

El hacer de la palabra

Miguel Maguiño Veneros

Paola Vásquez Espinoza

Dany Rodas

Yolanda Julca Estrada



FONDO
EDITORIAL

Maguiño Veneros, Miguel

El hacer de la palabra / Miguel Maguiño Veneros, Paola Vásquez Espinoza, Dany Rodas, Yolanda Julca Estrada -- 1a ed. -- Lima : Universidad San Ignacio de Loyola, 2017.

182 p. ; cm.

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 978-612-4370-07-6

1. Redacción. 2. Organizadores iconotextuales. 3. Texto argumentativo. 4. Análisis de textos. I. Vásquez Espinoza, Paola. II. Rodas Bazán, Dany. III. Julca Estrada, Yolanda.

410 M16

EL HACER DE LA PALABRA

© Miguel Maguiño Veneros / Paola Vásquez Espinoza / Dany Rodas Bazán / Yolanda Julca Estrada

© De esta edición

Universidad San Ignacio de Loyola

Fondo Editorial

Av. La Fontana 750. La Molina

Teléfono: 3171000, anexo 3705

Primera edición, agosto de 2017

Director: José Valdizán Ayala

Coordinadora: María Olivera Cano

Diagramación y diseño de portada: Sergio Pastor Segura

Corrección de estilo: Rosa García Lara

Hecho el Depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2017-10741

Impresión:

Editorial Super Gráfica EIRL

Calle Luisa Beausejour No. 2049

Chacra Ríos Norte - Lima

Agosto 2017

Tiraje 2000 ejemplares

Se prohíbe la reproducción total o parcial de este libro, por cualquier medio, sin permiso expreso del Fondo Editorial.

Sección I. Procesos para la redacción de un texto

Proceso de planificación	10
■ Logro de aprendizaje	10
Planificación	10
Actividades de aprendizaje	13
Proceso de textualización	41
■ Logro de aprendizaje	41
Textualización	41
Actividades de aprendizaje	44
Proceso de revisión y reescritura	47
■ Logro de aprendizaje	47
Revisión de la planificación	48
Revisión de la textualización	49
Reescritura del texto	53

Sección II. Organizadores iconotextuales

El mapa conceptual	59
■ Logro de aprendizaje	59
1. Contexto	59
2. Definición	59
3. Elementos	60
4. Características	61
5. Ventajas	63
6. Pasos para elaborar un mapa conceptual	63
7. Herramientas informáticas para elaborar un mapa conceptual	63
8. Actividades de aprendizaje	64
La infografía	75
■ Logro de aprendizaje	75
1. Definición de infografía	75
2. Elementos de una infografía	75
3. Ventajas de las infografías	77
4. Pasos para elaborar una infografía	77
5. Modelo de cómo se puede elaborar un bosquejo de la infografía	78
6. Herramientas <i>on line</i> para elaborar infografías	78
7. Actividades de aprendizaje	79

Contenido

Sección III. El texto argumentativo

Consideraciones generales	97
■ Logro de aprendizaje	97
1. Contexto	97
2. Definición y características del texto argumentativo	97
3. Actividades de aprendizaje	102
Tipos de argumentos y falacias	113
■ Logros de aprendizaje	113
1. Contexto	113
2. Argumentos	113
3. Tipos de argumentos	114
4. Falacias	119
5. Actividades de aprendizaje	120
La exposición argumentativa I: pautas generales	135
■ Logro de aprendizaje	135
1. Contexto	135
2. Ideas generales	135
3. Antes de la exposición	136
4. Durante la exposición	138
5. Después de la exposición	139
6. Evaluación	140
7. Actividades de aprendizaje	140

Sección IV. Modelo narrativo

Modelo de análisis de textos	144
■ Logro de aprendizaje	144
1. Cómo aprobar una entrevista de trabajo	144
2. Conceptos de análisis	145
3. Actividades de aprendizaje	149

REFERENCIAS	179
ANEXOS	181

A modo de presentación

Todos los días, a través de la prensa o las redes sociales, nos enteramos de algún nuevo hallazgo en un área del saber o de un nuevo invento del imparable mundo de la tecnología. Sin embargo, el aprendizaje pone en juego una temporalidad lenta, pues la comprensión implica saber leer un cúmulo de señales, como las que se encuentran en cualquier comercial y que a simple vista pasan desapercibidas. Redactar con claridad exige un entrenamiento que está marcado por el ensayo y error, por la lectura y reconsideración constante de lo escrito; al fin y al cabo, escribimos siempre para el otro, para emocionarlo, hacerlo recapacitar, para que tome en cuenta nuestra posición, etc. En otras palabras, la comprensión y producción de los infinitos mensajes que atraviesan e interconectan a los sujetos necesitan, para fomentar la inteligencia y la ciudadanía, personas que conozcan las herramientas que emplean.

