10 PRINCIPIOS

Contenidos funcionales
- Pedir un favor.
- Responder afirmativamente a una petición.
- Negarse al cumplimiento de un favor o una petición.
- Valorar razonadamente un tema de actualidad.
- Debatir y presentar argumentos.
- Relatar narraciones fantásticas.

Contenidos lingüísticos
- El masculino genérico: usos sexistas y no sexistas.
- Alternativas al masculino genérico sexista: barras, guiones, desdoblamientos, etc.
- El pretérito anterior: forma y usos.
- La negación tajante: frases hechas con el adverbio *ni* y otras estructuras.

Tipos de texto y léxico
- Blogs y Facebook.
- Textos informativos.
- Frases hechas procedentes de la literatura y el cine.
- Textos periodísticos.
- Cuentos tradicionales y leyendas.
- Eslóganes.

El componente estratégico
- Adecuación del registro lingüístico al contexto y tipo de texto.
- Seleccionar las ideas principales de un texto.

Contenidos culturales
- La comunicación no sexista.
- Las ONG.
- Valores y antivalores en los cuentos tradicionales e hispanos.
- Reflexión intercultural sobre el folclore.
- Famosos que se involucran en campañas de solidaridad.

CAUSAS JUSTAS

1 ¿Qué es una "causa justa"? Coméntalo con tus compañeros. ¿Qué iniciativas conocéis en este sentido?

1.1. Lee el siguiente texto y responde a estas preguntas.

1. ¿Por qué las grandes empresas deciden apoyar "causas justas"?
2. Menciona alguna causa justa defendida por grandes compañías.
3. ¿En qué se diferencia la campaña de J&B y Johnnie Walker de las campañas oficiales?
4. ¿Por qué luchar contra los estereotipos de belleza impuestos por la sociedad es una causa justa?
5. ¿En qué medida ha influido el consumidor en el apoyo de las empresas a las causas justas?
6. ¿Qué estrategias comerciales han tenido las empresas para incorporar aspectos "éticos" a su gestión?

Las causas justas, el mejor reclamo publicitario de las empresas

El creciente valor de la responsabilidad social corporativa de las empresas se ha traducido también en un aumento de contenidos sociales y de compromiso con causas justas en sus campañas publicitarias, aunque no tengan que ver con su actividad.

Si hay alguna causa unánime en la sociedad, es la lucha contra los accidentes de tráfico, a la que se han sumado ya varias empresas como McDonald's, cuya fundación, además de colaborar con los niños enfermos

5

CONTINÚA

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

de cáncer, recomienda ahora también el uso del cinturón de seguridad dada la "sensibilidad familiar y con la infancia" de la empresa y porque los niños son reacios a usarlo, señala su director de marketing, Daniel Agromayor. Por otra parte, Diageo Iberia, propietaria de J&B y Johnnie Walker, se ha unido a los objetivos del Ministerio de Sanidad con su campaña por el consumo responsable de alcohol, aunque con otra estrategia. "Nuestra campaña es más de colega a colega, frente a las oficiales que son más paternalistas", sostiene el director de Asuntos Corporativos, José Antonio Bonoche.

Otra de las causas que inspira a los anunciantes es la lucha contra los estereotipos de belleza impuestos por la sociedad, como es el caso de Dove y su campaña *Por la belleza real*, en la que aparecen mujeres que no se corresponden con el canon de belleza actual. Esta campaña ha sido alabada por muchos expertos, como el consultor Rafael Muñiz, que la considera "una manera de aumentar la cuota de mercado", mientras María José Álvarez, directora de la agencia FCB Tapsa, matiza que este tipo de anuncios solo funcionan "si el producto es al menos igual de bueno que el de sus competidores".

En cualquier caso, los expertos coinciden en afirmar que la mentalidad del consumidor ha cambiado y cada vez se preocupa más por este tipo de causas, lo que se traduce en diferentes hábitos de compra que favorecen las marcas "éticas". Por ello, muchas multinacionales están desarrollando diferentes iniciativas para adoptar principios éticos en su gestión.

Una opción es la de adquirir o participar en marcas que conllevan una serie de valores éticos y medioambientales. Como es el caso del gigante cosmético L'Oreal, que ha adquirido recientemente la compañía británica de cosméticos The Body Shop, defensora del medioambiente, los derechos humanos y de los animales y el comercio justo. L'Oreal ha seguido el ejemplo de McDonald's, que adquirió el 33% de Pret&Manger, y de Unilever, que adquirió la marca de helados Ben&Jerry's, y que ha ganado reputación por apoyar al medioambiente. Sin embargo, en ningún caso ha habido mejora de la reputación ética de las empresas adquirientes, al menos externamente.

La segunda opción estratégica para las grandes compañías consiste en mejorar sus prácticas y ganarse la reputación de modelo de negocio ético, como Nestlé, que ha incorporado recientemente una marca, Partne's Blend, con la denominación *Fairtrade* (comercio justo). Pero esto por sí solo no mejorará una reputación negativa, según los expertos, que consideran que no es fácil engañar a la gente. Estas compañías deben saber gestionar estas marcas adquiridas o desarrollarlas de manera diferente, respetando su esencia para conservar la imagen de cercanía y honestidad de la que disfrutan hoy en día. ■

En http://www.marketingdirecto.com/actualidad/publicidad/las-causas-justas-el-mejor-reclamo-publicitario-de-las-empresas/

| 1.2. | Comenta con tu compañero qué tipo de causas defiende cada una de estas ONG. ¿Podéis citar alguna más y explicar su cometido?

