

# Celga



# 3

## PROBA B (ORAL)

Caderno do persoal examinador



XUNTA  
DE GALICIA

SECRETARÍA XERAL  
DE POLÍTICA  
LINGÜÍSTICA

C3-B-I-22-TEA



## **PARTE 1 (Texto escrito)**

---

A continuación, le este artigo que trata sobre a imaxe das mulleres e dos homes nos anuncios publicitarios. Toma as notas que precisas. Na entrevista oral terás que:

- Resumir o texto.
- Realizar unha exposición.
- Conversar sobre o tema.

### **As vellas convencións sobre as mulleres e os homes xa non sobreviven nos anuncios. Ou si?**

A publicidade comercial exerce unha grande influencia á hora de crear modelos sociais e estereotipos. É tamén a encargada de darlles validez ás ideas consideradas correctas e que se teñen por boas. Polo tanto, sería unha boa noticia que unha nova visión sobre os homes e as mulleres entre na publicidade. Pero está sendo realmente así?

#### **A publicidade segue mostrando unha imaxe tradicional da muller**



Se estás vendo un anuncio e aparece unha muller, é moi probable que a muller apareza ao fondo da imaxe, silenciosa e alegre.

Seguro que estás pensando que o que aparece na publicidade non se corresponde coa realidade presente. O máis probable é que che pareza que é dun tempo pasado.

Segundo demostra un estudo recente, que foi presentado no Festival Internacional da Creatividade Cannes Lions, a situación do pasado mantense aínda hoxe. O estudo baséase nos anuncios que chegaron a ser gañadores ou finalistas nas últimas edicións deste festival dedicado á publicidade.

A investigación revelou que a representación das mulleres nos anuncios é limitada e moi apegada aos roles do pasado. Por exemplo, só en 5 de cada 100 anuncios aparecen unicamente mulleres, mentres que en 25 de cada 100 os protagonistas só son homes. Tamén existe un desequilibro en como se representan: son sempre novas (rara vez superan os 40 anos), mentres que os homes ocupan franxas de idade máis diversas. Ademais, as mulleres teñen case a metade máis de probabilidades de apareceren nunha escena que transcorra nunha cociña.

Todos estes datos son problemáticos polo impacto que teñen. Venden unha realidade que axuda a conformar o que nos gustaría ter ou ser. «As imaxes que usamos, as historias que contamos sobre as mulleres poden cambiar o modo no que o mundo as valora e como as mulleres e as nenas se ven a si mesmas», afirmaba a autora deste estudo.

Por outra banda, observamos cambios que se axustan á sociedade actual que é moito máis sensible cos temas de xénero. As primeiras mostras destes cambios producíronse hai anos na publicidade destinada en exclusiva a mulleres.

As campañas dos produtos da marca Dove, da marca de compresas Always ou dos produtos para o cabelo Pantene deron os primeiros pasos para cambiar a imaxe da muller na publicidade. Máis tarde farían o mesmo outras marcas.

## A vella masculinidade está en crise

Pero mudar as convencións sociais tradicionais sobre os roles de xénero implica transformar a imaxe que a publicidade dá dos homes, que ata agora estaban condenados a cumpriren tamén cunha serie de roles vinculados a unha idea fixada da masculinidade. Un home tiña que posuír un atractivo especial (ante o que as mulleres caían rendidas) e ser incapaz de realizar os labores domésticos. Un modelo clásico deste tipo de anuncios é o do home que non sabe mudar cueiros.

O caso do desodorizante Axe pode servir como exemplo da transformación que se produciu na publicidade.



A mensaxe do anuncio era moi sinxela: un home calquera botaba o produto Axe e, de súpeto, as mulleres chovíanlle do ceo. A estratexia tivo tanto éxito que a marca converteuse en líder na venda destes produtos.

Pasou o tempo e, en 2017, esta mesma empresa lanzaba outra campaña na que se lle daba cabida á chamada nova masculinidade. «A mudanza responde á nosa vontade de actualizar a imaxe da marca para adaptala ás tendencias sociais actuais e romper coas convencións tradicionais de masculinidade», explicaba un dos responsables do anuncio.

## **A responsabilidade das empresas de publicidade**

A publicidade entra dentro da última grande obriga que as persoas consumidoras lles impuxeron ás marcas, a de ter principios e valores claros. A xente xa non quere mercar calquera produto, senón aquel do que pensa que comparte os seus mesmos valores e principios. Para as marcas, o problema está en que non poden contentar a todo o mundo, porque os valores e os principios xa non son universais.

Texto adaptado de: <http://www.disquecool.com>

## PARTE 2

---

### 1. BENVIDA E PREGUNTAS DE CONTACTO PERSOAL

1-2 minuto aprox.

Orientacións para o persoal examinador: esta parte NON é un interrogatorio e as preguntas NON se avalían. Trátase de que a persoa candidata se sinta a gusto e de que se tranquilice, polo que cómpre evitar as preguntas que a poidan incomodar ou as que resulten molestas.

- Como te chamas?
- A que te dedicas?
- De onde es? Fala un pouco sobre a túa cidade/vila/aldea...
- Canto tempo levas estudando galego? Por que o estudas?
- Que che gusta facer no tempo libre? Que afeccións tes?

(Se procede)

- Que che gusta máis da cultura galega?
- Que diferenzas atopas entre a cultura galega e a túa?

## 2. RESUMO

3 minutos aprox.