Los cambios que ocurren, sin cesar, en todas las esferas del saber nos impelen, entonces, a argumentar, a emplear con propiedad las herramientas iconotextuales, a analizar de forma correcta los múltiples mensajes que circulan a diario. En alguna medida, el texto que tiene entre manos pretende sentar las competencias necesarias para responder a las demandas académicas y comunicativas que exige el mundo de hoy.

A lo largo del texto se apuntalan logros de aprendizaje, con la finalidad de que el estudiante, al final del semestre académico, desarrolle capacidades para la redacción, comprensión, exposición. Al final de cada sección se presenta una serie de actividades, con el fin de reforzar las habilidades comunicacionales, que van a formar parte de las competencias básicas que debe cumplir todo profesional.

Sección I

Procesos para la redacción de un texto

Proceso de planificación

Logro de aprendizaje

Planifica la elaboración de un texto, de manera sistematizada, a partir de la elaboración de un esquema, para mejorar la redacción.

Planificación

- Se lee las fuentes y se realizan las actividades de comprensión lectora.
- Se propone una lluvia de ideas.
- Se organiza la información en un esquema.

- Antes de iniciar la planificación, se deben leer las fuentes propuestas.
- Luego, se organizan las fuentes y se identifican las ideas relevantes.
- A continuación, se plantea una lluvia de ideas.
- Por último, se elabora un esquema, de tipo enumerativo, que organice las oraciones.



Paso 1: Leer las fuentes

FUENTES: MEMES Y LA OPINIÓN PÚBLICA

Fuente 01

MEMES Y OPINIÓN PÚBLICA. ¿UNA RELACIÓN POSIBLE?

Los Memes en Internet, particularmente en redes sociales digitales, han incrementado su importancia como objetos para la interpretación y hasta el debate sobre ciertos contenidos informativos y acontecimientos de la esfera pública, donde figuras del espectáculo y funcionarios públicos se han visto afectados en lo que respecta a su actuar y percepción social.

En tiempos de redes sociales y dispositivos móviles conectados a Internet, conocer los procesos de opinión de una sociedad que interactúa de manera constante en dichos medios es fundamental, y estar atento a los cambios propuestos por ella es aún más importante. Estos procesos pueden resultar de cambios sociales y políticos. En este contexto el presente estudio manifiesta la relación directa entre los Memes y la opinión pública. De ahí el interés por investigar la forma en cómo se representa la percepción de los ciudadanos ante el desempeño de sus representantes políticos en la unidad mínima de información gráfica que resultan los llamados Memes. En primera instancia se comprenden las posibilidades de la Memética como un campo teórico que permite el análisis y la transmisión de la cultura ideológica a través de Memes para constituirse como mecanismos de intervención en temas públicos provocando una reacción crítica de la sociedad. La segunda parte de este análisis está sustentada en una revisión documental que contribuyó en conocer el aporte de los teóricos de la opinión pública. La visión de los autores consultados nos permite comprender la importancia que tiene estudiar las relaciones entre la opinión pública y los Memes (estereotipos) que se difunden en torno a asuntos de interés común o político-cultural de convergencia en la Internet favorecen la participación de las audiencias, así como la libre expresión de opiniones. Al cierre de este estudio se entiende que los Memes son una forma de expresión u opinión de los ciudadanos ante las diversas acciones de la esfera pública, no sólo por su valor pragmático para la promoción de ideas, sino como un medio para generar conocimiento sobre el comportamiento y la opinión de las sociedades humanas, aprovechando los recursos informáticos potenciales con los que se puede obtener información en la red.

1. Memética, un acercamiento al fenómeno de la teoría de Memes o Memética surge con Richard Dawkins, zoólogo especializado en Teoría de la Evolución, quien la define como un campo científico que examina la transmisión de la cultura a través de Memes (Dawkins, 2002). Estas unidades mínimas de replicación social y cultural e información fueron bautizadas por Dawkins como Memes por su parecido fonético en inglés con gene. Dawkins, indica que los genes son sólo una forma en que se aplican las propiedades del darwinismo: si "algo" muta y compete por recursos (selección), la evolución es un resultado inevitable. Según Dawkins (2002), un Meme es todo aquello que es copiado. Esta definición incluye el lenguaje, las actitudes, las modas, cualquier constituyente de las culturas humanas. Un Meme posee las características propias de todo proceso evolutivo: fecundidad, longevidad y fidelidad en la