AMNISTÍA INTERNACIONAL

GREENPEACE

Cáritas

S.O.S. RACISMO

Cruz Roja y Media Luna Roja

UNHCR ACNUR
La Agencia de la ONU para los Refugiados

MEDICOS SIN FRONTERAS

unicef

> | 2 | Leed este diálogo en un blog de Internet y comentad en vuestro grupo las siguientes cuestiones.

1. ¿Qué argumentos se utilizan para criticar a las ONG?
2. ¿Con qué argumentos se las defiende?
3. ¿Qué ejemplos se aportan para criticar a las ONG?

El blog de Amelia

El blog de Amelia

buscar

Martes 16

Las críticas a las ONG

David Jiménez explica desde Camboya por qué es importante fiscalizar el trabajo de las ONG por muy honorables que sean sus intenciones. Y las consecuencias de que, sobre todo en España, sean cada vez menos no gubernamentales:

"La última vez que critiqué el trabajo de algunas ONG recibí la protesta conjunta, irascible y por carta al director de las principales organizaciones españolas. Lo cuento porque refleja el primer problema de las ONG: se escudan en su labor solidaria para reclamar inmunidad ante la crítica, el control independiente de sus cuentas o el escrutinio de sus miembros. Y debería ser al revés: precisamente porque muchas de ellas manejan dinero público y donaciones cuyo objetivo es salvar vidas, su supervisión debería ser aún mayor".

Publicado por Amelia López en 00:14

4 comentarios

Anonymous dijo:
En mi humilde opinión, desde el mismo momento en el que una ONG recibe dinero público (ayuntamientos, diputaciones, Estado...), pierde todo el derecho a llamarse "no gubernamental". Responder

Sombra dijo:
Estoy totalmente de acuerdo en el fondo del asunto: hay que exigir a las ONG transparencia y los donantes y socios debemos ser corresponsables y exigir esa transparencia.
Pero más allá de eso, hay otras cosas que no comparto para nada. Jiménez tacha de derroche el pagar viajes a periodistas para que escriban artículos sobre un tema, y no debería ser así. Pues si realmente ningún periódico decide cubrir cómo las subvenciones agrícolas de la UE destruyen los medios de vida de millones de personas en el África rural (por ejemplo), creo que es lógico que las ONG intenten darlo a conocer. Difundiendo ese problema es más fácil que algún día esas subvenciones dejen de servir para condenar a la pobreza a millones de personas. Así que creo que sería un dinero muy bien invertido.
Una ONG puede dedicarse a hacer únicamente proyectos, pero no tiene por qué ser ese su único cometido. La lucha contra la pobreza NO se ganará con pequeños proyectos, sino con cambios profundos en las políticas, así que creo que invertir dinero en esas cuestiones es algo que puede tener mucho más impacto que construir miles de escuelas. Responder

Daniel dijo:
Yo colaboro desde hace varios años con Ingeniería Sin Fronteras Galicia. No voy a hacer una defensa corporativista porque sé que son muchas las que funcionan mal, pero son muchas más las que funcionan bien. Dentro de las propias ONG somos muchos los que nos planteamos lo que se dice en el artículo, pero en general se hace de puertas para adentro, porque las palabras tienden a malinterpretarse. Responder

Sergio dijo:
He sido socio de dos ONG en el pasado. No diré sus nombres pero eran de esas que se consideran "prestigiosas".
Algunos problemas que viví y que son comunes a muchas ONG:
1. No funcionan democráticamente. Los dirigentes marcan la estrategia a seguir (programas previstos, zonas geográficas de actuación, etc.) y los socios pagamos, colaboramos en algunas campañas (recogidas de firmas, recogidas de alimentos, etc.) y por lo demás somos invisibles y no contamos para nada.
2. Se ha publicado en diversos medios de prensa que alrededor del 80% de los fondos de las ONG españolas son de procedencia pública, pero la opacidad en el manejo de los mismos es la norma. Nadie controla en qué y cómo se gastan el dinero que reciben y son poquísimas las que se someten a auditorías externas independientes.
3. Algunas ONG pretenden incidir en la política exterior española, por ejemplo, en temas de cooperación para el desarrollo, por la vía de presión desde fuera o incluso aspirando a formar parte de organismos que gestionan la política exterior española. Sin que hayan pasado por filtro democrático alguno, me parecen un tanto fuertes esta clase de pretensiones. Ojo con los redentores profesionales.
4. Puede sostenerse que las intervenciones humanitarias en el exterior de muchas de estas ONG no dejan de ser una nueva versión del tradicional colonialismo occidental: si antes se justificaba para evangelizar a los indígenas, después para llevarles los frutos de la "civilización del hombre blanco", ahora se hace en nombre de la solidaridad y el humanismo. Responder

En: http://www.guerraeterna.com/archives/2009/09/las_criticas_a.html

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

| 2.1. | Escribe una entrada en este blog (100-150 palabras), manifestando tu opinión sobre las críticas a las ONG.

