



PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE VALPARAÍSO

Facultad de Filosofía y Educación
Instituto de Literatura y Cs. del Lenguaje

**ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
ENFOCADO DESDE LA CONSTRUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS Y PREJUICIOS: UNA
PROPUESTA DIDÁCTICA PARA SÉPTIMO BÁSICO.**

*Trabajo de título para optar al grado de licenciado en educación y título de profesor de
castellano y comunicación*

ALUMNA: PAULINA CAMPOS MARÍN
PROFESOR GUÍA: CLAUDIO GUERRERO

VIÑA DEL MAR, DICIEMBRE 2014

I . INDICE

I. Índice	02
II. Caracterización del proyecto	03
2.1 Nombre del Proyecto.....	03
2.2 Resumen del Proyecto	03
2.3 Estado del Arte	04
2.4 Problema Pedagógico	08
2.5 Especificación del núcleo problemático	09
III. Objetivos	12
IV. Corpus de la propuesta	13
V. Marco Teórico	14
- Propuesta desde la pedagogía crítica	14
- Educar en medios de comunicación	16
- Estereotipos y Prejuicios.....	18
VI. Planificación general de la secuencia	20
VII. Bibliografía	39
VIII Anexos (en CDs)	42

II. CARACTERIZACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Nombre del proyecto:

Análisis crítico del discurso en los medios de comunicación enfocado desde la construcción de estereotipos y prejuicios: una propuesta didáctica para séptimo básico.

2.2 Resumen del proyecto:

Este proyecto intentará proponer una secuencia didáctica que integre el discurso sostenido en los Medios Masivos de Comunicación (MMC, en adelante) con los contenidos pertinentes a Séptimo básico (análisis y evaluación de textos de los medios de comunicación), combinando los tres ejes: lectura, escritura y oralidad, tomando en cuenta el eje de investigación agregado en el nuevo ajuste curricular (2014) y desde una reflexión crítica acerca de un tema en particular; estereotipos y prejuicios.

En relación a lo planteado anteriormente, se ha escogido y dará énfasis la enseñanza del Objetivo de Aprendizaje (OA): **“Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando: *presencia de estereotipos y prejuicios *los efectos que puede tener la información divulgada en hombres y mujeres aludidos en el texto.”** (2014, 51), especialmente trabajar la comprensión y producción de mensajes sostenidos en los medios de comunicación enfocados en la idea que entregan acerca de los estereotipos y prejuicios, tales como de género, etarios, raciales, de clases sociales, físicos, etc.

Se pretende con este trabajo que los alumnos de séptimo básico al final de la unidad 2 sean capaces de identificar y ser conscientes de que los mensajes que se entregan a través de los medios de comunicación se han convertido no solo en un expositor de las cualidades de ciertos productos y/o servicios o entrega de información, sino que también en reales y eficaces herramientas que construyen la identidad sociocultural de los sujetos, en este caso, adolescentes.

2.3 Estado del arte:

Como se mencionó anteriormente, este proyecto propone una secuencia didáctica que integra el componente de medios de comunicación con los contenidos pertinentes a 7º básico (específicamente, análisis y evaluación de textos en medios de comunicación), trabajando en conjunto con los cuatro ejes y desde la reflexión crítica de un tema en específico (estereotipos y prejuicios). El contenido que se pretende abordar se relaciona con la interpretación y evaluación propias del análisis crítico del discurso en los medios, lo que implica analizar los mensajes verbales y no verbales, además de reflexionar en torno a los estereotipos y prejuicios que se reproducen a través de ellos. El proceso de enseñanza-aprendizaje de las habilidades con las que se ha escogido trabajar, requiere de una didáctica de análisis y producción de mensajes sostenidos en los medios, vinculándolo con la construcción de estereotipos y prejuicios en la realidad, por lo tanto, a continuación, revisaremos cómo se aborda el trabajo con respecto a nuestro objeto de estudio desde diferentes perspectivas didácticas que han funcionado y funcionan en las instituciones de enseñanza chilenas.

En una primera instancia, se revisarán distintos textos escolares para estudiantes, aprobados por el Ministerio de Educación de Chile (Mineduc, en adelante) para su utilización en colegios municipales y particulares subvencionados del país, para luego dar paso a la revisión de dos propuestas didácticas que se vinculan estrechamente con nuestro trabajo. Se evaluarán dichas propuestas didácticas en torno a cómo abordan la enseñanza del análisis crítico de los mensajes entregados por los medios, contenido que hemos seleccionado, y si se realizan actividades o ejemplos de la temática de estereotipos y/o prejuicios, tópico central en este proyecto.

1.- Textos escolares:

- Biedma, Manuela; Guajardo, Marcela; Guajardo, Verónica. (2006-2007): Editorial Mare Nostrum.

En este texto, el objetivo asociado a nuestro foco de estudio se encuentra en la Unidad 6: "Album Familiar" y corresponde a identificar estereotipos en las teleseries con el fin de analizar las familias chilenas que se presentan en éstas y relacionarlas con la realidad de los alumnos. Para lograr dicho objetivo, este texto escolar propone una actividad que debe ser realizada en el hogar. Los alumnos deberán rellenar un cuadro con información extraída de dos teleseries para luego responder preguntas acerca de cuántas se transmiten en un día y justificar -a través de otro cuadro-

cuál ha sido la preferida de cada alumno. La actividad continúa en clases, ya que, cada estudiante debe compartir la información extraída con otros compañeros con el objetivo de encontrar coincidencias en la elección de teleseries, en los argumentos y personajes de cada una para dar paso a concluir cómo son las familias o grupos que se destacan en ellas y analizar cómo son sus personajes representativos.

Siguiendo con la actividad acerca de los estereotipos en las teleseries, se muestra un cuadro con una reflexión que indica que las teleseries son historias basadas en la realidad pero que la muestran a través de personajes estereotipados. Para finalizar, se propone realizar un cuestionamiento en el que cada alumno responda si han estereotipado a alguien, cómo y por qué y los posibles problemas que esto podría acarrear.

Comentario: A pesar de que el análisis de las teleseries es coherente con el objetivo propuesto, no se trabaja en profundidad el análisis crítico de los estereotipos impuestos por la televisión (específicamente en las teleseries), no son cuestionados y la reflexión propuesta en la actividad es insuficiente para lograr que el alumno tenga su propia postura crítica, ya que, las consignas de la actividad solo apuntan a extraer información explícita de las teleseries y no da cabida a la reflexión.

- Carreño, Rubí; Santos, Danilo. (2008): Editorial Cal y Canto.

En este otro texto revisado, tenemos que el objetivo que se asocia a nuestro foco de estudio se encuentra en la Unidad 2: El bosque encantado. Dicho objetivo corresponde a que los estudiantes sean capaces de leer críticamente los mensajes de los medios de comunicación, a través de sus textos visuales, orales y escritos y para ello, la actividad propuesta es analizar y criticar afiches publicitarios. En el libro se muestra una imagen de un afiche y los alumnos reunidos en grupos deben responder una serie de preguntas en sus cuadernos que apuntan hacia la identificación, por parte de ellos, de la intención que subyace a la publicidad y la función del lenguaje que predomina.

Los alumnos, deberán concluir que la función del lenguaje que predomina en el afiche es la imperativa y, con esa información, deberán contestar preguntas dirigidas hacia el análisis de otros mensajes publicitarios que se exponen en el texto escolar que van enfocadas hacia la reflexión acerca de estereotipos y la vinculación del texto con la imagen.

Comentario: Si bien es cierto, esta actividad busca darle un tratamiento analítico y reflexivo a la publicidad en los medios de comunicación, tan solo una consigna (de doce) tiene como objetivo reflexionar acerca de los estereotipos que entrega la publicidad. Por otro lado, esta actividad sólo contempla la reflexión de estereotipos en los afiches que aparecen en el texto que apuntan hacia los estratos socioeconómicos y no se abre la discusión a otros que los estudiantes puedan conocer o reconocer en otros sitios. Por lo tanto, la actividad no hace anclaje con experiencias personales de los alumnos alejando el proceso de enseñanza de un resultado significativo.

2.- Propuestas didácticas:

- Contreras, M. Belén (2013): *Interpretación de los mecanismos de persuasión en el discurso publicitario desde una perspectiva de género.*

Esta propuesta didáctica propone analizar los mecanismos de persuasión en los mensajes publicitarios mirados desde una perspectiva de género. Las actividades propuestas apuntan a reforzar el eje de comprensión a través de la publicidad visual y audiovisual con el propósito de que los estudiantes reconozcan el carácter persuasivo de éste, además de actuar como un constructor de estereotipos de género. Finalmente los alumnos, con todo lo aprendido, deberán producir (en grupos) una campaña contrapublicitaria.

Comentario: A pesar de que es una propuesta didáctica bastante completa y se acerca a nuestro foco de trabajo, solamente trabaja con un tipo de estereotipo (el de género) y un tipo de mensaje en particular (publicidad) y- para esta proyecto didáctico- lo que se pretende es ampliar el foco y analizar los distintos tipos de estereotipos presentes en diversos medios de comunicación.

La propuesta hecha por Contreras (2013) está destinada a alumnos de Tercer año de enseñanza media, por lo tanto, la reflexión sobre temas de sexualidad, homosexualidad y género se puede problematizar y analizar de una manera más acabada y profunda. Sin embargo, nuestra propuesta - pensada para alumnos de séptimo básico- es una iniciación a la educación en Medios, por lo tanto, no busca profundizar en un estereotipo en específico, sino dar cuenta de cómo los medios son creadores de éstos.

- Leon, Macarena (2014): *Publicidad y educación crítica en Medios. Propuesta didáctica para 1º año de enseñanza media.*

Esta propuesta didáctica tiene como finalidad crear una Unidad dedicada específicamente al estudio de Medios de Comunicación, enfocada al ámbito de la publicidad. Dicha propuesta busca que el estudiante desarrolle una reflexión crítica tanto de los medios como de los elementos que forman parte de su universo (7) para -de esta forma- poder enfrentarse a una sociedad que está inmersa en los textos *massmediáticos*. Las actividades que se proponen apuntan a reforzar, en una primera instancia, el eje de comprensión a través del análisis de la publicidad, para luego dar paso al eje de producción escrita de una campaña publicitaria de carácter educativo.

Comentario: Pese a que esta propuesta busca desarrollar un pensamiento crítico en los estudiantes, con respecto a los medios de comunicación -al igual que nuestro trabajo-, sólo se enfoca en un tipo de mensaje emitido por éstos (la publicidad) y no delimita qué aspectos serán analizados. Se plantea que los mensajes mediáticos son parte de la vida cotidiana del estudiante, convirtiéndose así en un referente identitario importante de modo que los estereotipos y/o prejuicios presentes en dicho discurso corresponderían parte importante de la creación de identidad, ya que, se muestran como modelos a seguir.

Si bien es cierto, la propuesta realizada por Leon (2014) se acerca bastante a lo que se plantea en este proyecto con respecto a una mirada crítica acerca del discurso *massmediático*, se aleja de nuestro foco de estudio que son los estereotipos y prejuicios en los Medios Masivos de Comunicación como creadores de realidad e identidad.

2.4 Problema pedagógico:

Hoy en día, los Medios Masivos de Comunicación están presentes en todos los lugares en los que nos desenvolvemos en nuestra vida cotidiana, a cada hora y a través de variados soportes. Transmiten todo tipo de mensajes e intentan ser un reflejo de la vida real, de esta forma se puede afirmar que los MMC ayudan a fijar maneras de pensamiento en la sociedad, además de otorgar información y elementos con los que las personas forman sus opiniones, pensamientos e incluso ideologías. Así mismo, estos medios se convierten en facilitadores de referentes de identidad ya que, a través de sus mensajes, alaban o critican ciertos estilos de vida, determinadas formas de vivir y entender el mundo y diferentes idiosincrasias, entre otros aspectos.

Debido a la situación anterior, cabe destacar que existen dos tipos de receptores de dichos mensajes entregados por lo MMC; los receptores pasivos, aquellos que reciben la información sin cuestionamiento alguno, llegando a alienarse, y los receptores activos que corresponde a aquellos que tienen la capacidad de criticar esta información y cuestionarla. Por esta razón, el aula debería ser uno de los principales lugares en donde se favorezca - a través del reforzamiento de habilidades- una lectura crítica de los significados que entregan los Medios de Comunicación.

Si nos detenemos en los Planes y Programas y en textos escolares es posible detectar que hay una presencia e intención de abordar los Medios Masivos de Comunicación a través de la utilización de éstos como herramienta para el desarrollo de habilidades o la enseñanza de ciertos contenidos, quedando el mensaje *massmediático* relegado a ser un recurso didáctico que solo está en pos de otros contenidos sin considerar que éste puede (y debe) ser el objeto de estudio a analizar y estudiar, ya que, la información entregada por los MMC poseen significados que no siempre somos capaces de decodificar a simple vista y se ha hecho necesario comprender y leer de una manera crítica el mensaje que estos medios masivos nos quieren entregar.

A partir de esta inquietud por abordar el análisis crítico de los Medios Masivos de Comunicación, se decide trabajar con propuestas didácticas que apunten hacia el reconocimiento - por parte de los alumnos- de la promoción de estereotipos y prejuicios que subyacen a dichos

mensajes haciéndolos conscientes de la influencia de éstos en la construcción de identidad y/o pensamiento al que son sometidos. De esta manera se cuestiona el tratamiento que el Mineduc le otorga a esta temática en particular porque no es abordada de una manera provechosa, ni toma en consideración que los alumnos se encuentran en una etapa de búsqueda y definiciones identitarias que se condicen con las nociones señaladas, por lo que un enfoque que se piense cultural y comunicativo puede desarrollarse a partir de las necesidades identitarias para la enseñanza de la comprensión y producción de los medios.