replicación. Estas se replican a sí mismas por mecanismos de imitación y transmisión, de una persona a otra, y procrean un amplio abanico de copias que subsisten en diversos medios, ahora más en Internet. Al concepto de Meme, por analogía con la evolución biológica, se le aplica la teoría de la Selección Natural, la cual se basa en la supervivencia del más apto que declara que los organismos que mejor se adaptan a su ambiente son los que tienen más probabilidades de sobrevivir. Uno de los modelos teóricos que describe fenómenos de adquisición de significado es el modelo de contenido representacional de Distin (2006), que considera que no basta con que algo sea copiado para poder ser catalogado un replicador memético, sino que también debe ser interpretado de manera similar por diferentes individuos, compartir la misma ideología u opinión sobre lo que se copia o reproduce. Aunque este modelo fue propuesto antes de que los Memes en Internet ganaran la atención pública y digital, puede servir como punto de partida que permita estudiar a los Memes con relación a la opinión de ciertos colectivos. De esta manera podemos señalar como ejemplos de Memes: frases, íconos, fotografías, personajes y muy recientemente clips audiovisuales extraídos de películas, caricaturas, telenovelas o de situaciones reales donde los usuarios expresan –con humor las más de las veces– su particular opinión o formas de entender acontecimientos de diversa índole, la política no es la excepción. Este estudio considera que los Memes en Internet son una forma de expresión u opinión de los ciudadanos ante las diversas acciones de la esfera pública, desde excesos políticos, corrupción y hasta uso de los medios de comunicación que develan relaciones de poder. Situación que tenemos discutiendo páginas adelante.

La palabra Meme, como se ha apuntado, nace de otro contexto y su significado se ha ido modelando con su uso. Por lo regular, se asocia a los Memes con el comportamiento viral o de contagio, y aunque técnicamente los Memes deben presentar dichas características para recibir este nombre, tanto en Internet como en el ámbito académico se considera que existen diferencias entre un fenómeno viral en la red y un Meme (Burguessa, 2008: 2). A través de este marco teórico es posible comprender cómo los usuarios de redes sociales son capaces de manipular contenidos mediáticos para crear nuevos productos con significados distintos a los originales, con una intención comunicativa, no menos replicante, contestatario y demandante. Antes de ahondar en ello, es importante detenernos en una revisión de las principales teorías que abordan el estudio de la opinión pública y su relación con fenómenos sociales que se manifiestan en redes sociales virtuales.

2. La opinión pública como tema de interés teórico.

Conjuntamente, la opinión pública ha sido entendida como el conglomerado de opiniones que expresa un conjunto amplio de personas sobre un tema o problema, el cual se evidencia a partir de encuestas y sondeos de opinión. El proceso de formación de opiniones no sólo es producto de la interferencia ejercida por los medios de comunicación, se trata también del papel y función mediadora que cumplen las instituciones, los grupos de presión y de poder que hacen parte de la estructura social en la cual tales medios se encuentran circunscritos. En la base del origen de la opinión pública está la reflexión de temas vinculantes, con capacidad asociativa en donde compiten colectivos que refieren a las prácticas del Estado. Esos temas, publicitados en el espacio público, eran capaces de generar concurrencias de sectores sociales no institucionalizados. La opinión pública era el ejercicio de reflexión de los individuos libres sobre su asociación, era el consenso general, la opinión unitaria del público ciudadano respecto de la ley a promulgar y de la decisión a tomar. Entendido de esta manera, se comprende que las acciones y son las estrategias discursivas puestas en marcha por los agentes sociales y políticos afectan y son afectados por el proceso de formación de la opinión pública (Grossi, 2007). En ese sentido, uno de los

Romero, C., 2015

Paso 2: Identificación de las ideas relevantes de las fuentes con el empleo de diversas estrategias

FUENTES: MEMES Y LA OPINIÓN PÚBLICA

Fuente 01

MEMES Y OPINIÓN PÚBLICA ¿UNA RELACIÓN POSIBLE?

Los memes en Internet, particularmente en redes sociales digitales, han incrementado su importancia como objetos para la interpretación y hasta el debate sobre ciertos contenidos informativos y acontecimientos de la esfera pública, donde figuras del espectáculo y funcionarios públicos se han visto afectados en lo que respecta a su actuar y percepción social.

SUBRAYADO

En tiempos de redes sociales y dispositivos móviles conectados a Internet, conocer los procesos de opinión de una sociedad que interactúa de manera constante en dichos medios es fundamental, y estar atento a los cambios propuestos por ella es aún más importante. Estos procesos pueden resultar de cambios sociales y políticos. En este contexto el presente estudio manifiesta la relación directa entre los memes y la opinión pública. De ahí el interés por investigar la forma en cómo se representa la percepción de los ciudadanos ante el desempeño de sus representantes políticos en la unidad mínima de información gráfica que resultan los llamados memes. En primera instancia se comprenden las posibilidades de la Memética como un campo teórico que permite el análisis y la transmisión de la cultura ideológica a través de memes para constituirse como mecanismos de intervención en temas públicos provocando una reacción crítica de la sociedad. La segunda parte de este análisis está sustentada en una revisión documental que contribuyó en conocer el aporte de los teóricos de la opinión pública. La visión de los autores consultados nos permite comprender la importancia que tiene estudiar las relaciones entre la opinión pública y los Memes (estereotipos) que se difunden en torno a asuntos de interés común o político-cultural de convergencia en la Internet favorecen la participación de las audiencias, así como la libre expresión de opiniones. Al cierre de este estudio se entiende que los Memes son una forma de expresión u opinión de los ciudadanos ante las diversas acciones de la esfera pública, no sólo por su valor pragmático para la promoción de ideas, sino como un medio para generar conocimiento sobre el comportamiento y la opinión de las sociedades humanas, aprovechando