- Habla de tus experiencias con las ONG.
- Busca en Internet información sobre los logros que han conseguido las ONG.
- Cómo se podrían controlar los gastos y los abusos de las ONG.
- Qué pasaría si las ONG desaparecieran.

UN POCO DE TU TIEMPO

| 1 | Es muy posible que hayáis oído hablar de los "Bancos del tiempo". ¿Sabéis exactamente qué son y cómo funcionan? Anotad vuestras aportaciones.

Un banco del tiempo es...

| 1.1. | Escuchad y comprobad vuestras hipótesis. | 34 |

| 1.2. | ¿Qué os parecen estas iniciativas solidarias? ¿Formaríais parte de ellas? ¿Creéis que funcionarían en vuestro entorno? ¿Por qué? ¿Qué aspectos positivos y negativos encontráis?

| 2 | Lee la página del grupo de Facebook "Banco del tiempo". ¿Qué te parecen las cosas que piden algunos miembros del grupo? ¿Podrías contestar a alguna de ellas?

CONTINÚA

www.edinumen.es

Miguel Mellado
¿Sería mucho pedir que me enseñarais a hacer jabón casero? Yo puedo dar clases de yoga y arreglo ordenadores y muchas cosas más; podéis visitar mi perfil.
Me gusta · Comentar · 1 de noviembre, 22:38

Ana Rodríguez Sánchez Tus deseos son órdenes para mí. En este momento yo no necesito nada. Gracias.
Me gusta · Comentar · 2 de noviembre, 09:12

Esperanza Gil No cuentes conmigo.
Me gusta · Comentar · 2 de noviembre, 13:09

Toñi Padilla
¡Hola! Os estaría eternamente agradecida si alguien me diera clases de DIBUJO, concretamente CÓMIC. A cambio ofrezco clases de: PHOTOSHOP, nociones básicas de CHINO, y de asignaturas de CIENCIAS a un nivel normal (estoy en 4.º de carrera, no soy experta pero puedo ser de ayuda). ¡Gracias!
Me gusta · Comentar · 3 de noviembre, 00:01

Benito Mateo Eso está hecho. No te puedes imaginar el favor que me harías si me enseñaras a trabajar con Photoshop.
Me gusta · Comentar · 3 de noviembre, 10:05

Esperanza Gil Espera sentada.
Me gusta · Comentar · 4 de noviembre, 16:50

JJ Martínez A tu entera disposición. A cambio hazme un favor, enséñame chino ;-).
Me gusta · Comentar · 4 de noviembre, 22:17

Luz Adriana Valdés Jaramillo
Hola, me llamo Luz, ¿no sabréis de alguien que pueda enseñarme a hacer uñas de gel y porcelana? A cambio me ofrezco para acompañar a personas mayores, cuidar niños, pasear perros... 652847553. Gracias.
Me gusta · Comentar · 7 de noviembre, 20:09

Severino Gómez Gómez Sintiéndolo mucho me resulta imposible ayudarte con lo de las uñas, pero si me entero de algo, te aviso. Lo que sí agradecería es que cuidaran a mi padre este fin de semana porque tengo una boda, ¿serías tan amable de quedarte con él este sábado?
Me gusta · Comentar · 7 de noviembre, 23:31

Esperanza Gil Ni loca. Ni hablarlo, ni imaginarlo.
Me gusta · Comentar · 8 de noviembre, 13:42

Rafa López López
No me queda más remedio que pediros un favor porque ni mi mujer ni nadie de la familia puede ayudarme. ¿Alguien podría recogerme los niños del cole la próxima semana y hacerme la compra del mes?
Me gusta · Comentar · 12 de noviembre, 10:58

Agustina Gabarrón ¡Sin problema!, Rafa, déjame la lista hecha con buena letra ;-). Este mes yo me encargo de recoger a los hijos de Luisi también, me llevaré un minibús, je, je, je.
Me gusta · Comentar · 12 de noviembre, 13:29

M.ª Jesús López Lamento tener que darte una negativa pero esta semana va a ser imposible. No tengo ni siquiera tiempo para mí.
Me gusta · Comentar · 12 de noviembre, 15:17

Miguel Ángel Camacho ¡Faltaría más! A mandar.
Me gusta · Comentar · 12 de noviembre, 18:26

Esperanza Gil Sí, hombre... ¿y qué más? ¡Ni que fuera yo tu esclava!
Me gusta · Comentar · 12 de noviembre, 23:01

2.1. En el grupo se ha colado una persona que ha contestado a todos, ¿quién es? ¿Acepta o rechaza las peticiones? ¿Cómo definiríais sus respuestas (corteses, impertinentes, graciosas...)?

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

2.2. Completad el cuadro con las expresiones de Esperanza. De acuerdo con la explicación, ¿os parece adecuado usar estas expresiones en ese grupo de Facebook?

Negarse de forma tajante a una petición

La negación tajante se suele dar en el lenguaje oral dentro de la comunicación familiar o entre amigos, es decir, en registros lingüísticos informales caracterizados por la falta de planificación, las estructuras simples y por la expresividad.