2.5 Especificaciones del núcleo problemático:

La enseñanza de los Medios de Comunicación el Marco Curricular:

El Ministerio de Educación chileno (en adelante, Mineduc) plantea que los Medios Masivos de Comunicación (MMC) han de ser un ingrediente fundamental para el sector de Lenguaje y Comunicación, esto queda estipulado desde el Ajuste Curricular (2009) en los tres ejes transversales de aprendizaje: comunicación oral, lectura y escritura. En este mismo ajuste se fundamenta que los Medios de Comunicación están al servicio de las competencias comunicativas y de las necesidades del sector, ya que, actúan como apoyo y propiciador de actividades.

En cuanto al tratamiento de la enseñanza que se le da a los MMC, cabe destacar que en el Programa de Séptimo básico, entregado por el Mineduc con el reajuste del 2014, propone como único objetivo, ser herramienta para la enseñanza de habilidades de escritura e investigación. Se propone que el docente enseñe al estudiante cómo utilizar específicamente internet; por un lado para la producción de textos (blogs y plataformas virtuales) y extracción seleccionada de información que contribuyen a una búsqueda eficiente.

Por otro lado, el único Objetivo de Aprendizaje (OA) propuesto para este nivel correspondiente al análisis de los MMC es el antes mencionado que corresponde al número 09 en el eje de escritura; estos nuevos planes no sugieren actividades de modo que este trabajo también busca ser un aporte en este sentido.

Si bien es cierto, esta parte de los contenidos se acerca a lo que se quiere desarrollar en esta propuesta, no cumple a cabalidad con el nuevo enfoque de la asignatura que es cultural y

comunicativo y que pretende, por una parte, que el estudiante desarrolle y ejercite el pensamiento, la maduración y reflexión de distintos temas, y por la otra, que desarrolle competencias comunicativas indispensables para la participación activa en la sociedad. Por lo tanto, tomando el foco propuesto por el Mineduc la planificación de tareas y actividades del sector de Lenguaje y Comunicación deben ir en pos de dicho enfoque.

Descripción general de la propuesta:

El propósito práctico de este trabajo es la planificación de una secuencia pedagógica y la elaboración del material didáctico que potencialmente corresponda a las estrategias de enseñanza y a la organización de aprendizajes elaborada. Ya que, se pretende que esta propuesta sea eventualmente utilizada en las instituciones chilenas, utilizable en el aula. Se situará esta tarea en los Planes y Programas del Mineduc que regirán los objetivos y contenidos expuestos anteriormente.

Como se menciona anteriormente, este proyecto está pensado para llevarse a cabo en un séptimo básico, en el subsector de Lenguaje y Comunicación. En particular, se encuentra en la Unidad 2 que organiza los contenidos relativos al análisis de los medios de comunicación. Cabe destacar que, las nuevas bases curriculares (2014) sólo cuentan con Objetivos de Aprendizajes y una antología de textos literarios sugeridos por nivel, por lo tanto, para finalidades de organización por unidades de esta propuesta se tomó en consideración el trabajo del Mineduc del año 2011 en los Planes y Programas para séptimo básico en Lenguaje y Comunicación. El objetivo de aprendizaje que se ha escogido es “analizar y evaluar de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales”, objetivo que se cumplirá solamente a través del análisis y reflexión crítica de ciertos mensajes de los medios de comunicación que apuntan hacia la creación de estereotipos y prejuicios que esta propuesta se dispone a interpretar específicamente.

El único Contenido Mínimo Obligatorio (CMO) que el Mineduc dispone en *Objetivos Fundamentales* y *Contenidos Mínimos Obligatorios de la educación básica y media*, se encuentra en el la actualización del año 2009 en el eje de escritura y corresponde a “Producción de textos escritos y audiovisuales ajustados a propósitos y requerimientos del nivel, que pueden incluir: solicitudes, intercambios instantáneos por internet, guiones radiales, fotologs personales, adaptación y creación de textos dramáticos.” Como este contenido toma en consideración ciertos MMC, pero

no considera el análisis crítico de éstos, cabe precisar que se intentará enseñar la recepción y análisis de los estereotipos y prejuicios dispuestos en los medios.

La unidad 2, en la que se insertará la temática que se está desarrollando, es configurada a partir de 8 aprendizajes esperados que se dividen por eje y corresponden a:

Unidad 2

<p>AE 01 LECTURA Interpretar textos narrativos comentados en clases, considerando:</p> <ul style="list-style-type: none">› diferencia entre narrador y autor› narración en primera o tercera persona› diálogos y pensamientos expresados› ambiente físico y psicológico› temas y valores presentes› experiencia personal.	<p>AE 05 ESCRITURA Escribir un párrafo argumentativo coherente sobre un cuento:</p> <ul style="list-style-type: none">› eligiendo un tema sobre el cual argumentar› fundamentando su interpretación con apuntes de clases (si es pertinente)› usando ejemplos del texto.
<p>AE 02 LECTURA Interpretar poemas, considerando:</p> <ul style="list-style-type: none">› impresiones personales frente a la lectura› figuras literarias (comparación, personificación, aliteración, hipérbolo y onomatopeya)› lenguaje figurado de los textos que leen› significado denotativo y connotativo de palabras y expresiones.	<p>AE 06 ESCRITURA Aplicar su conocimiento sobre estructuras y unidades básicas gramaticales en la escritura de textos:</p> <ul style="list-style-type: none">› sujeto y predicado› sustantivos, frases sustantivas, complemento del nombre, pronombres (personales, numerales, indefinidos), adjetivos, complemento del adjetivo, frases adjetivas y adverbios› verbos irregulares en modo indicativo.
<p>AE 03 LECTURA Interpretar diversos textos publicitarios, considerando:</p> <ul style="list-style-type: none">› mensajes implícitos› lenguaje característico› función del lenguaje predominante en el texto.	<p>AE 07 COMUNICACIÓN ORAL Recitar o narrar en voz alta textos poéticos o narrativos:</p> <ul style="list-style-type: none">› memorizando previamente los textos poéticos› diciendo los textos con fluidez› utilizando apropiadamente el lenguaje paraverbal y no verbal.
<p>AE 04 ESCRITURA Escribir poemas:</p> <ul style="list-style-type: none">› que describan sentimientos, objetos o personas› incorporando algunas figuras literarias› utilizando rima› respetando las reglas ortográficas.	<p>AE 08 COMUNICACIÓN ORAL Comprender textos escuchados.</p>

Tiempo estimado
52 horas pedagógicas

Debido a que en este proyecto se desarrollarán las cuatro habilidades y el OA fue pesquisado de las nuevas bases curriculares (2014), sólo se toma en consideración (del cuadro anterior correspondiente a los planes y programas del 2011) la distribución horaria de la unidad, ya que, la secuencia didáctica propuesta más adelante, intentaría ser una innovación en cuanto al tratamiento del análisis de los MMC. Por lo tanto, para efectos de este trabajo, la subunidad que se propone contemplaría 10 sesiones de 2 horas pedagógicas cada una, es decir, correspondería a un total de 20 horas pedagógicas.

Beneficiarios del proyecto:

Esta propuesta va dirigida a alumnos de séptimo año básico, ya que, corresponde a un proyecto que busca introducir la educación en Medios Masivos de Comunicación con el objetivo de analizarlos críticamente e identificar en ellos la creación de estereotipos y prejuicios que influyen en la construcción de identidad.

Este proyecto no contempla diferencias socioeconómicas, porque puede ser implementado tanto en un establecimiento municipal, particular subvencionado y/o privado. Además, se abre a la posibilidad de ser llevado a cabo en establecimientos que tengan un proyecto educativo de integración cultural.

Por último, este trabajo también va dirigido hacia los otros actores de la educación; docentes y futuros docentes que consideran que la educación en medios masivos de comunicación debiese ser trabajado como un objeto de estudio y, por lo tanto, incorporado al currículum escolar chileno.

III. OBJETIVOS:

1.- Objetivo general

Proponer una secuencia didáctica que apunte hacia el análisis y reflexión crítica de los mensajes expuestos a través de los medios masivos de comunicación enfocados en la entrega de estereotipos y prejuicios.

2.- Objetivos específicos

- Conocer y reconocer estereotipos y prejuicios presentes en diversos medios de comunicación de masas.
- Analizar críticamente los mensajes emitidos a través de diversos medios de comunicación con el fin de identificar estereotipos y prejuicios que influyen en la construcción de identidad.
- Producir un mensaje *massmediático* de un antiejemple de estereotipos y/o prejuicios.

IV. CORPUS DE LA PROPUESTA

Como bien se ha afirmado anteriormente, los MMC no es una temática que se aborde como un objeto de estudio, por lo tanto, no existe suficiente corpus de textos asociados a este contenido. Lo que se pretende en este apartado, es precisamente, proponer una selección de textos que complementarán el proyecto didáctico llevado a cabo. Para esto, se dividen los textos en dos grandes temáticas; por un lado están los textos relacionado con la educación en medios de comunicación y, por el otro, se encuentran lo que se relacionan con los conceptos de estereotipos y prejuicios.

Educación en medios:

- Cabero, Julio. “Más allá de la planificación en la ‘Educación en Medios de comunicación’” *Revista Comunicar, revista de educación en “Medios de Comunicación”* N°8, año V, época II. Andalucía, España, 1997.
- Lomas, Carlos. *El aprendizaje de la comunicación en las aulas*. España: Paidós, 2002.
- Morduchowicz, Roxana “Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible” *Revista ibero americana de educación*. N° 26, Mayo-Agosto. OEI- Ediciones, 2001.

Estereotipos y prejuicios:

- Amossy, Ruth & Herschberg Pierrot, Anne. *Estereotipos y clichés*. Universidad de Buenos Aires, 2001.
- Elosua, María Rosa. “Los estereotipos sociales. Detrás del cristal”. *Crítica*, n° 811, 45-48, 1994.
- González, Blanca. “Los estereotipos como factor de socialización en el género”. *Revista Comunicar. Estereotipos en los medios. educar para el sentido crítico*. N°12, año VI, época III. Andalucía, España, 1999.

V. MARCO TEÓRICO

Hoy en día, los medios de comunicación modifican -en distintos grados- las conductas individuales de las personas, ya que, están más presentes que nunca en nuestras vidas y, por ende, transforman las expresiones de socialización de los estudiantes. Que comentemos los programas televisivos o adquiramos algún producto ofrecido por la publicidad o formemos una opinión política o ideológica a propósito de los mensajes entregados por la prensa electrónica, da cuenta de la íntima relación que se da de manera constante entre los sujetos y los medios. Este trabajo tiene la intención de proponer una secuencia didáctica que integre el componente de “Medios de Comunicación” con los contenidos concernientes a Séptimo Básico (en específico, análisis y crítica de los textos en los medios de comunicación), eje de comprensión y producción desde la reflexión de una temática en particular; estereotipos y prejuicios.

A continuación, se situará esta propuesta y se definirá los principales conceptos que la articulan.

1.- Propuesta desde la pedagogía crítica:

El análisis crítico del discurso emitido por los Medios Masivos de Comunicación, ha tenido un pequeño espacio dentro del nuevo Ajuste Curricular del 2014, propuesto por el Mineduc para séptimo básico, en él se presenta solo uno de once Objetivos de Aprendizaje (OA) con respecto al análisis del discurso *massmediático* y consiste en:

“Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando:

- los propósitos explícitos e implícitos del texto
- una distinción entre los hechos y las opiniones expresadas
- presencia de estereotipos y prejuicios
- el análisis e interpretación de imágenes, gráficos, tablas, mapas o diagramas, y su relación con el texto en el que están insertos
- los efectos que puede tener la información divulgada en los hombres o las mujeres aludidos en el texto.” (51)

Por lo tanto, podemos percatarnos del poco espacio que existe para la reflexión crítica porque, a pesar de que se propone un análisis del discurso mediático, no hay cabida -según el OA señalado- para el desarrollo del pensamiento crítico y autónomo por parte de los estudiantes, lo que provoca que éstos no se hagan responsables de su propio proceso de enseñanza-aprendizaje.

Debido a lo anterior, el análisis crítico de los mensajes expuestos en los medios de comunicación requiere de un cambio en el concepto de educación; ya no solo es el mero traspaso de información de contenidos de las áreas tradicionales, sino que, para efectos de este trabajo, entenderemos la educación como el proceso que promueve la reflexión, (Aubert, A. y García, C., 2009). Por lo tanto, la pedagogía, bajo este apartado, pasa a ser más que la evaluación de resultados medibles, a convertirse en una contribución a la transformación social y crítica del discurso establecido en los MMC.

De este modo, se pretende que el proceso de enseñanza-aprendizaje integre las habilidades que ayudan a la comprensión y reflexión crítica de los mensajes producidos por los medios masivos de comunicación, favoreciendo el aprendizaje y desarrollo del lenguaje como herramienta para la interpretación y transformación del mundo por parte del estudiante. Por esta misma razón -según proponen las autoras antes señaladas- en la evaluación deben ser tomadas en cuenta las situaciones sociales y de alienación cultural de los estudiantes, ya que, la calidad educativa no solo depende de un instrumento que mide contenidos, sino que de cómo ese contenido ha sido significativo y transformador en la vida del alumno, de esta forma interactúa la conexión entre sus problemas individuales, las experiencias y el contexto social en el que están inmersos, factores que no deben ser dejados a un lado, ya que, influyen en su proceso de aprendizaje. Esta idea se reafirma con las palabras de Rigollet (2014) acerca de la evaluación: “En esta dimensión comprensiva, la evaluación también sería una construcción social y, en consecuencia, también intersubjetiva, cultural, contexto dependiente.”