RESALTADO

SUMILLADO

El artículo evalúa la relación que existe entre los memes y la opinión pública

Romero, C., 2015

Paso 3: Lluvia de ideas

- Memes como base de la opinión pública
- Interés político y social
- Genera conocimiento
- Política y memes
- Audiencia y comunicación a través de los memes
- Valor pragmático de los memes
- Comportamiento de las sociedades humanas
- Aprovechamiento del tiempo libre

Actividades de aprendizaje

- I. De manera individual, realice lo siguiente:
 1. Lea la fuente N° 1 y una más que le señalará su docente.
 2. Subraye las ideas principales por cada párrafo.
 3. Circule las palabras clave.
 4. Sumille cada uno de los párrafos.
 5. Redacte la paráfrasis del texto.

- II. En equipos, elija una de las fuentes y desarrolle lo siguiente:
 1. Elabore un organizador visual.
 2. Exponga el tema que ha elegido, con ayuda de su organizador visual.

- III. Al final, todos los estudiantes deben realizar las siguientes actividades:
 1. Lectura completa de las fuentes y las actividades de comprensión lectora.
 2. Envío de la fuente trabajada en clase a un grupo (Facebook, WhatsApp, etc.), de tal forma que todos los estudiantes tenga acceso a la misma información.

Fuente 1

Influencia del cine sobre la conducta

A lo largo de la historia, el cine ha sido objetivo de numerosas hipótesis y planteamientos que cuestionan su influencia sobre la conducta de las personas, pero ¿ejerce el cine una influencia real sobre la sociedad? En caso afirmativo, ¿cómo se manifiesta dicha influencia?

En los últimos años se han realizado diversas investigaciones que tratan de dar claridad a un tema controvertido en la actualidad: la influencia del cine en la conducta de los individuos y la sociedad.

De esta forma, distintos autores han confirmado que el cine es un medio capaz de influir en la conducta, las creencias y la formación o modificación de la personalidad. En esta misma línea, María Campo Redondo coincide en esta idea y confirma que el séptimo arte posee la capacidad de repercutir sobre la formación de conocimiento, la integración de ideas, los valores personales, las *costumbres* y la creación de modelos de referencia.

Siguiendo este marco de investigación, uno de los temas más abordados por los estudiosos de la conducta humana es la influencia sobre el consumo de los espectadores, mediado por los diferentes modelos presentes en la gran pantalla y la televisión. No obstante, es preciso destacar que esta influencia se amplía a otros campos como la educación; es decir, la ausencia de las figuras de referencia promovida por el ritmo de vida actual, la popularidad de los filmes educativos y el auge de programas infantiles han contribuido al origen de nuevas formas de educación con una gran influencia en las distintas etapas del desarrollo.

Dentro de esta misma concepción, autores como Blumer y Hauser consideran que esta influencia del cine es proporcional a la debilidad de otras figuras relevantes en la formación (familia, escuela...). Asimismo, se estima que se ha convertido en el medio de educación informal con mayor poder sobre los individuos, en la actualidad.

De esta forma, el cine y la televisión son capaces de transferir diversos modelos de vida, ideales de conducta y valores que obtienen un “papel protagonista” en la pedagogía de la sociedad (cómo debemos comportarnos en determinadas situaciones, en qué consiste el éxito o el fracaso, la diferencia entre el bien y el mal...). Además, cumplen con una función de socialización, a través de la cual configuran un mapa cultural que influye notablemente en la percepción e interpretación de la realidad.

Como consecuencia, el cine es considerado un medio de comunicación vanguardista capaz de captar el interés de las personas y atrapar espectadores

a partir de distintos factores, como la presencia de historias increíbles o cercanas a la realidad, la aparición de personajes identificativos o figuras de referencia, la capacidad de conmover emocionalmente a los asistentes, etc.

El cine y la función de legitimación

La legitimación es otra de las funciones que el cine puede ejercer. Dicha función consiste en el proceso a través del cual una cinta puede justificar o autenticar ideas, creencias o conductas.

De esta forma, las películas han conseguido promover un cambio de percepción y perspectiva sobre eventos y situaciones que generaban anteriormente rechazo por gran parte de la sociedad. Como resultado, han contribuido al desarrollo de una mayor apertura y aceptación de diferentes aspectos que han generado un cambio poblacional. Algunas de las variaciones que estos medios han conseguido legitimar son:

- La convivencia en pareja antes del matrimonio. Los diversos modelos de pareja contemporánea, mostrados en las series y películas, han contribuido a la normalización y popularización de este cambio.
- La separación y ruptura familiar. Los diferentes estilos familiares mostrados en los medios de comunicación han facilitado la apertura y aceptación de estos elementos.
- La homosexualidad. El incremento notorio de personajes gais y lesbianas en el cine ha contribuido a la eliminación del estigma y las creencias erróneas asociadas a esta población.