Entre las formas de negación tajante usamos frecuentemente:

- Frases hechas con el adverbio ***ni*** en el sentido de ***ni siquiera***:
  - *ni borracho, ni muerto, ni de broma, ni soñarlo, ni mucho menos,*
- Otras estructuras:
  - *vas listo, lo llevas crudo,*

Debemos ser cuidadosos al utilizarlas ya que, usadas fuera de un contexto amigable, estas exclamaciones enérgicas pueden ser interpretadas como mensajes algo agresivos o vehementes y herir la sensibilidad del otro.

2.3. Mirad de nuevo el Facebook. ¿Os habéis fijado en las formas que utilizan para pedir favores y responder a las peticiones? Realizad las siguientes actividades.

1. Haz listas con las diferentes estructuras que aparecen para pedir un favor y responder afirmativamente o negarse.

Pedir un favor	Responder afirmativamente	Negarse a una petición

2. Amplía la lista con más ejemplos que conozcas.
3. Compara tu lista con la de tu compañero y añade las que tú no hayas anotado.
4. Completad la ficha que os dará el profesor añadiendo vuestros comentarios en Facebook, respondiendo afirmativa o negativamente a las peticiones, según vuestra disponibilidad y conocimientos.

2.4. Vosotros también podéis crear vuestro propio Banco del tiempo y compartirlo con las personas que os rodean. Haz la ficha de tu perfil: piensa qué cosas puedes ofrecer y cuáles necesitas. Optimiza tus recursos personales. Fíjate en el modelo.

Ficha Banco del tiempo

Ofrezco	*Necesito*
• *Clases de conversación en español y alemán. Traducciones.*	• *Aprender juegos de cartas españoles.*
• *Charlas sobre la cultura hispana.*	• *Hacer unas chapuzas en casa.*
• *Compartir coche para ir a la escuela...*	• *Conocer la historia de Chile...*

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

2.5. Poneos en pie e intercambiad vuestra ficha con vuestros compañeros. Tomad notas de las cosas que os interesan de ellos. Después, responded a las peticiones.

- *Me interesa mucho lo que has dicho de compartir el coche. No te imaginas el favor que me harías si pudieras traerme a clase en tu coche.*
- *Pues no hay más que hablar, ¿dónde vives?*
- *En el barrio de San Cristóbal.*
- *¡Qué pena! Sintiéndolo mucho me temo que te tengo que dar una negativa porque yo vivo en el otro extremo de la ciudad.*

JÓVENES Y ¿JÓVENAS?

1 Ángel tiene hoy mucho trabajo pendiente. Observad las notas que ha realizado sobre estos documentos. ¿En qué consiste su trabajo? ¿Dónde creéis que puede trabajar?

Persona — las pasajeras y pasajeros

Azafata: Mujer que atiende a los pasajeros en un avión, tren, etc.

Emular: imitar las acciones del otro intentando superarle.

otra persona

Abdomen: Vientre del hombre.

del hombre o de la mujer, o de la mujer o del hombre, o de la persona

Estimado visitante:
recuerde que no puede hacer fotografías ni atravesar el cordón que resguarda el acceso a los cuadros.

Estimado/a visitante
(o mejor en plural: Estimados/as visitantes)

¿Correcto?

La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) recibirá mañana a su nuevo administrador

¿Aceptable?

Juanjo S. y Sonia P. son los coordinadores de la nueva cadena de supermercados.

¿el coordinador y la coordinadora?

Uno de cada cuatro niños que nacen en España es hijo de inmigrantes.

¿niños o niñas?

No se invitó a ningún actor al estreno de la película.

¿ningún actor ni ninguna actriz?

1.1. Mirad la cubierta de este libro. ¿Qué es la comunicación no sexista? ¿Qué tipo de información creéis que aparece en esta guía?

1.2. 35 Escucha la presentación sobre la *Guía de comunicación no sexista* que se hace en este programa de radio, contesta a las preguntas y comprueba las respuestas que habéis dado a las actividades anteriores.

1. ¿Qué tipo de información aparece en la guía?
2. ¿Cuál es su finalidad? ¿Con qué pretensiones se crea esta guía?

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

2

Analizad estas frases y decidid cuál es el referente de los siguientes masculinos subrayados. ¿Alguna de estas frases os parece ambigua o sexista respecto al uso del masculino? Después, comprobadlo en el cuadro y completadlo con estos ejemplos.

	masculino (él/ellos)	masculino y femenino (él/ella, ellos/ellas)	femenino (ella/ellas)
1 *El candidato* está obligado a presentar la documentación exigida.	○	○	○
2 A *los españoles* les gusta mucho el fútbol. A sus mujeres también.	○	○	○
3 Es *un candidato* muy preparado.	○	○	○
4 *Los escritores* españoles están muy bien valorados en Hispanoamérica.	○	○	○

El masculino genérico

- En español el masculino es el género que usamos para designar a los individuos de sexo masculino y a toda la especie sin distinción de sexos (masculino genérico). El género marcado es el femenino y solo sirve para designar al sexo femenino.
  - Género masculino **específico** para varones: *Los candidatos han puntuado más bajo que las candidatas,*
  - Género masculino **genérico**: *Los candidatos al puesto dispondrán de 48 horas para presentación,*
- El problema que suscita el uso genérico del masculino que acabamos de describir es que, más allá de las cuestiones gramaticales, ha sido identificado ideológicamente con el predominio de los varones en la sociedad en el que las mujeres, al no ser nombradas, no **quedan** visibles, perpetuando así una situación discriminatoria.

