

ESPAÑOL

Instrução: Leia o texto e responda, **em português**, às questões de números 17 a 20.

Estereotipos de Género

Los estereotipos son representaciones sociales, institucionalizadas, reiteradas y reduccionistas. Se trata de una concepción popular sobre un grupo de personas y constituye una forma de categorizar conjuntos de individuos, grupos de gentes de acuerdo con sus apariencias, comportamientos y costumbres. Se crean en base a la repetición; por su rigidez y reiteración, los estereotipos acaban por parecer naturales, su objetivo es que no parezcan formas de discurso sino formas de la realidad.

Entendemos que ser mujer y ser varón implicará la adquisición de determinadas identidades de género. Sexo y género son conceptos distintos, ya que el primero hace alusión a las diferencias biológicas existentes entre hombres y mujeres; y el segundo término, a las cualidades y tareas asignadas culturalmente a uno y otro sexo.

Alrededor de la década del '70 comienzan en Argentina los denominados "Estudios de los Estereotipos de Género" intentando analizar los mitos y estereotipos culturales que hacen a los comportamientos de masculinos y femeninos en los medios sociales en que ambos se desarrollan. Los estereotipos, tradicionalmente eran transmitidos a través de narraciones, leyendas y mitos a fin de iniciar a niños y niñas en la masculinidad y femineidad, debido a que ambos sexos no nacen con una posición diferenciada. A través de los diversos procesos de socialización, desde muy pequeños, vamos interiorizando nuestro rol de género (modo de pensar, sentir y comportarse).

Con el paso del tiempo, a esta "transferencia" de estereotipos, se sumaron otras instituciones que se fueron debilitando, dejando buena parte de esta función a los medios masivos de comunicación. A todos los medios pero principalmente a la televisión, quien en sus productos, va transmitiendo estereotipos diferenciados para hombres y mujeres, que iremos interiorizando poco a poco, haciéndolos nuestros hasta convertirlos en actitudes y conductas; maneras de ser, de estar y de comportarnos en la vida.

Podemos asegurar que el papel que ocupa cada género en la televisión se muestra claramente a partir de la observación de:

- El número de apariciones que tienen en la pantalla.
- Las diferencias en las acciones en que están involucrados.
- El tipo de actividades que realizan.
- El rol que juegan en el interior de las tramas.

La manifestación más evidente del carácter estereotipado de los discursos televisivos es el recurso constante al maniqueísmo. Se suele manifestar en la división de los personajes en dos bandos inequívocos: el de los buenos y el de los malos.

La justificación de los estereotipos

Toda representación, como el discurso audiovisual, se basa en un doble proceso de selección. Hay una selección de contenidos y una selección de códigos para expresarlos. En este doble proceso se expresa la ideología, latente o explícita, de sus creadores. Y se expresa a través de los estereotipos, en cuanto suponen una visión tipificada y reduccionista de la realidad.

El estereotipo es un mecanismo de defensa frente a la amenaza de una realidad compleja, ambigua y contradictoria. Tanto en los informativos como en la ficción el uso de los estereotipos ayuda a reducir la incertidumbre. Tanto el cine como la televisión se presentan como los grandes imperios de la simplificación y el estereotipo. Lo mismo ocurre en la publicidad: al ser mensajes muy breves recurren a mecanismos simplificadores. En consecuencia tienden a utilizar personajes y situaciones simples, fácilmente clasificables, para activar en el receptor mecanismos de identificación positiva y de proyección negativa.

(www.monografias.com/trabajos42/machismo-television/machismo-television2.shtml. Adaptado.)

17. De acuerdo con el texto:

- a) ¿Qué son los estereotipos de género?
- b) ¿Cómo se crean?

RESOLUÇÃO

a) Os estereótipos são representações sociais, trata-se de uma concepção popular sobre um grupo de pessoas e constitui uma forma de categorizar conjuntos de indivíduos, grupos de gentes de acordo com suas aparências, comportamentos e costumes e o estereótipo de gênero se refere às qualidades e tarefas atribuídas culturalmente a um e outro sexo.

b) Se criam com base na repetição; por sua rigidez e reiteração, os estereótipos acabam por parecer naturais, seu objetivo é que não pareçam formas de discurso senão formas da realidade.

18. De acuerdo con el texto:

- a) ¿Cómo eran transmitidos tradicionalmente los estereotipos?
- b) ¿Qué instituciones pasaron a transmitirlos después?

RESOLUÇÃO

a) Os estereótipos, tradicionalmente eram transmitidos através de narrações, lendas e mitos a fim de iniciar a meninos e meninas na masculinidade e femineidad, devido a que ambos sexos não nascem com uma posição diferenciada.

b) Com o passo do tempo, a esta “transferência” de estereótipos, somaram-se outras instituições que se foram debilitando, deixando boa parte desta função aos meios em massa de comunicação. A todos os meios mas principalmente à televisão, quem em seus produtos, vai transmitindo estereótipos diferenciados para homens e mulheres, que iremos interiorizando pouco a pouco, fazendo-os nossos até convertê-los em atitudes e condutas; maneiras de ser, de estar e de comportar-nos na vida.

19. De acuerdo con el texto:

- a) ¿Cuál es el recurso estereotipado más utilizado por el discurso televisivo?
- b) ¿En qué consiste ese recurso?

RESOLUÇÃO

a) O papel que ocupa cada gênero na televisão e que se mostra claramente a partir da observação de:

- O número de aparições que têm na tela.
- As diferenças nas ações em que estão envolvidos.
- O tipo de atividades que realizam.
- O papel que jogam no interior das tramas.

b) A manifestação mais evidente do caráter estereotipado dos discursos televisivos é o recurso constante ao maniqueísmo. Costuma-se manifestar na divisão dos personagens em dois bandos inequívocos: o dos bons e o dos maus.

20. De acordo com el texto:

- a) ¿Cuáles son los aspectos desfavorables de los estereotipos?
- b) ¿Qué ventajas se identifican en el uso de estereotipos?

RESOLUÇÃO

a) Tanto nos noticiários como na ficção o uso dos estereótipos ajuda a reduzir a incerteza.

b) Na publicidade: ao ser mensagens muito breves recorrem a mecanismos simplificadores. Em consequência tendem a utilizar personagens e situações simples, facilmente clasificaveis, para ativar no receptor mecanismos de identificação positiva e de projeção negativa.