Por tanto, el cine se ha convertido en un espacio en el que los individuos proyectan y buscan una configuración de su identidad personal. Debido a ello, es considerado un punto de referencia con capacidad para autenticar pensamientos y comportamientos que serán asumidos como algo válido y razonable.

Por otro lado, es posible encontrar consecuencias negativas derivadas de la influencia del cine. Un ejemplo de ello son los prejuicios generados hacia ciertas poblaciones como las personas con alguna patología mental. En casos más severos, como la esquizofrenia, se ha producido una difusión de creencias erróneas que han contribuido a la evitación y miedo a personas que padecen este trastorno.

La sugestión en el cine

Otro de los procesos psicológicos que pueden dar lugar en una persona, a través del cine y la televisión, es la sugestión. Esta influencia es personal e interna, pues cada individuo la experimenta de una manera única. La representación de la realidad, a través de las películas, tiene un fuerte impacto en aquellas personas capaces de fusionarse con las emociones que están viviendo de una manera efusiva y real. En algunas ocasiones, cuando existe un gran impacto emocional, puede parecer que algunas escenas se hubiesen vivido, por lo que resulta difícil discernir entre lo que ha ocurrido en la vida real de una persona y aquello que únicamente ha visto a través de la pantalla. Esto ocurre, sobre todo, en la población joven, que tras ver una película con capacidad para generar una influencia notoria, toma como real aquello que ve. Al tomarlos como propios, le resultan más verdaderos que los discursos de sus padres y profesores.

Dicha “capacidad de manipular” del poder sugestivo es más evidente en la población juvenil e infantil, ya que se trata de un sector considerablemente más fiel ante el poder de las imágenes. Asimismo, el cine impacta en diferentes dimensiones; es decir, actúa en diferentes sentidos al mismo tiempo. Debido a esta razón, es fácil que una película o una buena serie resulten influyentes.

El director cubano de cine Julio García ha definido algunos de los fenómenos que pueden darse en los espectadores. A continuación, se mencionan los más comunes:

- **Afinidad emocional:** Se refiere al acercamiento que siente el espectador hacia alguno de los personajes de la película.
- **Autoidentificación:** Después de ocurrir la implicación anteriormente mencionada, la persona puede identificarse con el personaje; es decir, le resultará fácil ponerse en el lugar de aquel actor por el que haya sentido afinidad emocional.
- **Imitación:** Mayormente ocurre entre la población juvenil. Este fenómeno tiene lugar en el momento en el que, tras ver una película o serie, una persona quiere emular a algún personaje en concreto, ya sea físicamente (vistiendo de igual manera, con el mismo peinado) o a nivel comportamental (utilizando frases de estos personajes o formas de actuar).
- **Proyección:** En este caso, la persona no se limita a querer poseer el mismo aspecto que su estrella preferida, sino que, además, desea vivir su vida de la manera en que piensa que lo hace el personaje con el que haya surgido dicha fusión.

Para terminar, es importante tener presente el fuerte impacto que el cine puede generar en nuestras vidas. En muchas ocasiones, actuamos de la misma manera en la que lo hace nuestro personaje favorito e, incluso, utilizamos sus frases sin ser conscientes de ello. Asimismo, el cine también afecta a las personas, tanto en la lucha contra los estereotipos como, de modo opuesto, contribuyendo a acrecentarlos.

Correa, N. y Fenoy, R., 2016.

Fuente 2

Rompen barreras de género y raza en Cars 3

Cars se convierte en la segunda marca de Pixar que logra una trilogía. Y para esta nueva entrega, la cinta sorprendió al público con un primer adelanto que mostraba un aparatoso accidente de su protagonista Rayo McQueen, lo cual anticipaba una cinta más dura que sus entregas anteriores. En un segundo avance, el estudio nos presentó a Cruz Ramírez, la nueva entrenadora del protagonista.

En su visita a nuestro país, el director de la cinta, Brian Fee, y su coproductora, Andrea Warren, hablaron de la importancia de crear personajes de diferentes culturas y razas, y de romper con esquemas de género, para promover valores de inclusión en niños y adolescentes.

Inspirando una nueva generación

Quizá los que disfrutamos en su momento de la primera película de la serie, hace una década, conocimos a un Rayo McQueen aprendiz en su camino por alcanzar los grandes logros; hoy –sin profundizar en una trama que discutiremos cerca de su estreno al presentarles la reseña–, los *teasers* nos dejan claro el principal problema al que se enfrenta McQueen: su carrera se pone en peligro ante competidores de nueva generación.

Una de las nuevas figuras que representa a las nuevas generaciones de Cars es Cruz Ramírez, quien será la nueva entrenadora de Rayo McQueen y uno de los personajes más importantes en esta secuela. Durante la charla con los medios, se discutió bastante sobre las inspiraciones para crear a este peculiar personaje, que también es símbolo de la diversidad y busca ser inspiracional para toda una nueva generación que disfrutará de *Cars 3*.