  Esta percepción se produce, sobre todo:
  - Cuando se realiza un uso sistemático del masculino genérico en el texto o discurso.
  - Cuando las oraciones pueden resultar **ambiguas**: *Los españoles pueden servir en el ejército,*
  - Cuando realmente muestran un uso sexista del lenguaje: *La presidente de Costa Rica visita Argentina,*

Fuente: *Guía de comunicación no sexista* (Instituto Cervantes, 2011)

3

Volved a leer las notas de Ángel de la actividad 1 y fijaos en aquellos casos en los que tiene dudas. Después, leed las recomendaciones sobre *Usos no sexistas del masculino genérico* de la Guía y resolved sus dudas escribiéndolas aquí de la forma aconsejada.

Masculino genérico: usos no sexistas

- Existen contextos en los que la utilización del masculino genérico es pertinente y necesaria para evitar un exceso de información en las oraciones o generar construcciones inaceptables en determinados contextos. Se aconseja su uso en los siguientes casos:
  - En **expresiones fijas**. El masculino genérico se usa en rótulos, nombres de asociaciones, fórmulas fijas, siglas, etc. La duplicación u otros recursos en estos casos es excesiva:
    –
  - En **grupos mixtos en los que los componentes son explícitos**. Cuando las personas aparecen identificadas por su nombre la duplicación es errónea:
    –
  - En **referencia a personas indeterminadas**. Cuando no es posible la identificación de las personas es innecesaria la doble mención:
    –

CONTINÚA

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

Masculino genérico: usos no sexistas (cont.)

- En **la referencia a la cuantificación de personas inespecíficas**. El uso de desdoblamiento u otros recursos resulta anómalo:
  – _____
- En **la referencia a personas representativas o prototípicas**. En estos casos el uso del desdoblamiento o del término persona produce efectos de redundancia:
  – _____

Fuente: *Guía de comunicación no sexista* (Instituto Cervantes, 2011)

3.1. Leed con atención estas frases en las que aparecen usos sexistas del masculino genérico de acuerdo con la *Guía*. ¿Cómo podríamos modificarlas? Aquí tenéis algunas sugerencias de cambio.

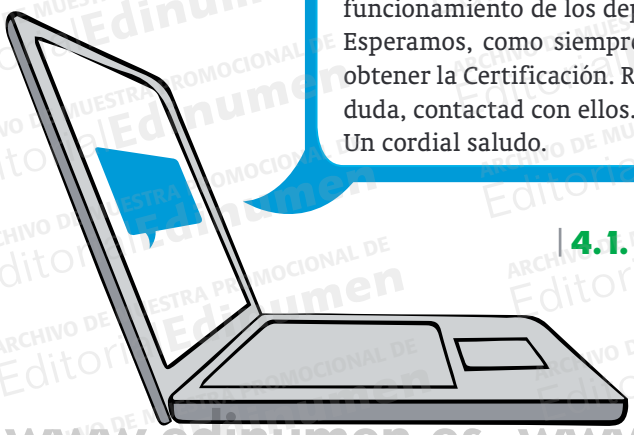
1. Durante diez días **los candidatos** tienen opción a adjuntar la documentación.
2. **Los abogados madrileños** respaldan las medidas del decano Antonio Hernández.
3. **Muchos congresistas** mostraron su desacuerdo con las propuestas de la oposición.
4. **Estimados compañeros**:
5. **El director** ha hecho pública la lista de admitidos.
6. **Los espectadores** quieren ver cine en versión original.
7. **Los chicos** esperaban al equipo a las puertas del hotel.

- Signos gráficos (guion, barra): *nacido/a en, querido-a...*
- Formas femeninas y masculinas con o sin artículo: *niños y niñas, mujeres y hombres, los profesores y las profesoras...*
- Desdoblamiento de artículos, determinantes, adjetivos...: *algunos y algunas taxistas.*
- Sustantivos colectivos: *equipo, gente, el personal...*
- Sustantivos abstractos: *la adolescencia, la juventud, el electorado...*
- Cambios en la redacción: en vez de *Es preciso que el alumno atienda más* usar *Es preciso atender más.*
- Metonimias como el cargo, la profesión o el lugar: *la clase política (los políticos), la secretaría (el secretario), Paraguay (los paraguayos)...*

4 Leed este correo electrónico que ha recibido Ángel y decidid si aparecen usos sexistas del lenguaje de acuerdo con lo que habéis aprendido. Después, ponedlos en común con otras parejas y llegad a un acuerdo.

Auditoría

Estimados compañeros:
Como ya sabéis todos, el próximo lunes 14 de noviembre, nos corresponde la auditoría externa para la nueva Certificación de Calidad del centro.
Debéis estar preparados porque los auditores, en su visita, os solicitarán información sobre el funcionamiento de los departamentos.
Esperamos, como siempre, la participación de todos los profesores y administrativos para obtener la Certificación. Recordad que Marta y Antonio son los coordinadores. Para cualquier duda, contactad con ellos.
Un cordial saludo.