Por otro lado, el Mineduc (2014) propone un proceso educativo que se enfoca en permitir que los estudiantes adquieran un lenguaje comunicativo cultural y que, a partir de esta situación, desarrollen conciencia de su propia cultura, siendo capaces de criticarla y reflexionar acerca de ella. (30) Si bien es cierto, se deja ver una intención de fomentar el pensamiento crítico en los estudiantes, no se propone una estrategia didáctica sobre cómo llevar al aula estos conocimientos,

además no se realiza la conexión entre las experiencias personales de los estudiantes y su contexto social, proceso importante para que el aprendizaje sea significativo.

Por esta razón, es que este proyecto se sitúa dentro de lo que es conocido como la pedagogía crítica y puede ser definida como aquellas corrientes pedagógicas que surgen de una concepción educativa problematizadora y tiene como gran objetivo la formación de la conciencia crítica en todos los actores de la educación, tanto en estudiantes como en profesores. (Freire, 1984). Dicho autor, plantea que el acto de estudiar exige un acto de crítica y que constituye una actitud frente al mundo: “Estudiar no es un acto de consumir ideas, sino que de crearlas y recrearlas” (53).

Esta propuesta se centrará en vincular el aprendizaje del análisis crítico del discurso de los medios de comunicación con la reflexión acerca de estereotipos y prejuicios, de modo que los estudiantes puedan evaluar dichos mensajes que los somete a formas establecidas de identidad. Este punto de vista puede ser considerado como un planteamiento de liberación en el desarrollo de una conciencia crítica en los educandos que los dirija a actuar y pensar de manera autónoma. La perspectiva comunicativa cultural que propone el currículum escolar y también este trabajo, hace que el centro del subsector de lenguaje y comunicación sea el sujeto (en este caso los estudiantes) y su capacidad de reflexión crítica y sus necesidades comunicativas, por lo tanto, se puede vincular este proyecto a una práctica comunicativa y cultural que acerque a los sujetos a ser constructores sociales que buscan poner en cuestionamiento las problemáticas de los estereotipos y prejuicios en el discurso *massmediático* que reciben y producen.

2.- Educar en medios de comunicación

Para nadie es un secreto que los medios de comunicación ocupan un lugar importante en la vida cotidiana de los sujetos; están al alcance de cualquiera, proporcionan información y, además, influyen en la forma de percibir e interactuar con el mundo tal y como se indica en el prólogo de la revista *Comunicar* 8, por Federico Mayor (1997): “Las ‘autopistas de la información’ ofrecen posibilidades inéditas para el progreso del conocimiento y el desarrollo de la cooperación intelectual.” (06), por lo tanto, los medios masivos de comunicación se han visto obligados a tomar una posición dentro de las aulas de clases.

“El manejo de las diapositivas, de las fotografías, de las reproducciones impresas, de las transparencias, de las imágenes por ordenador, hace que los alumnos puedan leer las imágenes, descubrir la diversidad de significados y sobre todo interpretar los mensajes que ellas proporcionan.” (Martínez-Salanova, s/a)

Es importante destacar que la relación entre los sujetos (en este caso, los alumnos) y los medios de comunicación, ha sido poco estudiada desde la pedagogía y, por ende, hay poco de enseñanza de medios como objeto de estudio en el aula; solamente han servido como soporte o herramienta en pos de la enseñanza de ciertos contenidos tal y como lo han planteado los Planes y Programas propuestos por el Mineduc pero nada de educación y análisis de medios de comunicación. Debido a esta situación, es que José Torreblanca (1997), dentro de la misma revista antes señalada, indica que la visión y enseñanza que se debe tener con respecto a los MMC es que los alumnos en conjunto con los docentes asuman los mensajes de los medios en el aula, reflexionando y problematizando en torno a ellos en relación a la vida cotidiana (09).

En consideración con la situación anterior, este trabajo propone un nuevo enfoque para que el discurso que nace en los medios masivos de comunicación sea estudiado en las aulas de clases, es decir, que se convierta en el objeto de estudio que enseñe a los estudiantes a analizar crítica y reflexivamente dichos mensajes; que exista una “educación en medios de comunicación” (Morduchowicz, 2001), considerando que el currículum nacional no toma en cuenta esta forma de ser entregado este contenido y, por lo mismo, sigue siendo una “asignatura pendiente”.

Al respecto, Julio Cabero (1997) hace hincapié a exigir una modificación del currículum con la finalidad de que éstos se adapten a las nuevas necesidades sociales que ya nada tienen que ver con aprender a utilizar las nuevas tecnologías, puesto hoy los sujetos nacen sabiendo prender el televisor y navegar por internet, sino más bien a comprender los mensajes que estos medios nos tratan de decir, ya que, no solamente reflejan una realidad sino que también la crean, convirtiéndose así en referentes de identidad que los alumnos deben ser capaces de cuestionar. En conclusión, incorporar los medios en las escuelas supone también integrar, revalorizar y resignificar la cultura cotidiana de los alumnos, en la que los distintos medios *massmediáticos* ocupan un lugar fundamental. (Morduchowics, 99)

3.- Estereotipos y Prejuicios en los medios

Los medios masivos de comunicación son parte indispensable de la vida, ya que, no solo entretienen sino que se les ha dado el consentimiento de poder influenciar en la sociedad con respecto a la visión que se tiene de ciertas cosas o situaciones. De este modo, los MMC se han convertido en un fuerte referente de identidad en los sujetos siendo creadores y promovedores de estereotipos y prejuicios. Así lo afirma Mateos de Cabo (2007):

“Los medios de comunicación de masas juegan un papel de estabilización e integración de roles, valores, normas y símbolos. Además, son considerados un importante instrumento para la socialización y la transmisión de valores, ya que muestran pautas de comportamiento de forma consciente o inconsciente, que se convierten en ocasiones en modelos de referencia para la sociedad. De forma inevitable acaban creando una “realidad” que afecta a nuestra visión del mundo y a su comprensión” (04)

Por esta razón, este trabajo se empeña en insertar la problemática de la identidad de los estudiantes como directriz de la reflexión y el análisis de discurso de los medios masivos de comunicación desde la construcción de estereotipos y prejuicios que éstos otorgan. Para llegar a entender qué y cómo funcionan tales conceptos en los medios, es necesario -en primer lugar- definirlos.

Para eso, tomaremos la definición que realiza Amossy y Hershberg Perrot (2001) de estereotipo que corresponde al proceso de categorización que simplifica y recorta lo real, formando imágenes en nuestro imaginario individual y/o colectivo que mediatizan esta relación con la realidad, es decir, una creencia, una opinión o representación que se tiene de algo o alguien. Este conjunto de creencias -compartidas socialmente- suelen exagerar un determinado rasgo de una persona y cumplen función de primer orden en la construcción de identidad. Según González (1999), los estereotipos nos ayudan a comprender el mundo de una manera simplificada, ahorrándonos los esfuerzos analíticos que nos supondría tener que enfrentarse a un medio social desconocido, desordenado y novedoso y tener que buscar en él datos que nos ayuden a dominarlo y adaptarnos (80).

Por otro lado, el prejuicio estaría dado por la tendencia a juzgar desafortunadamente a un objeto o persona, corresponde a la opinión previa -por lo general desfavorable- que se tiene acerca de un grupo social y se forma sin motivo. (González, 79). Se considera que el prejuicio es una actitud, ya que, condiciona la respuesta personal hacia el medio, una característica importante es que la persona tiene una posición personal sobre una situación sin conocerla en profundidad.

De este modo, el prejuicio es una valoración que influye en los estereotipos; el estereotipo es la categorización de algo o alguien y el prejuicio es la carga valórica negativa que se tiene de dicha categorización. Los estereotipos frecuentemente van acompañado de prejuicios hacia cualquier miembro de la categoría en cuestión sin tener una experiencia anterior en la cual basar dicho juicio negativo y contribuye a la formación y mantención de ideologías de grupo que explican acciones sociales contra otros.

Los conceptos definidos anteriormente tienen un lugar establecido dentro de los mensajes *massmediáticos*; entregan categorizaciones determinadas y se convierten en referentes de identidad, sobre todo en los adolescentes, ya que, es más cómodo y fácil decodificar lo simple- que ya viene dado- que hacer el trabajo por nuestra propia cuenta. Entonces, los sujetos no realizan el proceso de análisis crítico de dichos mensajes cargados de estereotipos y/o prejuicios, sino que, los consumen de forma alienada y automática. Aquí es donde el aula se convierte en el principal escenario para el desarrollo de dicha reflexión y el proceso de enseñanza-aprendizaje debe apuntar hacia esta tarea también.

Así, el análisis de estereotipos y prejuicios es considerado como uno de los objetivos de aprendizaje de séptimo año básico, según el ajuste del 2014 y se condice con la reflexión y análisis crítico de los mensajes de los medios que se viene argumentando a lo largo de este proyecto.

VI. PLANIFICACIÓN GENERAL DE LA SECUENCIA

Sesión	Aprendizaje Esperado	Contenidos	Recursos	Actividades	Evaluación
1 (2 Hrs.)	- Conocen y reconocen los Medios masivos de comunicación y las funciones de éstos.	- Definición y concepto de Medios masivos de comunicación - Función de los Medios masivos de comunicación. - - informar - - entretener - - educar - - orientar, persuadir y formar opinión.	- Presentación Power Point de los Medios Masivos de Comunicación y sus funciones. - Computador - Data - Plumón - Pizarra - Parlantes - Selección de videos de mensajes de los Medios de comunicación. - P P T selección de imágenes para introducir el tema.	<u>I n i c i o</u> : presentación de la unidad y explicitación del objetivo de la clase (AE). <u>D e s a r r o l l o</u> : Preguntas del docente acerca de ideas previas de los estudiantes acerca de los Medios masivos de comunicación. En conjunto se construirá una definición tentativa a partir de lo indicado por los alumnos. Muestra de distintos tipos de mensajes emitidos por los los medios masivos de comunicación con la finalidad de extraer las funciones de estos medios.	Formativa.

				<p>Exposición de profesora sobre las distintas funciones de los medios masivos de comunicación a partir de un PPT.</p> <p>Muestra de vídeos en los cuales los alumnos deberán reconocer la función del mensaje emitido.</p> <p><u>Cierre:</u> evaluación formativa. Se comprueba que el objetivo de la clase se haya logrado.</p>	
--	--	--	--	---	--

2 (2 Hrs.)	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocen conceptos de estereotipos y prejuicios en los mensajes de los medios masivos de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Definición y concepto de estereotipos y prejuicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - power point con conceptos de estereotipo y prejuicio. - Selección de videos para análisis en clases. - Pizarra, plumón, computador, parlantes, data. - video para introducir el tema de los estereotipos y prejuicios. 	<p><u>Inicio:</u> Activación de conocimientos previos (resumen de la definición de medios de comunicación y sus funciones). Presentación del objetivo de la clase. <u>Desarrollo:</u> Se muestra un video para introducir los conceptos de prejuicio y estereotipo, a la mitad se corta el video con la intención que los alumnos digan qué creen que pasará al final de la historia. Se reflexiona acerca de los estereotipos y prejuicios.</p>	Formativa.
---------------	---	---	---	--	------------

				<p>Exposición de profesora de la definición de estereotipos y prejuicios a partir de un power point con el objetivo que todos los estudiantes tengan la misma concepción de dichos conceptos.</p> <p>Análisis de videos para distinguir entre estereotipos y prejuicios en medios masivos de comunicación.</p> <p><u>Cierre:</u> Retroalimentación del análisis realizado por los estudiantes y consolidación de los conceptos trabajados en clases.</p> <p>Se comprueba que el aprendizaje esperado de la clase se haya logrado.</p>	
--	--	--	--	--	--

<p>3 (2 Hrs.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocen que los mensajes de los medios masivos de comunicación construyen estereotipos y / o prejuicios. - Analizan mensajes emitidos en diversos medios masivos de comunicación, reflexionando acerca de los estereotipos y prejuicios presentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del discurso de los medios de comunicación. - Estereotipos y prejuicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Video de publicidad de <i>Barbie</i>. - Video de noticia acerca de “<i>Barbie</i> renovada” - Diarios y revistas - Plumón, Pizarra, computador, parlantes, data. 	<p><u>Inicio:</u> Activación de conocimientos previos (resumen conceptos de estereotipo y prejuicios). Presentación del objetivo de la clase.</p> <p><u>Desarrollo:</u> profesora muestra un video de una publicidad de <i>Barbie</i> y un video de una <i>barbie</i> “más real”. Se comparan ambos videos y se recalca la diferencia de que uno es con un propósito comercial y el otro es informativo (noticia). El docente realiza preguntas dirigidas en las cuales los estudiantes deberán reflexionar acerca de los mensajes entregados por los medios de comunicación que estamos consumiendo: ¿Qué tipo de belleza femenina entrega</p>	<p>sumativa (acumulativa) formativa</p>
-----------------------	---	---	---	---	---