Tanto Warren como Fee nos hablaron de que tener hijas, a quienes quisieran también inspirar con esta historia que rompiera con estereotipos de género, fue una de las razones que impactaron en el hecho de fortalecer el personaje femenino de Cruz Ramírez, quien, a diferencia de otros personajes de dicho género en la saga, ahora sí tiene una participación muy activa en la competencia. Brian Fee comentó que en el círculo de competencias automovilísticas no es muy común encontrar mujeres y latinos, por lo que Cruz simbolizaría inspiración para muchos. Entre la charla, destacó el comentario de que este personaje de un vehículo joven que introduciría a McQueen a conocer a una nueva generación de atletas estuvo desde el principio en la idea de la historia que querían contar, aunque en un inicio se había considerado que fuera un personaje masculino. Con el avance de la producción, nos comentaban que vieron acertado el hecho de convertirla en una chica poderosa dentro de este deporte.

Cruz no sería el único personaje que retoma la diversidad en *Cars 3*. Varios de los personajes que veremos en la película se inspiran en leyendas del automovilismo que llamaron la atención precisamente por romper esquemas sobre estereotipos de género y raciales en este deporte. Brian Fee y Andrea Warren comentaron que ver el entusiasmo de jóvenes sin importar género, edad o raza, en su entorno local, fue una de las razones que los impulsaron, también, a transmitir ese mensaje con la película.

«Con Cruz queríamos un personaje que rompiera barreras. Con mis hijas, por ejemplo, he tenido conversaciones sobre qué instrumento les gustaría aprender a tocar, y yo les sugerí guitarra, y ellas me dijeron que no, porque era algo para niños».

«Ellas son muy jóvenes; tienen 11 y 8, pero a esa edad pueden pensar que ciertas cosas son para niños y otras para niñas; y yo no quiero que piensen eso, no quiero que tengan barreras», dijo en tono apasionado el realizador y agregó: «No importa de qué género seas o cuál sea tu raza. Las carreras en Estados Unidos, en el deporte Nascar, en el cual está basada nuestra película, hay muy pocos latinos, hay un par quizá, pero eso está cambiando. Igual con las mujeres: hay muy pocas, pero eso está cambiando. Cruz fue hecha para romper barreras», expresó Fee.

Sobre el avance con el aparatoso accidente, con el cual la cinta se promocionó a finales de 2016, tanto el director como su productora fueron cuidadosos y estaban conscientes de que generarían todo tipo de reacciones, sobre todo de preocupación entre los padres de los más pequeños.

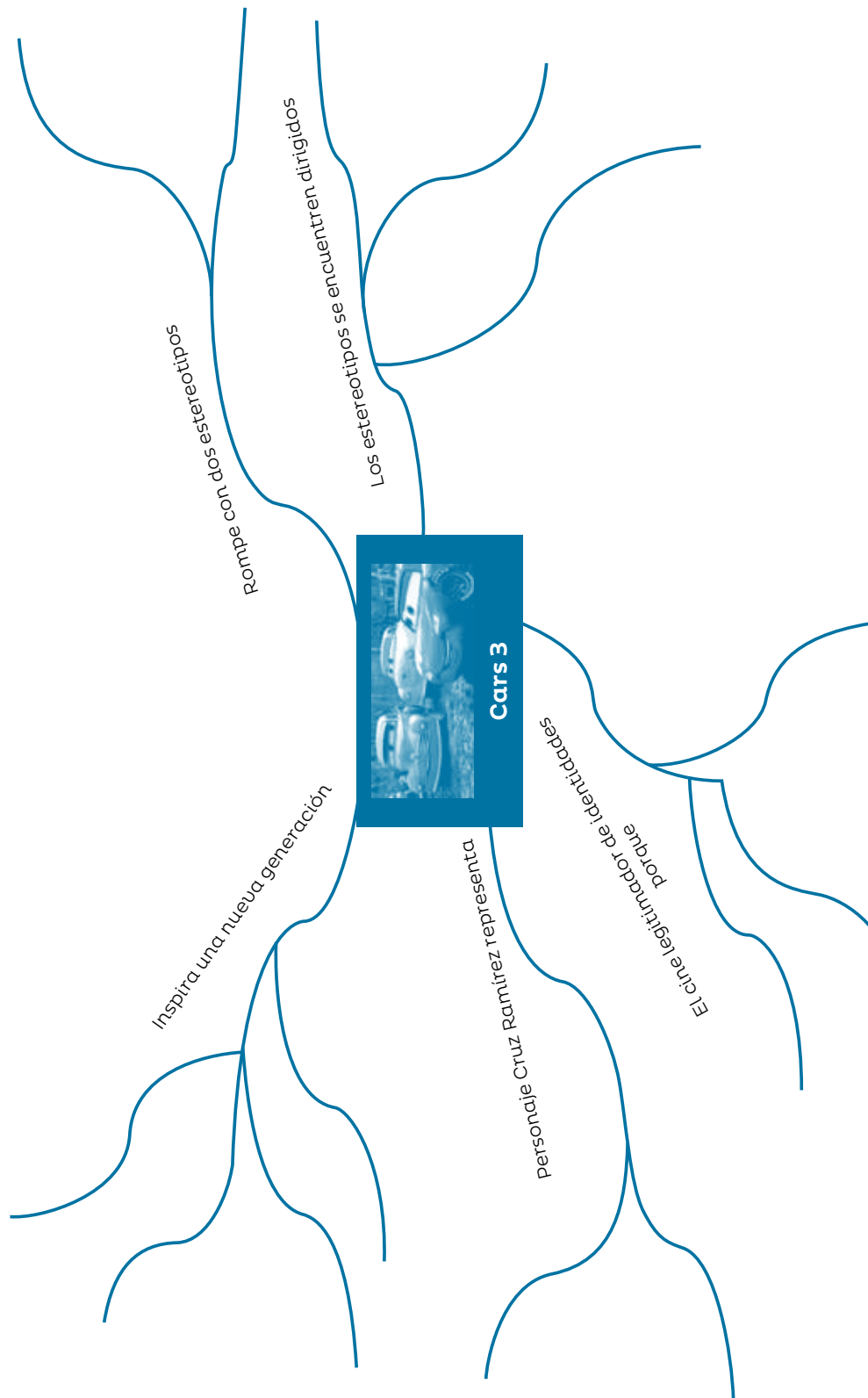
«Recuerdo que recibimos algunas cartas de los niños después de que vieron el avance, y una era particularmente tierna, decía: Queremos saber qué coche