4.1. Entre los dos vais a escribir de nuevo el correo electrónico haciendo los cambios necesarios para que esté libre del uso de lenguaje sexista. Debéis poneros de acuerdo en qué modificaciones serían las más adecuadas en cada caso.

CONTINÚA

www.edinumen.es

Grupo cooperativo

5 ¿Hacen los españoles un uso sexista del lenguaje? Os proponemos que llevéis a cabo una investigación para comprobarlo. Seguid las siguientes pautas.

1. Se divide la clase en grupos y se asigna a cada uno un tipo de texto o discurso: radio, televisión, periódicos, páginas web, publicidad, folletos, etc.
2. Cada grupo se encargará de analizar los textos para detectar un posible uso sexista del idioma.
3. Cada grupo buscará alternativas no sexistas en los casos encontrados.
4. Para terminar se presentarán las conclusiones al resto de los grupos.

Intercultura

5.1. El tema de la comunicación no sexista crea grandes debates entre los hablantes de la lengua española con muchos argumentos a favor y en contra, ¿cuál es vuestra opinión sobre este tema? ¿Existe este problema en vuestra lengua?

No se utiliza el femenino porque es muy engorroso y farragoso, ya que lo importante es la economía del lenguaje.

Lo que no se nombra no existe. El lenguaje refleja una determinada concepción del mundo.

BUENAS INTENCIONES

1 Estos son eslóganes de algunas campañas en las que han participado personajes conocidos de la sociedad española. Comentad los temas de los que creéis que se ocupan estas campañas. Después podéis confirmarlo en las webs de los organismos u ONG implicadas.

www.unjugueteunailusion.com

www.sacatarjetaroja.es

www.msf.es

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

2 Vamos a leer un artículo periodístico sobre la presencia de famosos en campañas y actos de solidaridad. ¿Cuáles creéis que son los temas que se van a tratar en el artículo? Anotadlos.

2.1. Lee el texto y localiza los sinónimos de las siguientes palabras.

1 dinero .....
2 implicarse .....
3 fichar .....
4 batalla .....
5 asociación .....
6 imagen pública .....

El actor mexicano Gael García Bernal va a Hong Kong a hablar de la pobreza y la prensa local enloquece; un anuncio televisivo contra la malaria llega a millones de hogares gracias a –y solo gracias a– la participación de Andrés Iniesta, Iker Casillas y otros jugadores de la selección española; para recaudar fondos, se subastan por Internet el capote de José Tomás, unos guantes de Fernando Alonso y unas zapatillas de Pau Gasol.

El número de famosos que no se involucran de una forma u otra en la llamada diplomacia de los famosos se puede contar con los dedos de una mano. Prácticamente todos los actores, músicos, modelos, futbolistas están en ello. A veces crean sus propias fundaciones, pero más a menudo, los famosos se asocian con una ONG, que los recluta para su causa de la misma manera que lo hacen las marcas de ropa. La diferencia entre las ONG y las marcas de ropa, claro, es que aquellas no pagan a los famosos por el trabajo que hacen.

Introducción

Cómo se implican los famosos

¿Por qué la necesidad de los patrocinadores de causas humanitarias de aliarse con famosos? .....
.....
.....
.....
.....

Razones de las ONG para fichar famosos

Critica

Para la gente que trabaja en las ONG, por definición gente idealista, a veces duele un poco ensuciarse las manos de esta manera. Se dan casos de trabajadores de campo que directamente se indignan ante la atención que reciben los famosos que aterrizan, pasan una mañana con los olvidados de la Tierra y vuelven rápidamente a sus mansiones, cuando ellos han estado en el frente, compartiendo los peligros y la pobreza día y noche, durante años.

¿Qué tiene de malo todo esto? .....
.....
.....
.....
.....

Aspectos negativos del fichaje de famosos

Es fácil caer en la tentación de satirizar a los famosos con causa, aquellos que siempre que pueden ponen su granito de arena para conseguir un mundo mejor; pero lo que también es verdad es que, en esta alianza entre los famosos, las causas humanitarias, las ONG y los líderes políticos, todos salen ganando: los famosos se sienten mejores personas y elevan su perfil; los políticos sienten que mejoran sus posibilidades de ganar las siguientes elecciones si el público los ve sonriendo con famosos; las ONG reciben más dinero y las causas por las que luchan llegan a los ojos y los oídos de la mayoría de ciudadanos de países ricos.

Beneficios de contar con famosos

Y al final está la pregunta: .....
.....
.....
.....
.....

Reflexión final

Adaptado de *El País*, John Carlin

www.edinumen.es

2.2. Redacta los fragmentos que le faltan al artículo. Ten en cuenta que el periodista ha escrito al margen el tema que quiere tratar y, además, ha redactado ya la primera frase.

2.3. Intercambia tus textos con los de tu compañero. Leedlos, comentadlos y completad la información si es necesario. Después, el profesor os proporcionará los fragmentos que había escrito el periodista.

2.4. Ahora que hemos leído el texto completo, ¿se tratan los temas que habíais previsto en la actividad 2? ¿Cuál es el punto de vista del autor? ¿Estáis de acuerdo con él?

3 Vamos a elegir un título para la noticia. ¿Con cuál de los siguientes titulares os quedáis? Después, el profesor os dirá el elegido por el autor.