				<p>el primer video? ¿se acerca a la realidad? ¿el tipo de mujer representado en el segundo video, se acerca más a la realidad? ¿por qué? Luego se explica que hay distintos tipos de estereotipos y prejuicios, se les pregunta a los alumnos cuáles conocen y se hace - entre todos- una tipología de los que más se manejan.</p> <p>Los alumnos identifican estereotipos y prejuicios en periódicos y revistas.</p> <p><u>Cierre:</u> Se realiza un resumen de la clase, concluyendo que los medios masivos de comunicación construyen estereotipos y prejuicios a través de sus mensajes.</p> <p>Se les dice a los alumnos que estén atentos a los prejuicios y/o estereotipos que se presenten en los medios y los traigan anotados.</p>	
--	--	--	--	--	--

4 (2Hrs.)	- Reconocen la diferencia entre estereotipo y prejuicio.	- Concepto de estereotipo y prejuicio	<ul style="list-style-type: none"> - P P T diferencia entre estereotipos y prejuicios - Fichas con distintos estereotipos prejuicios. - D a t a , plumón, pizarra, computador . 	<p><u>Inicio:</u> Activación de conocimientos previos (resumen de conceptos de estereotipos y prejuicios). Se presenta el objetivo de la clase.</p> <p><u>Desarrollo:</u> La profesora comienza la sesión realizando preguntas al curso en general: ¿ Qué estereotipo y/o prejuicio han reconocido? ¿Dónde? ¿Se repite bastante? ¿qué opinan al respecto? Con las respuestas dadas por los mismos alumnos se hace una tipología de estereotipos y prejuicios, se anotan en un costado de la pizarra. La profesora muestra un ppt con la diferencia entre estereotipos y prejuicios, se comprueba que todos los estudiantes entendieron y luego, vuelve a los conceptos escritos al costado de la pizarra y se les pregunta a qué categoría correspondería (estereotipo o prejuicio) y por qué.</p>	Formativa
--------------	--	---------------------------------------	--	--	-----------

				<p>Los alumnos se reúnen en grupos de no más de cinco y la docente entrega a cada grupo una ficha con un estereotipo o p r e j u i c i o determinado que los alumnos deberán interpretar frente al curso. La finalidad de esta actividad es que el resto de alumnos adivine qué concepto está siendo representado y así reforzar lo aprendido en la sesión.</p> <p><u>Cierre:</u> Se realiza un resumen de la clase, reforzando la diferencia entre estereotipos y prejuicios y de esa forma se comprueba que el objetivo presentado al inicio se cumplió.</p>	
--	--	--	--	--	--

<p>5 (2 Hrs.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocen y reconocen el <i>fanzine</i> como un medio masivo de comunicación. - Analizan un antieejemplo de estereotipo de 	<ul style="list-style-type: none"> - concepto de <i>fanzine</i> - Estructura del fanzine. - Objetivo del fanzine. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plumón, pizarra, data, computador, parlantes. - Video sobre cómo crear un <i>fanzine</i>. - P P T concepto de <i>fanzine</i>. - ppt con imágenes de antieejemplos. 	<p><u>inicio:</u> Activación de conocimientos previos (resumen de la diferencia entre estereotipos y prejuicios). Se presenta el objetivo de la clase.</p> <p><u>Desarrollo:</u> La profesora muestra al curso imágenes con antipublicidad, es decir, imágenes en donde se logra apreciar la NO presencia de estereotipos y/o prejuicios. Se comenta con el curso las imágenes y se les explica que para su trabajo final (que comenzarán a realizar desde la próxima sesión) deberán desarrollar un antieejemplo de un estereotipo o prejuicio presente en los medios. Para continuar, se les pregunta a los estudiantes si conocen los <i>fanzines</i>, entre todos se arma una definición de este tipo de publicación y se muestra un video de “Cómo hacer un <i>fanzine</i>”.</p>	<p>Formtiva</p>
-----------------------	---	--	---	---	-----------------

				<p>Preguntas dirigidas hacia los alumnos ¿Han creado alguna vez un <i>fanzine</i>? ¿qué creen que se necesita para la elaboración de uno?. Se crea -en conjunto- una lista en la pizarra con los materiales que se necesitan para fabricar un <i>fanzine</i> propio.</p> <p>Docente expone un PPT con definición y concepto de <i>fanzine</i> y cómo esta publicación pequeña, se ha masificado gracias a internet, convirtiéndose en un medio masivo de comunicación. La profesora explica que el trabajo final corresponde a la fabricación de un <i>fanzine</i> en clases, por proceso, con la temática de un estereotipo o prejuicio determinado que será desarrollado a modo de antejemplo en la publicación.</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p><u>Cierre:</u> _____ Docente indica los grupos de trabajo (no más de cinco alumnos por grupo) y ellos escogen la temática a desarrollar. Se les pide también, que por grupo traigan materiales para comenzar a trabajar en <i>fanzine</i> desde la próxima sesión.</p> <p>Se hace un recuento de la clase y se comprueba que el objetivo se haya cumplido.</p>	
--	--	--	--	---	--

<p>6 (2 Hrs.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analizan prejuicios en medios de comunicación - Producen textos a modo de antiejeemplo, que dan cuenta de los estereotipos y prejuicios establecidos por los medios de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de estereotipo y prejuicio - Análisis de los MMC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lápices de colores - Hojas blancas - Cartulinas - Tijeras - Revistas y diarios - pegamento - Video de antiejeemplo - plumón, pizarra, data, computador, parlantes. - Pauta de evaluación de los <i>fanzines</i> 	<p><u>Inicio:</u> Activación de conocimientos previos (recordar lo que es un <i>fanzine</i> y su función). Se presenta el objetivo de la clase. La profesora hace entrega de la pauta de evaluación de los <i>fanzines</i>.</p> <p><u>Desarrollo:</u> La profesora introduce la clase presentando un video de un antiejeemplo de los prejuicios acerca de los mapuches.. En conjunto se analiza con preguntas como: ¿ cómo se muestran los mapuches en el video? ¿qué conoces tú acerca de los mapuches? ¿cómo son mostrados en los medios? ¿de qué forma el video es un antiejeemplo? Luego de esta reflexión, los alumnos deben crear un cómic que dé cuenta de un antiejeemplo de estereotipo y/o prejuicio según sea el caso y será incluido en sus <i>fanzines</i>. De este modo, cada grupo comienza a trabajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - formativa - sumativa (cómic)
-----------------------	---	---	---	---	---

				<p>en su propio proyecto, buscando en revistas y diarios información que les sea de utilidad para trabajar el tema asignado</p> <p>Profesora retira los trabajos realizados y pide a los estudiantes que para la próxima sesión traigan información acerca del tema que están desarrollando en sus respectivos trabajos.</p> <p><u>Cierre:</u> Docente hace una breve retroalimentación de medios acerca de los mapuches? ¿de qué forma el video los trabajos entregados e informa que para la próxima sesión seguirán trabajando con la información requerida en un pequeño artículo de opinión.</p> <p>Recuento de los contenidos vistos en clases y se comprueba que el objetivo propuesto se haya cumplido.</p>	
--	--	--	--	---	--

<p>7 (2 hrs)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Producen un breve artículo de opinión que represente su pensamiento con respecto al tema que están desarrollando. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura del artículo de opinión: introducción, cuerpo, conclusión. - Análisis crítico de los medios masivos de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT con la estructura del artículo de opinión - plumón, pizarra, data, computador - Guía con ejemplo de un artículo de opinión. 	<p><u>Inicio:</u> Activación de conocimientos previos (se recuerda la sesión anterior) Se presenta el objetivo la clase.</p> <p><u>Desarrollo:</u> Profesora comienza devuelve los <i>fanzine</i> de cada alumnos con la retroalimentación respectiva. Se le pregunta a los estudiantes si trajeron la información que se solicitó, la profesora luego pregunta ¿qué opinión tienen al respecto? ¿están de acuerdo? ¿por qué?. Se expone un PPT que explica la estructura básica de un artículo de opinión, información con la cual los estudiantes deberán su propio artículo de opinión. La profesora mostrará un ejemplo y modelará paso por paso la estructura de dichos artículos. Una vez finalizados los artículos, se adjuntan al <i>fanzine</i> respectivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sumativa (artículo de opinión) - formativa
----------------------	---	---	---	--	---

				<p><u>Cierre:</u> Se recogen los trabajos de los estudiantes y se hace un recuento de la clase. Se comprueba que el objetivo de la clase haya cumplido.</p>	
--	--	--	--	---	--

<p>8 (2 Hrs.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Producen a partir de imágenes y dibujos una antipublicidad del tema que han estado desarrollando en las sesiones anteriores. 	<ul style="list-style-type: none"> - función del anuncio publicitario - Finalidad de la publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revistas y diarios - tijeras - pegamento - Selección de imágenes de afiches publicitarios (PPT) - plumón, pizarra, data, computador 	<p><u>Inicio:</u> Docente activa los conocimientos previos de los estudiantes (recuerdan sesión anterior) Se presenta el objetivo de la clase.</p> <p><u>Desarrollo:</u> se muestra una selección de imágenes con afiches publicitarios que contienen estereotipos y prejuicios. En conjunto se analizan las imágenes y se llega a la conclusión de que la finalidad de la publicidad es persuadir al espectador para que adquiera el producto o servicio que ofrecen, además de convertirse en un referente que crea identidad en los sujetos.</p> <p>Profesora expone un PPT con la estructura del anuncio publicitario y de la finalidad de éstos para reforzar lo antes enseñado.</p> <p>Luego, la profesora entrega los <i>fanzines</i> respectivos con la retroalimentación correspondiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - formativa - sumativa (afiche antipublicitario)
-----------------------	--	---	---	---	---

				<p>y muestra otra selección de imágenes, esta vez con antipublicidad para introducir la siguiente actividad: los estudiantes, con el material (revistas y diarios, tijera y pegamento) que se ha recopilado, trabajan creando su propio afiche antipublicitario que será adjuntado a sus trabajos.</p> <p><u>Cierre:</u> Se retiran los trabajos y se les indica que la próxima sesión será de corrección de los <i>fanzines</i> para terminarlos y preparar la presentación de los mismos ante el curso.</p> <p>Se realiza un recuento de la clase y se comprueba que el objetivo hay sido cumplido.</p>	
--	--	--	--	---	--

<p>9 (2 Hrs.)</p>	<p>- Producen una publicación (<i>fanzine</i>) <i>massmediática</i> en la cual se deja ver el uso y abuso de estereotipos y / o prejuicios en los medios de comunicación.</p>	<p>- Estructura del <i>fanzine</i> - Objetivo del <i>fanzine</i></p>	<p>- plumón, pizarra - Cartulinas o papel kraft</p>	<p><u>Inicio:</u> Activación de conocimientos previos (recuerdan sesión anterior). Se presenta el objetivo de la clase.</p> <p><u>Desarrollo:</u> La profesora entrega los <i>Fanzines</i> a los respectivos grupos con la retroalimentación correspondiente. Los estudiantes corrigen y arreglan sus trabajos, realizando la portada de los <i>fanzines</i> y preparan sus exposiciones orales para la sesión próxima en donde tendrán que exponer el producto de su trabajo. La profesora entrega pauta de evaluación de la exposición oral.</p> <p><u>Cierre:</u> Los alumnos se llevan sus <i>fanzines</i> terminados. Profesora realiza, en conjunto con el curso, una retroalimentación general de lo aprendido y vertido en los trabajos realizados. Se comprueba que el objetivo de la</p>	<p>- formativa</p>
-----------------------	---	--	---	--	--------------------

<p>10 (2 hrs.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Producen textos orales para dar cuenta del trabajo realizado en esta unidad acerca de los estereotipos y prejuicios en los medios de comunicación. - Analizan los mensajes de los medios masivos de comunicación como creadores de estereotipos y prejuicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis crítico de los medios masivos de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - plumón, pizarra, data, computador 	<p><u>Inicio:</u> Docente presenta el objetivo de la clase.</p> <p><u>Desarrollo:</u> Se presenta un representante de cada grupo para exponer el trabajo realizado a lo largo de toda la unidad. Se realiza una presentación que contenga el antiejemlo del estereotipo o prejuicio asignado y desarrollado por cada grupo.</p> <p><u>Cierre:</u> La profesora realiza un cierre de la unidad rescatando los temas centrales de ésta. Se realiza en conjunto un análisis de los estereotipos y prejuicios emitidos en los mensajes de los medios de comunicación como constructores de estereotipos y prejuicios que influyen en la creación de identidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sumativa (producto final, <i>fanzine</i>, exposición oral) - formativa
------------------------	--	--	---	--	---

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Amossy, Ruth & Herschberg Pierrot, Anne. *Estereotipos y clichés*. Universidad de Buenos Aires, 2001.
- Aubert, A y García, C. “La pedagogía crítica y el éxito académico de todos y todas” *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y cultura en la sociedad de la información*. N° 10 volumen 3, Universidad de Salamanca, 2009.
- Biedma, Manuela; Guajardo, Marcela; Guajardo, Verónica. *Lenguaje y Comunicación*. Editorial Mare Nostrum. 2006-2007.
- Cabero, Julio. “Más allá de la planificación en la ‘Educación en Medios de comunicación’” *Revista Comunicar, revista de educación en “Medios de Comunicación”* N°8, año V, época II. Andalucía, España, 1997.
- Carreño, Rubí; Santos, Danilo. *Lenguaje y Comunicación*. Editorial Cal y Canto, 2008.
- Contreras, M. Belén *Interpretación de los mecanismos de persuasión en el discurso publicitario desde una perspectiva de género*, 2013.
- Elosua, María Rosa. “Los estereotipos sociales. Detrás del cristal”. *Crítica*, nº 811, 1994: 45-48.
- Freire, Paulo. *La importancia de leer y el proceso de liberación*. Madrid: Siglo XXI, 1984.