fue responsable del choque de Rayo McQueen, para que cuando juguemos con nuestros autos, los saquemos del camino».

«Nuestro protagonista significa mucho y no lo tomamos a la ligera, pero es un momento de real predicamento para él», contó la coproductora de la cinta.

Cars 3 es el primer largometraje de Fee como director en Pixar, mientras que es la segunda película de la saga que coproduce Andrea Warren. Su empresa promueve el talento de los trabajadores comandados por John Lasseter, quien tiene especial cariño por el proyecto, ya que él dirigió las anteriores aventuras de McQueen.

«Ser el director es algo surreal, es increíble lo que hicimos, y estoy muy orgulloso de la película que estamos presentando. Pero también estoy muy triste porque realmente disfruté el proceso, de estar con animadores y con todo mundo», concluyó el realizador sobre el proyecto que estrena en México, el 16 de junio. (Modificado de Ramos, 2017)



Fuente 3

La inclusión de la mujer y la igualdad de género en las series de dibujos animados

Introducción

La televisión es considerada como una institución cultural productora de sentidos y significados. Para los medios, son actualmente la principal vía de transmisión de valores, pero también pueden distorsionarlos. Por ejemplo, los temas son: la discriminación por género, la exclusión de la mujer, los mitos sobre la supremacía masculina, que debe mantenerse el machismo que hace énfasis o exageración de las características masculinas y la creencia en la superioridad del hombre.

Si bien los estudios sobre estereotipos en los medios han mostrado un mayor número de personajes protagónicos femeninos, estos, en su mayoría, representan roles tradicionales. Se glorifica la fortaleza y poder de los hombres y se feminiza la belleza y la gracia. La representación de los estereotipos se da de forma antagónica. Ellos son los profesionales; ellas, las asistentes; ellos son los héroes, y ellas apoyan. El libre flujo de estos significados, en los medios, ha fortalecido una visión masculinizada que es necesario analizar y cuestionar.

Desarrollo

El género se constituye a partir de un conjunto de significados y símbolos contruidos entre las relaciones sociales y las relaciones de poder, que se reafirman también mediante los medios. Estos no toman en cuenta la diversidad cultural y, por lo tanto, las construcciones subjetivas suceden bajo las riendas del mercado y el consumo. La originalidad de convertirse en sujeto da paso a una construcción estandarizada de una subjetividad dada *a priori*. Se trata de una subjetividad prefabricada que se presenta al individuo como forma de consumo, que se modifica a la velocidad del mercado, la moda y otros elementos que impulsan la cultura y la economía. En la construcción de subjetividades estandarizadas, también se transmiten estereotipos de género, asimilados sin discernimiento, y apropiándose de la voluntad del espectador. Múltiples estudios están interesados en ello; por ejemplo, se ha investigado la manera en que se construye el discurso sobre la mujer en la televisión brasileña, y se cuestiona acerca de la mujer y los modos de constituir su significado en esta cultura.

Pedroso (2005) reafirma la influencia que actualmente tiene la televisión en la sociedad; por ello, es necesaria una televisión de calidad, que vaya acorde a lo que la audiencia merece (Covarrubias y Uribe, 2000), donde la diversidad sea uno de los criterios de la calidad, y para lo que se requiere de políticas que den lineamientos a la televisión (Carenzio, 2005). Farré (2005) explica que hay una lógica en el uso de la televisión (lo que se elige ver) y una lógica del juicio (que reflexiona sobre aquello que se ve). Se puede suponer que esta capacidad de reflexionar críticamente sobre aquello que se ve difícilmente se genera. Hay una posición acrítica sobre la programación que se consume, y que resulta necesaria para cuestionar el rol de la mujer como figura secundaria e irrelevante.