- ☐ *Famosos con buen corazón.*
- ☐ *Famosos con causa.*
- ☐ *Más grande que la fama.*
- ☐ *Solidarios y elegantes.*

3.1. En el titular hay un juego de palabras con el título en español de la película *Rebeldes sin causa*. Aquí os presentamos otros casos parecidos que son propios, sobre todo, del lenguaje periodístico. Comentad el origen y significado de estas frases, según vuestra opinión.

- ✕ *Crónica de una derrota anunciada.*
- ✕ *Dejad que los socios se acerquen a mí.*
- ✕ *Siempre nos quedará Cayetana...*
- ✕ *El presidente no sabe, no contesta.*
- ✕ *En busca del Lavapiés perdido.*
- ✕ *Adiós a Roberto, el último mohicano del cine español.*

Intercultura

3.2. ¿Hay ejemplos similares en vuestro idioma? Comentadlos con vuestros compañeros poniendo algunos ejemplos.

4 En grupos de tres, vais a realizar un debate en torno a la participación de famosos en causas solidarias, adoptando, cada uno, una determinada personalidad. Repartíos los papeles que os proponemos a continuación y defended las diferentes posturas.

Eres una persona famosa que quiere participar en la campaña de la ONG. Quieres asociar tu imagen a la de una causa solidaria. En el pasado has cometido algún que otro exceso, pero ha sido hace mucho tiempo y es agua pasada. Buscas una causa que se ajuste a tu perfil.

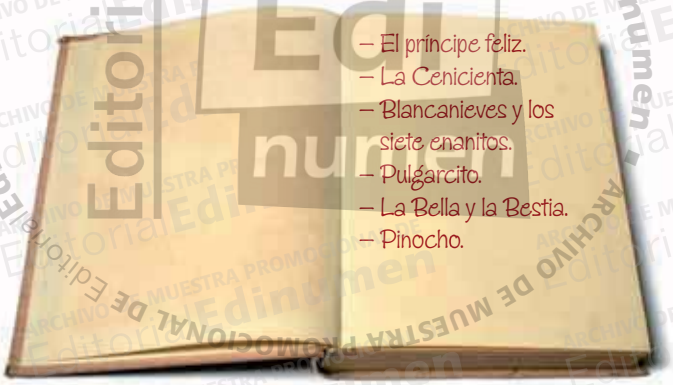
Defiendes la necesidad de contratar a un famoso para tu ONG. Consideras que aporta muchos beneficios a la organización. Eso sí, el famoso tiene que tener una trayectoria intachable.

Tú no estás de acuerdo. Llevas años trabajando en la ONG. Has vivido en multitud de lugares en conflicto. Contratar a un famoso va contra tus principios.

www.edinumen.es

ÉRASE UNA VEZ

1 Aquí tenéis los títulos de algunos cuentos infantiles populares. ¿Los conocéis? ¿Podéis añadir más títulos –en español– a la lista?



– El príncipe feliz.
– La Cenicienta.
– Blancanieves y los siete enanitos.
– Pulgarcito.
– La Bella y la Bestia.
– Pinocho.

1.1. En grupos de tres, elegid uno de los cuentos anteriores y completad la siguiente tabla, como en el ejemplo.

Personajes	*Objetos*	*Valores*	*Acciones*
Tres cerditos (⊕), Lobo feroz (⊖).	*Tres casas (paja, madera, ladrillo).*	*Importancia del trabajo bien hecho, el trabajo como inversión de futuro.*	*Los cerditos construyen sus casas, el lobo consigue derribar dos casas soplando, la casa de ladrillo protege a los cerditos, el lobo huye.*

1.2. Un miembro de cada grupo sale a la pizarra y escribe la información recopilada. ¿Observáis diferencias o semejanzas entre los diferentes cuentos? ¿Conocéis otras historias similares a los cuentos elegidos?

A mí el cuento de Los tres cerditos *me recuerda una parábola que viene en la Biblia y habla de construir una casa sobre arena o sobre roca. Creo que la idea es más o menos la misma, pero claro, está pensada para adultos.*

Pues en mi país hay una historia similar, pero no son cerdos ni construyen casas, sino que...

2 Ahora lee la siguiente historia y completa una tabla similar a la anterior. ¿Comparte personajes, objetos, valores o acciones con alguno de los cuentos anteriores?

Hace mucho tiempo, vivía en una aldea asturiana un rico labrador. Tenía dos hijas, Inés y Clara, aunque siempre había preferido a una de ellas, a Inés, que jamás contradecía a su padre y le hacía caso en todo.

En cuanto cumplieron la edad de desposarse, Inés se casó con el hombre que su padre le había asignado; sin embargo, Clara lo hizo con el hombre que le había robado el corazón y la hacía feliz: había decidido casarse en secreto por amor.

Apenas se enteró su padre de lo que había hecho, reaccionó con ira y la desheredó. Además, le prohibió acercarse a la casa donde había vivido toda la vida y la echó a la calle.

CONTINÚA

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

Pasaron así algunos años. Inés vivía tranquila con su padre y su marido, y aunque no sentía lo que era el amor, nunca le faltó nada: ni ropa, ni comida, ni leña. Clara era feliz con su esposo, pero pasaban muchas necesidades.