- González, Blanca. “Los estereotipos como factor de socialización en el género”. *Revista Comunicar. Estereotipos en los medios. educar para el sentido crítico*. Nº12, año VI, época III. Andalucía, España, 1999.

- León, Macarena. *Publicidad y Educación crítica en Medios. Propuesta didáctica para 1º año de Enseñanza Media*, 2014.

- Lomas, Carlos. *El aprendizaje de la comunicación en las aulas*. España: Paidós, 2002.

- MINEDUC. *Propuesta de Ajuste Curricular. Objetivos Fundamentales y Contenidos Mínimos Obligatorios de la educación básica y media*. Lenguaje y Comunicación. República de Chile, 2009

- MINEDUC. *Propuesta de Ajuste Curricular. Objetivos de Aprendizaje Lengua y Literatura*, 2014

- MINEDUC. *Lenguaje y Comunicación. Programa de estudio para Séptimo año básico*. 2011.

- Mateos de Cabo, Ruth. Coord. *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española*. Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, 2007.

- Morduchowicz, Roxana. “Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible” *Revista ibero americana de educación*. Nº 26, Mayo-Agosto. OEI- Ediciones, 2001.

- Rigollet, M^a Francisca. “Políticas públicas, prácticas educativas y epistemología de la evaluación”. *Revista de educación Émica, Santiago, Chile. Septiembre, 2014. Disponible en <http://revistaemica.blogspot.com/2014/09/politicas-publicas-practicas-educativas.html>*

VIII. ANEXOS

Anexos sesión 1:

- 1.- PPT* Concepto de Medios Masivos de Comunicación (MMC) y función de éstos.
 - 2.- PPT** Muestra de imágenes para acercar a los alumnos a las funciones de los MMC
 - 3.- Selección de videos para reconocimientos de las funciones de los MMC.
- <https://www.youtube.com/watch?v=LqrbwNd8bAo> (Convivencia y protección escolar , Respeto)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=73DP2lkCc5A> (Publicidad de Sprite)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=-iNahDgjDTs> (Noticia)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=BG2Nk0yjJOE> (Hora de aventuras)

*PPT Medios de comunicación y sus funciones

Diapositiva 1



Diapositiva 2



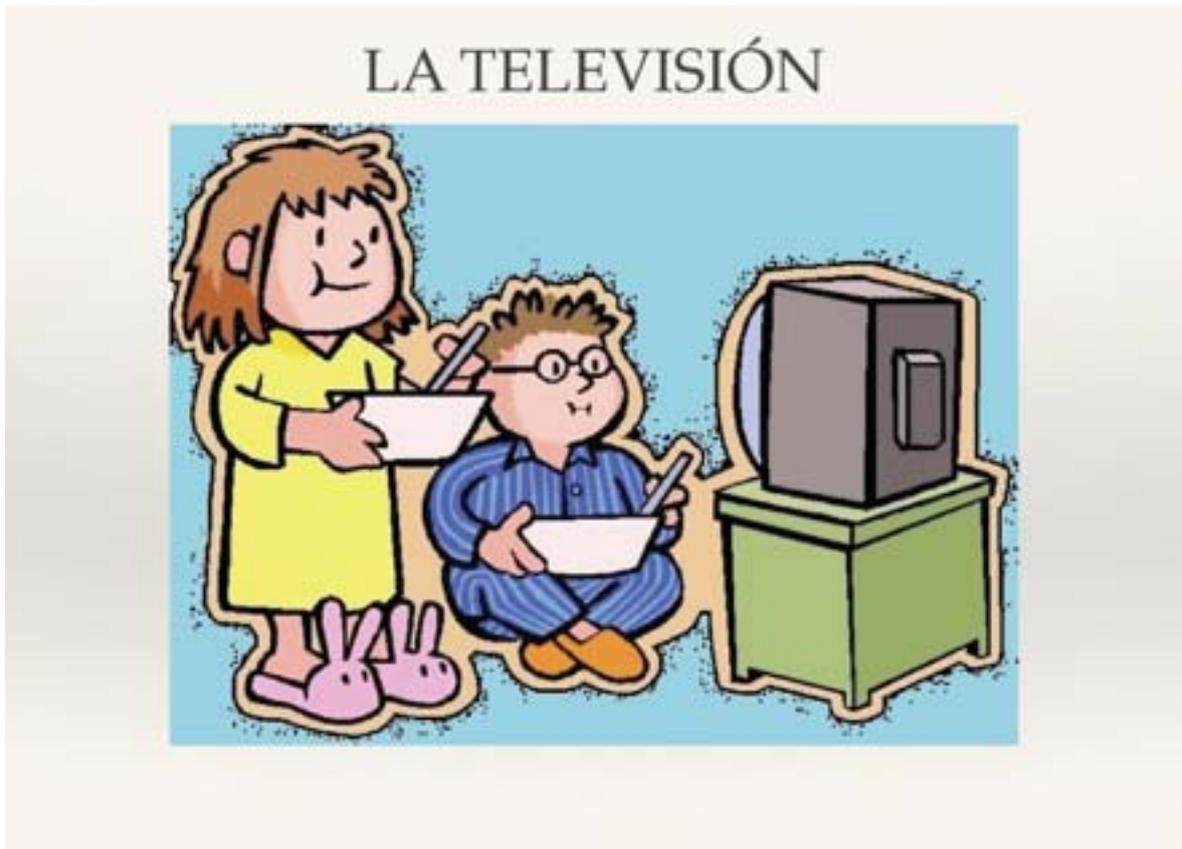
- ♦ Los medios masivos de comunicación son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran cantidad de audiencia.
- ♦ ¿Podrías dar un ejemplo de alguno?

Diapositiva 3

LA RADIO



Diapositiva 4



Diapositiva 5



Diapositiva 6



Diapositiva 7

Función de los medios masivos de comunicación.

- Informar
- Entretener
- Educar
- Orientar, persuadir y/o formar opinión

1.- Informar



- ❖ La posibilidad de transmitir cierta información a una gran cantidad de público para que se informe de los acontecimientos ocurridos en el país y el mundo.
- EJEMPLO: a través de las noticias, los reportajes, columnas de opinión.



2.- Entretener



- ❖ Es una función que surge a partir de la necesidad de las personas de, no solo recibir información, sino que distraerse y recrearse. Proporciona un espacio de diversión.
- EJEMPLO: Teleseries, programas de música en la radio, puzzles o chistes en el periódico.



Diapositiva 10

3.- Educar



- ♦ Proporcionar contenidos específicos cuya finalidad sea el conocimiento por parte del espectador
- EJEMPLOS: revistas y programas educativos, reportajes.

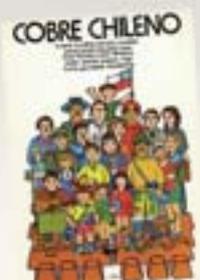


Diapositiva 11

4.- Orientar, persuadir y/o formar opinión



- ♦ Esta función es aquella que pretende convencer al receptor sobre un tema o sobre algo específico y utiliza la argumentación como soporte principal y fundamental para este fin.



**PPT

Diapositiva 1 Muestra de imágenes

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN
SÉPTIMO BÁSICO

- Identifique en los siguientes ejemplos de Medios Masivos de Comunicación, cuál es la función que está cumpliendo.
- - Informar
- - Educar
- - Entretener
- - Orientar, persuadir o formar opinión,

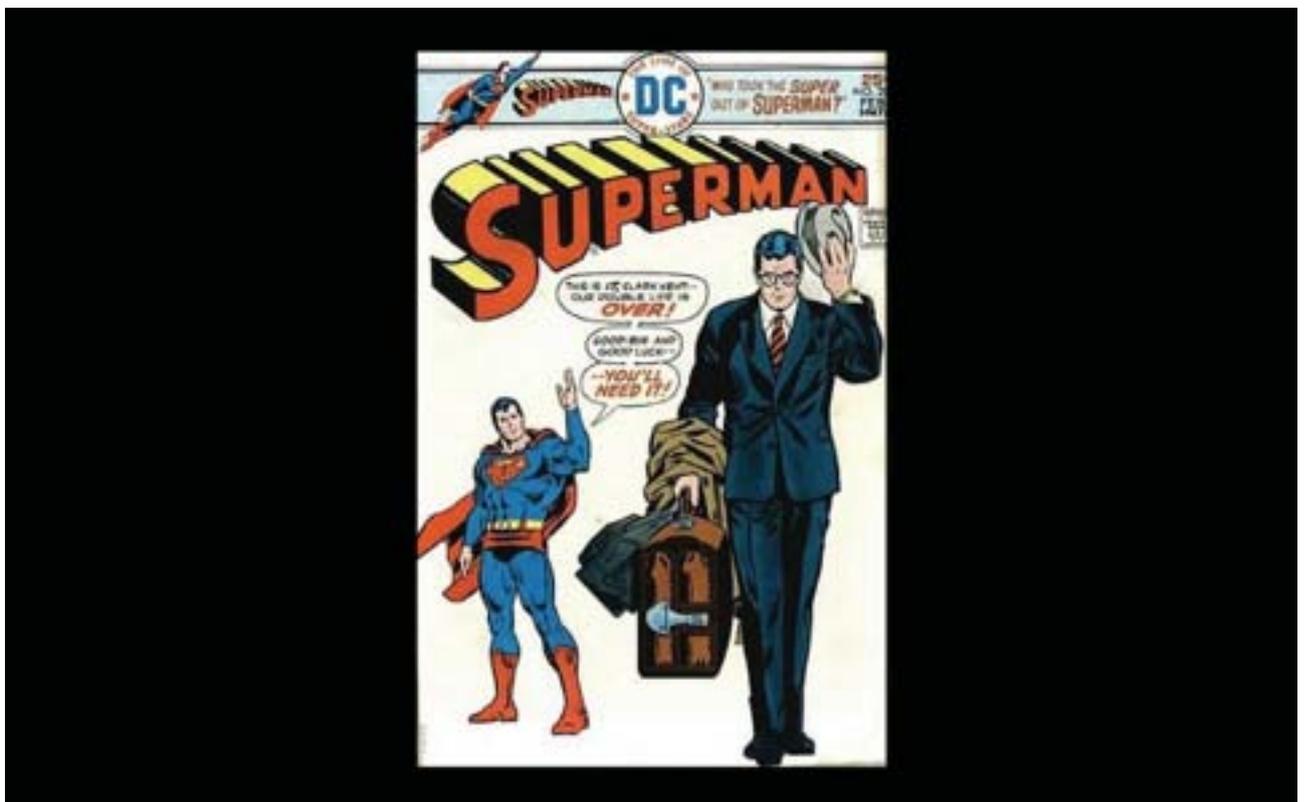
Diapositiva 2



Diapositiva 3



Diapositiva 4



Diapositiva 5

PRIMER PLANO

MONITOREO A MITAD DEL AÑO

Van más de 16 mil partos en niñas

Citas de mortalidad materna no se redujeron

Estadísticas en adolescentes

El número de niñas que se embarazaron en el primer semestre del 2012 superó los 16 mil. Este es el primer semestre con más niñas embarazadas en más de 10 años.

NÚMERO DE PARTOS		
Entre 15 y 19 años de edad	Edad	Entre 20 y 24 años
21	vs	11
29	vs	33
153	vs	63
723	vs	257
2,702	vs	767
4,906	vs	1,739
7,982	vs	2,726
9,706	vs	3,779
11,640	vs	3,719

FOR ANDREA DOMÍNGUEZ

Por el octavo semestre del 2012 se registraron en total 16 mil 440 niñas embarazadas entre los 15 y 19 años, según los resultados del Observatorio de la Juventud de América Latina y el Caribe, de la Organización Panamericana de la Salud.

En promedio, una de cada 20 niñas embarazadas de 15 a 19 años en el primer semestre del 2012, se embarazó por primera vez. Este grupo de niñas se embarazó en promedio a los 16 años y 10 meses, con un rango de edad que va de los 13 a los 19 años. Este grupo de niñas embarazadas se registró en los países de América Latina y el Caribe, con un promedio de edad de 16 años y 10 meses. Este grupo de niñas embarazadas se registró en los países de América Latina y el Caribe, con un promedio de edad de 16 años y 10 meses.