Orientacións para o persoal examinador: a persoa candidata ten que realizar un resumo do artigo. Nesta fase preténdese comprobar que a persoa candidata entendeu o contido do texto. NON é unha proba de memoria e, polo tanto, non é relevante que non lembre detalles concretos. En caso de que quede en branco, ou de que o seu resumo resulte excesivamente breve, pódese axudar formulando algunha(s) das seguintes preguntas:

Fai un resumo do contido do artigo.

- Cal é a problemática que se aborda no texto? En que consiste?
- Que papeis representaron tradicionalmente as mulleres na publicidade? E os homes?
- Que se di no texto sobre as diferenzas entre os anuncios actuais e os do pasado?
- Que se afirma no texto sobre a existencia dunha nova sensibilidade nos anuncios das empresas?

## 3. EXPOSICIÓN

3-4 minutos aprox.

Orientacións para o persoal examinador: a persoa entrevistadora escollerá unha das alternativas das que se propoñen e, a partir dela, diralle á persoa candidata que faga unha **exposición de 2-3 minutos**, na cal defenda o seu punto de vista ou argumente sobre ese tema. Daráselle **1 minuto para pensar** ou organizar o seu discurso e indicárselle o seu tempo aproximado de duración.

É moi importante que se realice esta parte para que a persoa candidata poida ser debidamente avaliada. Se a persoa candidata tarda en iniciar a súa exposición, poderáselle axudar con preguntas do tipo: Que opinas sobre isto? Estás de acordo? Paréceche necesario? Queres engadir algo máis? Se non a realiza, haberá que respectar un pouco o seu silencio para deixar en evidencia que non está cumprindo esta parte da tarefa, pero **EN NINGÚN CASO** se pasará inmediatamente ás preguntas de interacción da seguinte parte.

Realiza unha exposición acerca do seguinte enunciado:

- A.** A publicidade exerce unha grande influencia á hora de crear modelos sociais e estereotipos.
- B.** A representación das mulleres nos anuncios está bastante apegada aos roles do pasado.
- C.** Para mudar os estereotipos sexistas cómpre transformar a imaxe que a publicidade dá dos homes.

#### **4. INTERACCIÓN**

**4 minutos aprox.**

Orientacións para o persoal examinador: logo da exposición, establecerase un diálogo coa persoa candidata. A opción de preguntas que se lle dará á persoa candidata (A, B, C...) debe coincidir coa opción do enunciado do ítem anterior. Agora ben, estas preguntas **NON** consisten nun interrogatorio; son só suxestións e **DEBEN ADECUARSE**, na medida do posible, ao discurso da persoa candidata. Ademais, é moi importante que se force a **CONTRAARGUMENTACIÓN** para poder avaliar a súa capacidade argumentativa.

## **OPCIÓN A**

### **A publicidade exerce unha grande influencia á hora de crear modelos sociais e estereotipos**

- Cres que a publicidade reflicte as convencións sociais que existen en cada época?
- Pensas que, igual que a publicidade pode crear estereotipos, sería tamén capaz de rompelos?
- Que transformacións sociais ocorridas nas últimas décadas se poden ver nos anuncios? Lembras algún anuncio que te sorprendese nese sentido?
- Como inflúe a publicidade na nosa forma de consumir? Incítanos ao consumismo ou axúdanos a escoller e comprar de xeito responsable?
- Consideras que a publicidade debe ter principios e valores ou todo vale con tal de vender? Pódese falar da existencia de publicidade responsable?
- Estás a favor ou en contra da prohibición da publicidade sobre o tabaco e o alcohol? Por que? E dos anuncios de videntes ou de xogos de azar en liña?

(Se procede)

- Percibes diferenzas entre Galicia e o teu lugar de orixe no ámbito publicitario?

**OPCIÓN B**

**A representación das mulleres nos anuncios está bastante apegada aos roles do pasado**

- Lembras algún anuncio que mostre unha imaxe tradicional da muller?
- Consideras que segue habendo labores que só realizan as mulleres, especialmente no ámbito doméstico?
- Pensas que a publicidade axudou a modificar a forma de relacionarnos?
- Que motivou o cambio nos roles da muller na sociedade actual? Cres que a sociedade aceptou ben esa mudanza?
- Que opinas sobre a presenza da muller en todos os ámbitos sociais? Coñeces persoas que opinen de forma diferente?
- Pensas que aínda existen actividades e ámbitos pechados ás mulleres? Coñeces algún sector laboral que continúe vedado para elas?

(Se procede)

- Hai algunha diferenza entre Galicia e o teu lugar de orixe respecto dos roles atribuídos ás mulleres?

### **OPCIÓN C**

**Para mudar os estereotipos sexistas cómpre transformar a imaxe que a publicidade dá dos homes**

- Cres que se produciu realmente esa transformación na sociedade ou é só unha creación publicitaria?
- Consideras que a publicidade aínda expresa unha imaxe tradicional do home? Lembras algún anuncio que te sorprendese por este motivo?
- Pensas que a imaxe masculina nos anuncios evolucionou ao longo do tempo? Esta imaxe é máis acorde coa realidade actual?
- É posible falar hoxe en día dunha nova masculinidade? Poderías indicar algún exemplo de comportamento deste tipo?
- Consideras que existen labores domésticos para os que os homes son ineptos? E as mulleres?

(Se procede)

- Percibes diferenzas entre Galicia e o teu lugar de orixe no tocante aos roles sociais atribuídos aos homes?