solución a esta dificultad.

d) El subtítulo prepara al lector sobre cuál será la materia que se abordará en los siguientes párrafos y el párrafo 10 menciona que los costos de la industria del fast fashion los paga la naturaleza, corroborando esta afirmación con el ejemplo del algodón.

14. Con qué eslogan es posible asociar el enunciado “La intensificación de la agricultura genera la contaminación de grandes extensiones de tierra que están siendo consideradas como una industria, no como un ecosistema” presente en el párrafo 11: (Habilidad de Transformación)

a) “¡Destapa la felicidad!”

b) “¡Detente ya! Dale un respiro a nuestra madre tierra.”

c) “¡Súmate a la lucha en contra de la violencia!”

d) “¡Cuida el agua! Es vital para la vida.”

15. Es posible desprender del párrafo 13: (Habilidad de Inferencia Local)

a) Cada prenda de poliéster toma 200 años en desaparecer

b) Los estampados de la ropa son también contaminantes

c) El poliéster no es biodegradable

d) La ropa contamina mientras está en uso y cuando no también.

16. El párrafo 14, 15 y 16 proponen que el “ser concientes” permite: (Habilidad de Comprender Analizar)

a) Comprender que, aunque la publicidad diga que la felicidad se logra a través de estar siempre a la moda, lo que logramos realmente con el uso de la fast fashion es fomentar una industria injusto y contaminante, olvidando así la conexión con los otros y la naturaleza.

- b) Comprender que la publicidad nos da el camino correcto para encontrar la felicidad. Por tanto, seguir la moda a través de la industria rápida se convierte en algo esencial para este proceso de formación espiritual.
- c) Comprender que la conexión con los otros y la naturaleza es algo esencial para nuestro equilibrio emocional. Por ello, el arte de zurcir debe ser una práctica que se debe retomar lo antes posible.
- d) Comprender que la publicidad nos niega la posibilidad de conectarnos con la naturaleza, ya que nos propone que el camino a la felicidad son los objetos y los placeres. Sin embargo, sabemos que en realidad hay otros caminos para conseguir la espiritualidad.

17. El posible deducir del párrafo 15: (Habilidad de Inferencia local)

- I. Al decidir cuidar nuestro equilibrio emocional y fisiológico no fomentando el consumo de fast fashion, estamos demostrando nuestros valores.
- II. La conexión con los otro y con la naturaleza es algo esencial para nuestro equilibrio emocional y fisiológico.
- III. El equilibrio emocional está es buscado por todos los seres humanos.

- a) I.
- b) I y II.
- c) II y III.
- d) I, II y III.

18. Es posible colegir del párrafo 18: (Habilidad de Inferencia Local)

- a) Solo las personas con poder de adquisición pueden apoyar una economía más sustentable.
- b) A través de nuestra elección de consumo podemos provocar a las grandes compañías a mantenerse con su postura de economía lineal.
- c) Compañías y aplicaciones para aparatos móviles están trabajando por una industria más sustentable y justa.
- d) Si se elige a las empresas que producen las cosas de buena manera, se incentivará a las grandes compañías a hacer lo mismo, o sea, a adherirse a una economía sustentable y circular.

19.¿Cuál es la actitud general de emisor? (Habilidad de Evaluación)

- a) Neutral
- b) imparcial
- c) crítica
- d) entusiasta

20. El texto tiene un carácter: (Habilidad de Evaluación)

- a) Científico
- b) Propositivo
- c) Informativo
- d) Expresivo

Pregunta de Desarrollo

¿De qué manera el tema tratado en el texto (Fast fashion) se vincula con los estereotipos de género y económicos? Desarrolla tu respuesta en un texto que posea una estructura de introducción, desarrollo y conclusión (3 párrafos mínimo). Recuerda: usar mayúscula al comienzo de cada párrafo o después de un punto; usar sangría; enunciar tu postura a través de una