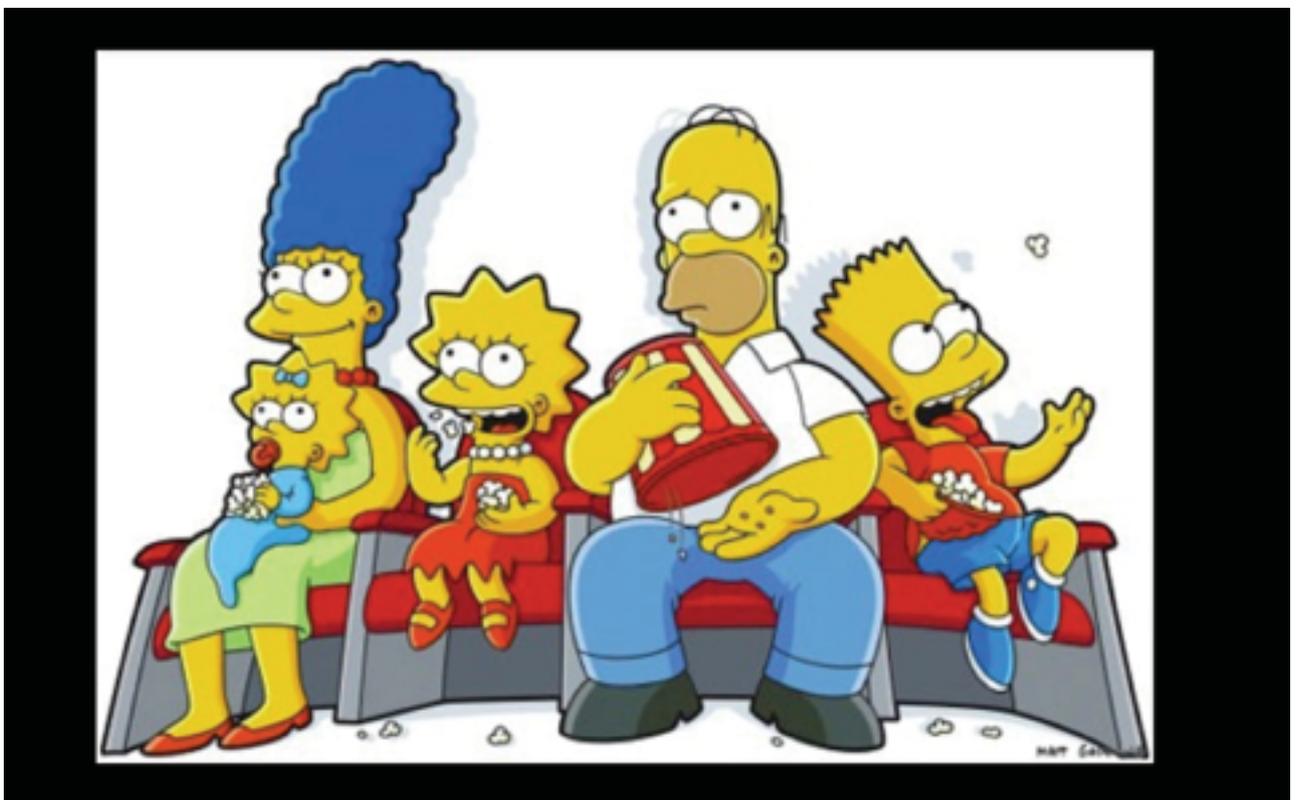
El número de niñas embarazadas en el primer semestre del 2012 superó los 16 mil. Este es el primer semestre con más niñas embarazadas en más de 10 años.

El número de niñas embarazadas en el primer semestre del 2012 superó los 16 mil. Este es el primer semestre con más niñas embarazadas en más de 10 años.

El número de niñas embarazadas en el primer semestre del 2012 superó los 16 mil. Este es el primer semestre con más niñas embarazadas en más de 10 años.



Diapositiva 6



Diapositiva 7



Diapositiva 8



Diapositiva 9



Diapositiva 10





Anexos sesión 2:

1.- Video para introducir el estereotipo y el prejuicio

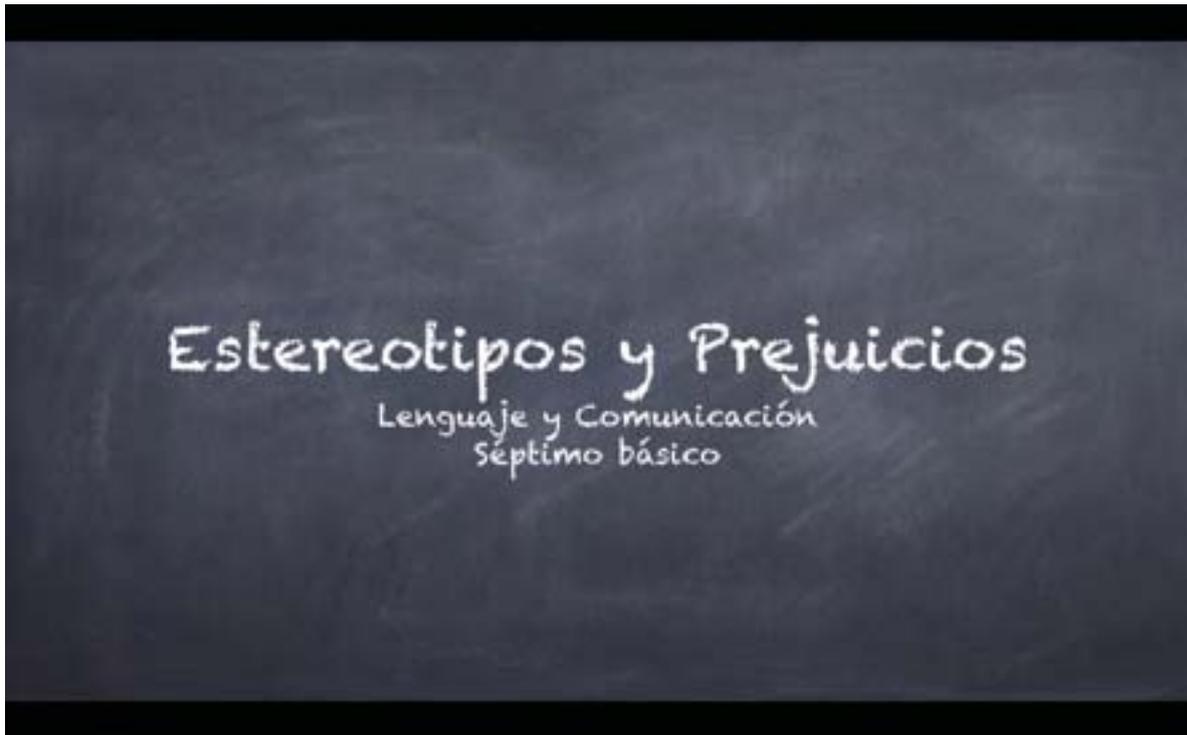
- <https://www.youtube.com/watch?v=qsFV2DLBa7Q> (Nunca juzgues sin saber)

2.- PPT* conceptos de estereotipos y prejuicios.

3.- Selección de videos para análisis:

- <http://www.youtube.com/watch?v=182HIU3u55A> (extracto teleserie “Separados”)
- <https://www.youtube.com/watch?v=72BQmFXcnNY> (publicidad de VTR)
- <https://www.youtube.com/watch?v=nmRGYNV47A4> (Campaña contra el racismo)
- <https://www.youtube.com/watch?v=dkwIemleXLk> (publicidad de Cellulless)

*PPT Estereotipos y prejuicios.
Diapositiva 1



Diapositiva 2

¿Qué es un estereotipo?

- Es una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como modelo de cualidades o conductas.

Two Barbie dolls are shown on the right side of the slide. The top one is a blonde Barbie with a white top and pink background. The bottom one is a blonde Barbie with a white headscarf and gold jewelry, set against a pink background. Both are tilted slightly to the right.

EJEMPLOS:

Los juegos de cocina son para las niñas

También el vestir de rosado, con faldas y maquilladas, las muñecas y el pelo largo.



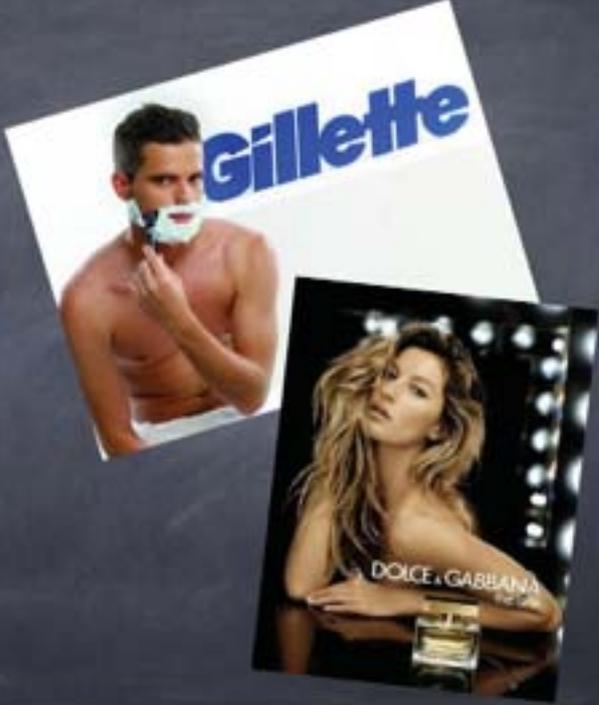
Los niños juegan con camiones.

... y con autitos, pistolas, juegan fútbol y utilizan la violencia.

Diapositiva 5

La belleza es
sinónimo de
cuerpo perfecto

... de rostros sin manchas ni
arrugas, de juventud.



The collage consists of two tilted rectangular images. The top-left image shows a man from the chest up, shirtless, with shaving cream on his face and a Gillette razor in his hand. The word 'Gillette' is written in blue above him. The bottom-right image shows a woman with long, wavy hair, looking upwards, with a perfume bottle in front of her. The text 'DOLCE & GABBANA' is visible on the bottle.

Diapositiva 6

La mujer casada es
dueña de casa y el
hombre casado es
quien trabaja.

Por lo tanto la mujer debe
planchar, cocinar, lavar,
cuidar a los hijos.



The collage consists of two tilted rectangular images. The top-left image shows a woman in a yellow top holding a baby, and a man in a suit and tie carrying a briefcase. The bottom-right image is a cartoon illustration of a woman in a blue dress doing various household chores: ironing, cooking, and washing clothes.

¿Qué es un prejuicio?

"Todas las rubias son tontas"

- Juicio u opinión previa -por lo general negativa- que se tiene de algo que se conoce poco y mal.



Ejemplos:

Discriminación al homosexual

rechazo a las personas por su condición sexual.



Golpear a un gay
no te hace más hombre ni te vuelve hombre

Diapositiva 9

Cultural / Racial



¡¡AAAHHH!!
¡¡UNA
DELINCUENTE!!



Quando consideramos superior o inferior a ciertas culturas y razas.

Diapositiva 10

Aspecto físico



Quando se juzga a alguien por su apariencia física:

pobres → ladrones
Gordos → come todo el día



Diapositiva 11

Considerar que la
mujer es
intelectualmente
inferior al hombre

La mujer no puede cambiar
un enchufe, martillar un
clavo o arreglar la cañería
rota; esa es labor para un
hombre.



Diapositiva 12

- ¿conoces más ejemplos de estereotipos o prejuicios?
- ¿cuáles?
- ¿de dónde los conoces?
- ¿qué opinas al respecto?

1.- Video publicidad de *Barbie*: <https://www.youtube.com/watch?v=J9gNqxOulTw>

2.- Video de “Barbie real” : https://www.youtube.com/watch?v=E2W_jGnw0JY#t=53

Anexos sesión 4

1.- PPT* Diferencia estereotipos y prejuicios

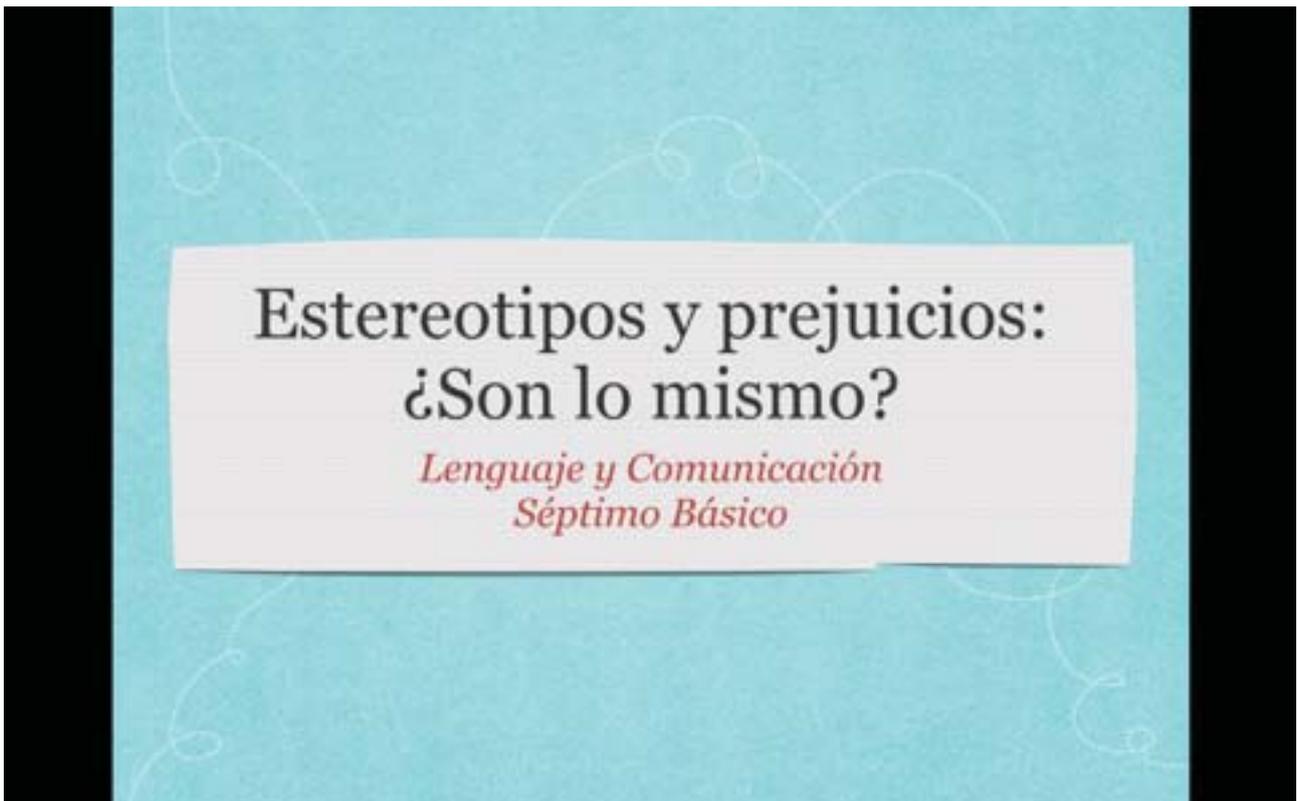
2.- Fichas de conceptos (4 estereotipos y 4 prejuicios)

Estereotipos: - Dueña de casa - Belleza - Hombre - Adulto Mayor

Prejuicios: - Peruanos delincuentes - mujer no puede ser carpintero - mapuches terroristas - hombres no saben cocinar.

