

TRABAJO 6. EL RACISMO Y LOS ESTEREOTIPOS EN LA PUBLICIDAD

Introducción

Todo tipo de racismo que cualquier persona puede tener viene siempre precedido de un estereotipo o idea general compartida por un colectivo de personas. Los estereotipos son imágenes o ideas mentales compartidas por gran cantidad de personas y que suelen generalizar todos los conceptos que tratan (como que todos los negros bailan bien o que la gente del campo son todos viejos). Los estereotipos vienen siempre acompañados de prejuicios que pueden ser favorables o desfavorables y partiendo de este caso de los prejuicios desfavorables y despectivos, nace el racismo.

La publicidad utiliza los estereotipos como medio informativo con el fin de que sus mensajes lleguen a un gran número de personas. De esta manera los mensajes consiguen que este colectivo se haga más semejante entre sí, y que todas las personas acaben pensando igual.

Por lo tanto se puede ver cómo, salvo un pequeño porcentaje de la población que busca sus propias verdades, la mayoría de la gente se deja llevar y convencer por las ideas que nos cuentan las grandes entidades económicas y el capitalismo que mueve a su voluntad la publicidad.

Anuncio 1: <http://www.youtube.com/watch?v=ltvB9pcZW5A>

En este anuncio se puede percibir unos estereotipos muy marcados en contra de la gente del pueblo y lo que esa vida representa.

Se generaliza dando a entender que todas las personas del campo son ancianas y también se transmite la idea de que la vida en el campo es muy dura y cansada y que por lo tanto no nos conviene.

También se puede entender como una crítica hacia un colectivo exterior al que recibe el mensaje (gente principalmente de la ciudad) expresando el hecho de que las personas del campo son gente atrasada y sin formación que sólo valen para trabajar.

Anuncio 2: <http://www.youtube.com/watch?v=qxcvlskexzc>

En este anuncio se advierte fácilmente el hecho de que el protagonista blanco se encuentre incómodo rodeado de personas negras, por lo que se entiende un fuerte prejuicio de inseguridad y desconocimiento hacia las personas de color, como si fueran personas completamente diferentes a los blancos.

A su vez, también se advierte el hecho de que todos los negros aparecen bailando, por lo que se asocia el estereotipo de que todos ellos bailan bien y tienen mucho ritmo. Sin embargo también se puede entender el que todos los negros se pasan la vida de fiesta y no trabajan, asociando a las personas de

color con la fiesta, el baile y el ocio, mientras que la persona blanca está quieta y tranquila

Finalmente el protagonista consigue comodidad y aceptación en su entorno, en un principio hostil, gracias al producto que nos quieren vender, como si sirviese para unir y dejar a un lado las diferencias raciales entre las dos partes.

A parte do racismo entre as razas también existen otros tipos de racismo por ejemplo el machismo, que es un racismo contra las mujeres.

Anuncio 3: http://www.youtube.com/watch?v=5YmBta_m5No

En este anuncio los vendedores buscan anunciar su producto como algo adelantado a la época, por eso nos “engañan” haciendo que el resto parezca unas décadas más atrasado.

Este anuncio está cargado de estereotipos: la mujer guapa que no hace nada pero que indirectamente es el centro del anuncio. Un grupo de amigos donde el líder es el que de alguna forma es el que más y mejores cosas posee (el coche y la chica guapa). El resto de los amigos siguen al jefe y son claramente influenciables e incluso poco inteligentes.

El anunciante nos vende el coche no sólo como un vehículo, también como un arma de seducción que hará que consigas a la chica sin realizar el mínimo esfuerzo. Aquí se aprecia que la mujer es tratada como un trofeo, un objeto, que no hace nada más que estar callada y no es importante por sí misma.

Anuncio 4: <http://www.youtube.com/watch?v=3yuyFK5DtEs>

En este anuncio también podemos apreciar muchos estereotipos. El chico con mucho dinero y muy bien vestido que posee un cochazo frente a un chico a simple vista de clase media-baja con poco dinero y no tan arreglado que conduce un coche normal o incluso de baja gama.

Se puede apreciar un claro contraste. Por otro lado, una vez que el anuncio cambia de forma radical con la aparición en escena de la mujer, se puede notar otra vez la presencia del racismo contra las mujeres, el tema de la mujer objeto que no realiza ninguna función importante en el anuncio pero que se convierte en el centro de éste. La intención de vender el producto como “no importa el coche que tengas, si no lo que tú puedas conseguir por ti mismo” es totalmente errónea y amañada en este anuncio.

Conclusión:

En el día a día los anunciantes con la intención de vendernos sus “productos mágicos” y apoyándose en la tele, radio, et. Nos bombardean con campañas cargadas de estereotipos y pequeñas mentiras. Lo único que importa es dar salida al producto sin que importe nada más que obtener beneficios aunque en ellos se dañe a las personas.