Para Camacho (2005), en alusión a la televisión pública, la clave está en considerar al público como ciudadanos y no como usuarios o consumidores. Y esto afecta a la triple función que dicha televisión pública debe tener: informar, garantizar los derechos de libertad de expresión, difusión, informar y ser informado, formar en valores cívicos como evitar contenidos que eduquen en lo contrario y entretener, hacer una apuesta por un entretenimiento de calidad más allá de uno para audiencias fáciles.

1. La desproporción de géneros (*The Smurfette Principle*)

The Smurfette Principle se evidencia como un programa de televisión que intenta apelar a ambos géneros, crea un grupo de personajes compuesto enteramente de varones, salvo una sola mujer, la cual, además, es representada y definida en base a estereotipos (Pollitt, 2013). La Pitufina (o smurfette) es la única mujer pitufo que existe en toda la aldea pitufo; este es uno de los ejemplos más claros. Lo importante a resaltar son las implicaciones que esta desproporción de género comunica a los espectadores. En palabras de Pollitt (2013), los jóvenes son quienes dominan, las jóvenes son una variación de la norma; los jóvenes son esenciales, las jóvenes son parte de la periferia; los jóvenes son individuos, las jóvenes son estereotipos. Los jóvenes definen al grupo, su historia y su código de valores. Las jóvenes existen solamente en relación a los jóvenes.

2. La debilitación del poder femenino (*Chickification*)

Chickification se refiere a la acción o proceso de tomar un personaje femenino que solía ser fuerte, independiente o estar involucrado en la acción a la par de los otros miembros masculinos de su grupo y, sin motivo aparente ni justificación alguna dentro del universo de la historia, se convierte en un personaje débil e indefenso (TV Tropes, 2012). Este estereotipo se presenta en series donde solo existe un personaje principal femenino y, a falta de alguien más que haga el rol de damisela en peligro, se le asigna el papel de llenar este hueco. Sin embargo,

la *Chickification* no aplica a personajes que, aunque fuertes, conservan sus cualidades femeninas. Un ejemplo sería el o la androide número 18 con forma humana de la serie *Dragon Ball Z*. Número 18 empieza siendo una villana, de las pocas luchadoras fuertes de la serie, pero una vez que es derrotada y se casa con Krilin, cae en el olvido, relegada al papel de esposa y madre. Deja de ser una luchadora activa; incluso, en situaciones donde lo intenta, es fácilmente derrotada a lo largo de la serie. También ese modelo se repite en la película *Mulan*, donde la heroína regresa a su pueblo natal, después de haber triunfado en un mundo de hombres haciéndose pasar por uno, para seguir el rol tradicional de una joven, y donde finalmente encuentra el amor.

Un ejemplo contrario a los anteriores, que se presenta en el cine, es la película *Valiente (Brave)*, en donde la joven no quiere seguir el modelo tradicional impuesto por sus padres; es decir, casarse y formar una familia. Ella supera a sus posibles pretendientes mostrando sus habilidades en el arco, con lo cual rompe los paradigmas sociales establecidos. Su destreza en el arco la lleva a ser una guerrera que defiende su reino. Finalmente, ella decide rechazar cualquier compromiso matrimonial por ser diferente. Pero, aun en este ejemplo, se puede cuestionar la idea de que para tener éxito en la vida debe elegirse un camino u otro, ya que no hay la posibilidad de articular ambos. Una situación similar sucede en la película animada *Frozen*, en la cual la protagonista es una mujer que tiene poder, pero no sabe cómo usarlo. El uso de su poder ha causado daño a los demás y a su entorno, por lo que debe huir para vivir de manera aislada del mundo. Esta situación pudiera enviar el mensaje al televidente de lo dificultoso que es para una mujer manejar posiciones de poder. Un punto interesante es el cambio tradicional: el verdadero amor está en la pareja, para pasar a situarlo en una relación entre hermanas. Finalmente, en la película actuada *Maléfica*, que es una nueva versión de la película animada *Bella Durmiente* (aunque desde otro punto de vista), es interesante analizar cómo la mujer pierde una parte importante de su poder al encontrar a su ser amado, quien le corta las alas. Ante la traición, se convierte en una mujer despiadada que, finalmente, termina siendo la protectora de la princesa Aurora, a quien inicialmente había maldecido. Al final de la historia, ambas, Maléfica y Aurora, parecen vivir una vida idílica, en un apacible reino del bosque. Un punto interesante es la ausencia de hombres heroicos en la historia. Maléfica viene siendo villana y después heroína en esta versión. Una interpretación que puede surgir a la luz del tema es que la mujer que posee el poder debe dejar de pensar en el amor de una pareja, para no ser vulnerable.

A excepción de los casos anteriores, el héroe varón se considera lo normal en la mayoría de las historias, a pesar de que un poco más de la mitad de la