*PPT Estereotipos y prejuicios ¿son lo mismo?

Diapositiva 1





ESTEREOTIPO	PREJUICIO
<ul style="list-style-type: none">▶ Es la idea que se tiene acerca de una persona o grupo, aceptada por la sociedad.	<ul style="list-style-type: none">▶ Es la carga valórica (negativa) acerca de esta idea aceptada por la sociedad.
<p>Ejemplo: Gitano</p> <ul style="list-style-type: none">- Estereotipo → viste ropas sueltas, trabaja el cobre, es nómada- Prejuicio → es hediondo, ladrón, roba niños	

Diapositiva 4

Estereotipo

Prejuicio

Evaluación de los rasgos atribuidos hacia una persona o grupo

Actitud frente a los rasgos atribuidos a una persona o grupo.



Diapositiva 5

Volvamos a la lista escrita en la pizarra

- ▶ En tu cuaderno, deberás clasificar -según lo aprendido en clases- la lista realizada según corresponda (estereotipo o prejuicio)

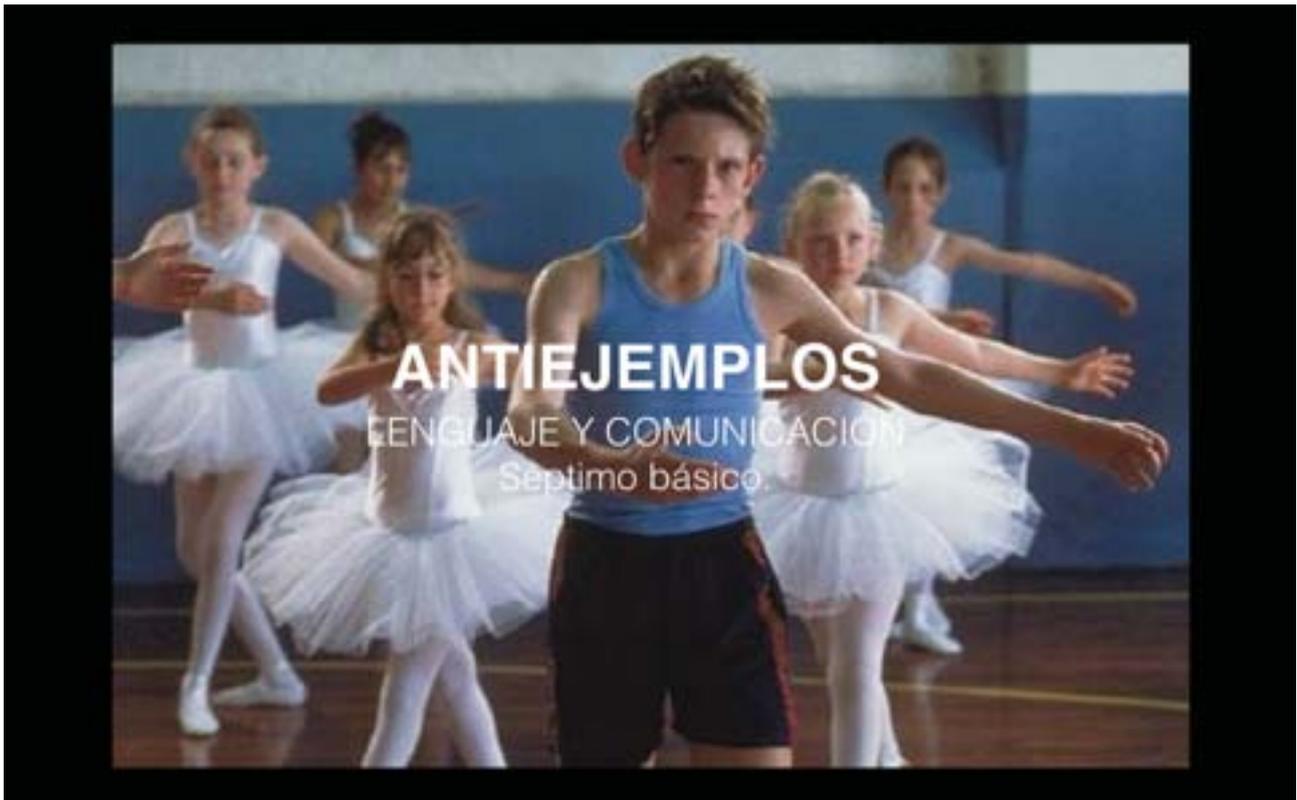
1.- PPT* con imágenes de antiejesmplos publicitarios.

2.- Video: *Cómo hacer un fanzine*: https://www.youtube.com/watch?v=9aSE0H52_Fo

3.- PPT** concepto de *fanzine*

PPT* Antiejesmplos

Diapositiva 1



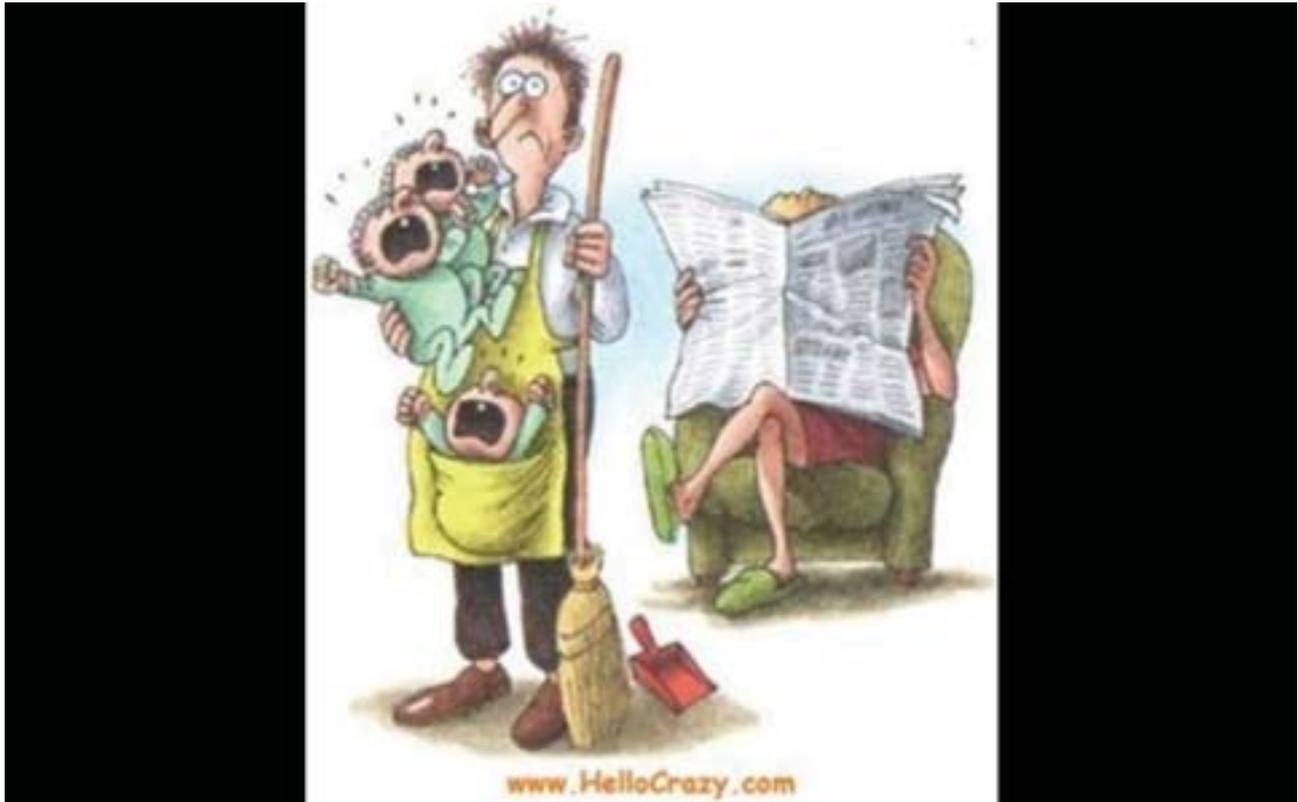
Diapositiva 2



Diapositiva 3



Diapositiva 4



Diapositiva 5



Diapositiva 6



Diapositiva 7



Diapositiva 8



PPT** ¿Qué es un *fanzine*?

Diapositiva 1

¿Qué es un *fanzine*?

Lenguaje y Comunicación
Séptimo básico

**Es una
publicación
realizada por
aficionados.**



Características de un fanzine.

- * **Autogestionada**
- * **Son publicaciones NO profesionales**
- * **No tiene ni busca retribución económica**
- * **Van dirigidas a un publico aficionado**

¿cómo empezar a producir un fanzine?

- * Seleccionar tema
- * Redacta/dibuja/raya, selecciona tamaño, materiales, tamaño de papel y cómo se unirá
- * Fotocopiar o imprimir

Fanzine ¿Medio Masivo de Comunicación?

- * Con el transcurso de los años y con el avance de las nuevas tecnologías, los fanzines se ligaron a los medios de difusión de bajo costo como la multicopiadora y fotocopiadora, las cuales también fueron soporte para otros medios de comunicación.

- * Los fanzines le otorgaron a diferentes grupos libertad para expresar sus ideas sin censura y pudiendo llegar a un amplio público



Ahora te toca a ti

- * Reúnete con tu grupo y comiencen a planificar su propia producción de un fanzine.

Anexos sesión 6

1.- Video del antejemplo sobre el prejuicio hacia los mapuches:

<https://www.youtube.com/watch?v=UzW7c37XJGY> (Mapuches Millonarios)

Anexos sesión 7

1.- PPT* Artículo de opinión.

2.- Artículo de opinión como ejemplo : PPT Artículo de opinión

Olvidemos a las flores

Por Rubén Bianchi.

El viernes pasado tuve la desgracia de ir al viejo teatro “Pequeñas grandes obras”, situado en la calle Corrientes. Bien leyeron, la desgracia. Si bien la obra “Flores olvidadas” había recibido críticas extraordinarias y de colegas que aprecio y respeto debo expresar lo patética que me pareció personalmente dicha obra.

En primer lugar, el espacio de este teatro no era adecuado para la obra mencionada. Su elenco era muy numeroso para poder desplegarse con total desenvoltura en el pequeño escenario. Ya que he mencionado al elenco deseo recalcar que si bien la obra fue presentada por dos reconocidos actores, los mismos solo aparecieron unos pocos minutos en escena.

En cuanto a la obra en sí, creo que pocos colegas y espectadores advirtieron las similitudes que presentaba con otras obras ya presentadas en ese mismo escenario. Creo que he sido generoso en decir similitudes, el verdadero nombre que debería recibir es plagio. Pero a esta gran copia de otras obras debe sumársele el innecesario uso de vocabulario rebuscado e incluso muchas veces trillado, el gran número de personas entrando y saliendo del centro de atención sin que los espectadores alcancen a comprender el por qué de sus idas y vueltas.

En fin, una obra que trata de confundir a su espectador para tratar de disimular la simpleza que en realidad presenta. Quisiera compartir honestamente con todos mis lectores el disgusto que me generó esta obra. Por ello mi puntuación es de cero estrellas.

3.- Pauta para evaluar el *fanzine*:

Rúbrica de evaluación *fanzine*

Integrantes:

Puntaje ideal: 30 pts.

Puntaje obtenido:

Nota:

Puntaje total:

CATEGORÍA	5	3	2	1	PUNTAJE
Contenido	Demuestra un completo entendimiento del tema escogido.	Demuestra un buen entendimiento del tema en general.	Demuestra un parcial entendimiento del tema.	No parece entender el tema y sus partes.	
Precisión	Toda la información en el <i>fanzine</i> es correcta.	La información en el <i>fanzine</i> es en un 90 -99% correcta.	La información del <i>fanzine</i> es en un 80-89% correcta.	Menos del 80% de la información presentada en el <i>fanzine</i> es correcta.	
Estructura	Presenta todas las actividades requeridas en el <i>fanzine</i> (cómic, artículo de opinión, antipublicidad)	Presenta 2 de 3 actividades requeridas en el <i>fanzine</i> .	Presenta 1 de 2 actividades requeridas en el <i>fanzine</i> .	No presenta ninguna de las actividades requeridas en el <i>fanzine</i> .	
Organización	El <i>fanzine</i> tiene la información muy bien organizada y en un formato atractivo.	El <i>fanzine</i> tiene la información medianamente organizada y en un formato atractivo.	El <i>fanzine</i> logra sólo uno de los dos aspectos a evaluar: la información está muy bien organizada o presenta un formato atractivo.	La información del <i>fanzine</i> y el formato se presentan de manera confusa para el lector.	

Calidad en la construcción	El <i>fanzine</i> está producido con una rigurosa atención en su construcción. Sus elementos están dispuestos de manera ordenada y limpia.	El <i>fanzine</i> está producido con atención en su construcción. Sus elementos se encuentran medianamente ordenada y limpia.	El <i>fanzine</i> está producido con cierta atención en su construcción. Sus elementos están dispuestos de manera ordenada pero no limpia o viceversa.	El <i>fanzine</i> está producido de manera descuidada. Sus elementos se presentan en desorden y sucios.	
Participación de los estudiantes	Todos los integrantes contribuyen en la elaboración del <i>fanzine</i> , tanto en los materiales como en su diseño y contenido.	Solo 2 de 5 estudiantes participan de la construcción del <i>fanzine</i> , tanto en los materiales como en el diseño y contenido.	Solo 1 de 5 estudiantes participan de la construcción del <i>fanzine</i> , tanto en los materiales como en el diseño y contenido.	No traen materiales, se los consiguen en la sala y no todos trabajan en la construcción del <i>fanzine</i> .	

Puntaje total:

*PPT Artículo de opinión

Diapositiva 1



¿QUÉ ES UN ARTÍCULO DE OPINIÓN?

- Escrito en el que se expresa un punto de vista en particular con respecto a un tema de actualidad o de una noticia.



CARACTERÍSTICAS

- Lo importante no es la noticia que se comenta, sino lo que el autor opina de ella.
- Su característica fundamental es la de analizar un hecho para orientar al público e influirlo.

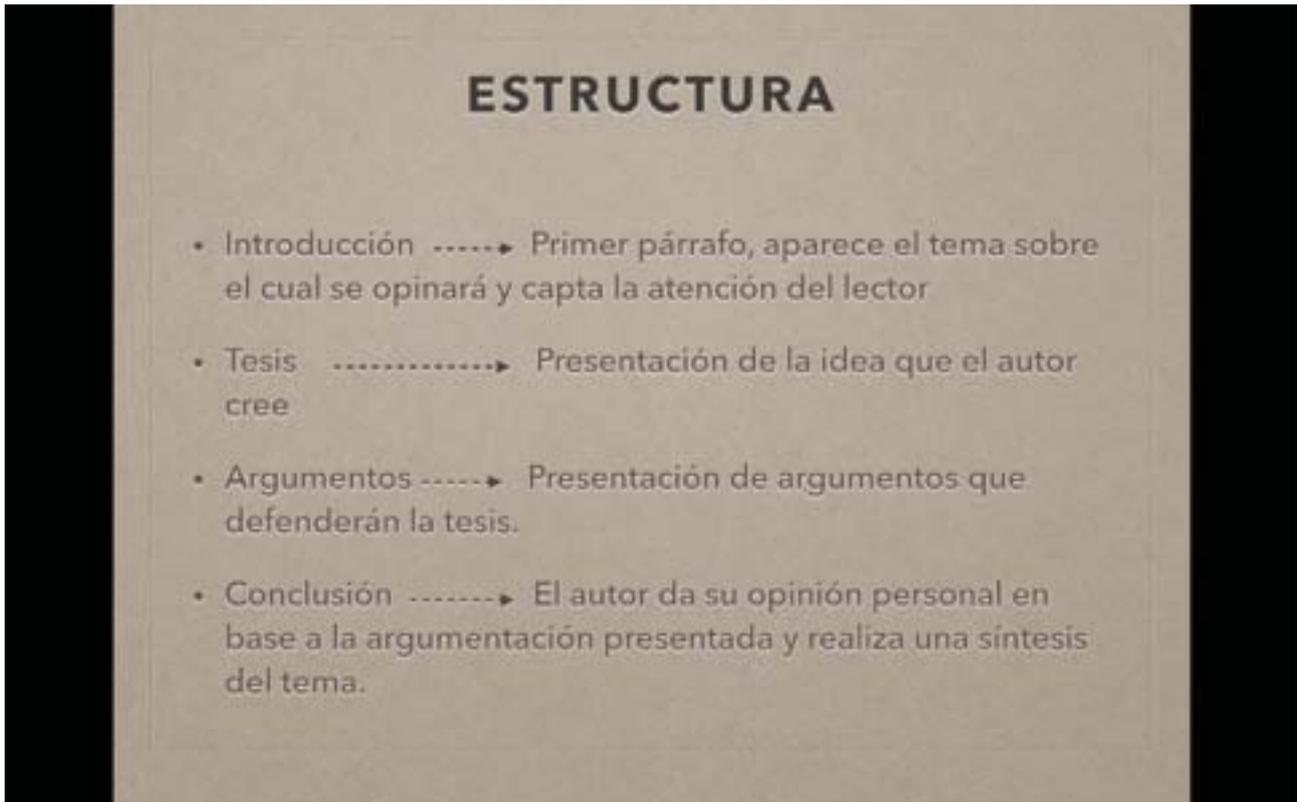
FINALIDAD

- Expresar un sentir personal sobre cualquier acontecimiento que el autor toma como referencia interpretándolo y valorándolo, para plantear una tesis con la que defiende o ataca una posición u opinión, y orienta al público sobre lo expuesto.

LENGUAJE

- Claro
- Conciso
- De frases cortas





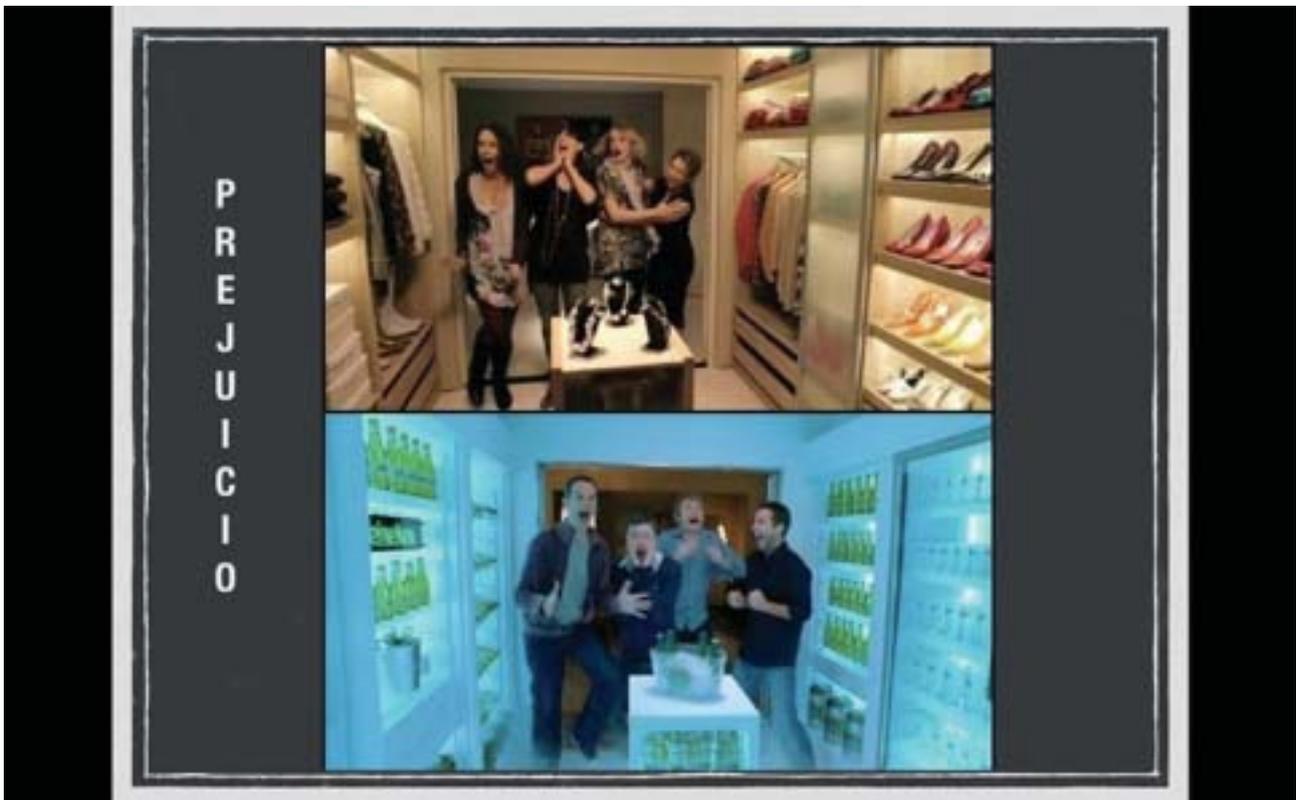
Anexos sesión 8

1.- PPT* imágenes de estereotipos y prejuicios

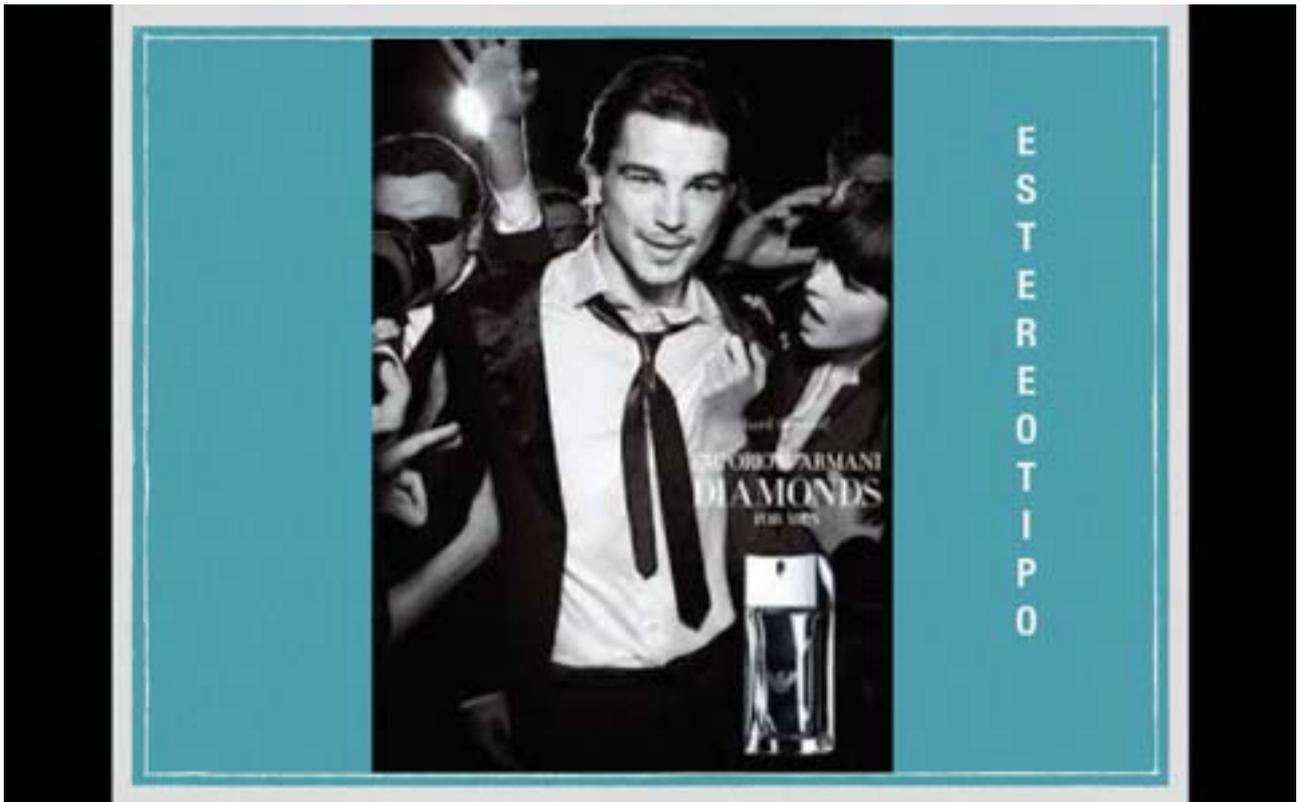
Diapositiva 1



Diapositiva 2



Diapositiva 3



Diapositiva 4



Diapositiva 5



Diapositiva 6



Diapositiva 7



Diapositiva 8

¿Cuál es la finalidad de la publicidad?

Persuadir o convencer a un potencial público consumidor a que adquiera el producto o servicio que se está ofreciendo.

Estructura del anuncio publicitario.

- **Títular o encabezamiento:** Texto dispuesto en una parte bien visible del anuncio (generalmente suele ir en la parte superior o central). Su objetivo es captar la atención del consumidor al mismo tiempo que identifica al producto.

- **Ilustración e imagen:** En el caso de la publicidad que estamos estudiando, la publicidad impresa, se trata de una imagen estática que por regla general intenta también captar la atención y mostrar el producto. La imagen redunda en la idea central de la campaña publicitaria.

Diapositiva 11

- **Cuerpo de texto:** Mediante lenguaje escrito se explica y se desarrolla lo expresado en el titular, al mismo tiempo que da detalles sobre las características del producto.

Diapositiva 12

- **Elementos de la firma:** Por regla general, estos elementos son: la marca del producto y el nombre de la empresa que lo fabrica, expresado mediante un logotipo, y un eslogan. El objetivo de estos elementos es el de proporcionar continuidad a una determinada campaña publicitaria: el logotipo asegura un reconocimiento rápido y directo del producto anunciado y de una marca corporativa que lo avala, y el eslogan, al ser un texto breve, ocurrente y pegadizo, se queda fijado en la memoria de los consumidores, de modo que, gracias a él, el producto queda identificado y siempre recordado, frente a otros productos similares de la competencia.

Para reflexionar...

- ¿Crees que las personas nos dejamos influenciar por la publicidad?
- ¿Piensas que nos dejamos influenciar por los estereotipos presentados en los anuncios? ¿de qué forma?
- ¿Consideras que tienes alguno de los prejuicios presentes en los anuncios? ¿por qué?