Inés sabía que su hermana lo estaba pasando muy mal, pero el temor que le tenía a su padre le impedía ayudarla.

El viejo labrador murió y en ese momento Inés, que había recibido toda la herencia de su padre, intentó ayudar a su hermana; pero esta vez fue su marido quien, cegado por la codicia, se lo prohibió.

Inés estaba desesperada y no encontraba la manera de sacar a su hermana de la pobreza.

Un día en el que se celebraba la misa por el alma de su difunto padre, Inés rogó con todo su corazón para que Dios le permitiera encontrar la manera de ayudar y favorecer a Clara. Apenas había terminado su oración, sintió un gran peso sobre su cabeza, levantó la mano y vio una mariposa que se elevaba en el aire.

Ella no podía creer que un insecto tan pequeño le provocara aquella sensación de peso en la cabeza, pero ese fenómeno se le repitió en varias ocasiones.

Cuando hubo acabado la misa, Inés le contó a su marido lo que le había pasado; pero este no le hizo ningún caso, pensó que eran alucinaciones de su esposa.

Al salir de la iglesia, era el marido el que levantaba la mano sobre su cabeza por el gran peso que sentía sobre ella. También pudo ver cómo revoloteaba una mariposa ante sus ojos.

La mariposa estaba continuamente presionando la cabeza del matrimonio. Inés le insistía a su marido diciéndole que era una señal que le había enviado Dios para que ayudara a su hermana Clara. Finalmente su marido aceptó ayudarla.

Y fue así como repartieron una herencia muy cuantiosa entre las dos hermanas y esposos. Inés y Clara volvían a estar juntas y a ser una familia con sus maridos.

Cuando acabaron el reparto de la herencia, y después de que las hermanas y los cuñados se fundieran en un fuerte abrazo, pudieron ver todos a una mariposa revolotear alegremente ante ellos; después comenzó a volar muy alto, muy alto, cada vez más alto, y no dejó de ascender hasta que alcanzó el cielo.

Adaptado de http://destylou-magico.blogspot.com/2010/02/leyenda-de-la-mariposa-asturias.html

2.1. En la leyenda que acabas de leer aparece una forma verbal que se llama pretérito anterior. Fíjate en el ejemplo extraído del texto y completa el cuadro.

Cuando ***hubo acabado*** *la misa, Inés le contó a su marido lo que le había pasado.*

El pretérito anterior

- El pretérito anterior se forma con el verbo auxiliar *haber* conjugado en pretérito indefinido seguido del participio.
- Expresa una acción inmediatamente anterior a otra acción sucedida en el pasado, de ahí que aparezca frecuentemente acompañada de marcadores temporales ([1] ....., *hasta que*, *después de que*...) y marcadores adverbiales de inmediatez (*apenas*, *en cuanto*, *no bien*...).
- Su uso está restringido al español peninsular y normalmente solo se emplea en un registro [2] .....; de ahí que sea reemplazado en las demás variantes y casos por el [3] ..... o por el [4] .....

2.2. Vuelve a leer *La leyenda de la mariposa* y busca otras cinco formas verbales que pueden ser sustituidas por el pretérito anterior. Presta atención a los marcadores, te serán de gran ayuda.

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

www.edinumen.es · ARCHIVO DE MUESTRA PROMOCIONAL DE Editorial Edinumen

> 3 A continuación tienes un artículo de periódico sobre los valores que transmiten los cuentos tradicionales. ¿Puedes señalar cuáles son las tres ideas principales?

El Diario Montañés, EFE. Las últimas versiones de cuentos tradicionales como *La Cenicienta* o *Caperucita Roja* ponen en valor la igualdad de géneros y la influencia del contexto en el comportamiento de los "malos", mientras que los autores clásicos eran más directos en temas como la violencia o los malos tratos.

Así lo considera Purificación Salmerón Vílchez, que estudia la transmisión de valores a través de los cuentos clásicos infantiles con un análisis de sus versiones antiguas y actuales, informó ayer la Universidad de Granada.

Según esta tesis, los cuentos transmiten valores como la solidaridad, la libertad, el respeto por los demás y la bondad, y "antivalores" como el maltrato, la injusticia y la discriminación social.

Sistematizar estas ideas en las versiones tradicionales de los cuentos clásicos infantiles, y compararlos con los de las ediciones que de estos relatos salen cada año ha sido el objetivo principal de la tesis doctoral.

Para realizar su trabajo de investigación, Salmerón seleccionó 33 cuentos, entre ellos *Caperucita Roja*, *La Cenicienta*, *Los tres cerditos*, *El Gato con botas*, *El patito feo* y *El soldadito de plomo*, de los que estudió entre cinco o seis versiones de cada uno, entre originales de autores como los hermanos Grimm y Andersen, y las últimas publicadas.

"En todos están valores sociales y éticos como la libertad, la ética o la tolerancia y no se eliminan los antivalores con el paso del tiempo, pero sí se suavizan", considera Salmerón.

Sin embargo, hay valores como los ecológicos o los de igualdad de género que solo aparecen en las nuevas versiones, de forma que en *La Cenicienta rebelde*, de Ediciones SM, "la protagonista realiza su propia fiesta donde enamora a un príncipe que se va a marchar de la corte en busca de algo más auténtico".

Según Leonor Buendía, una de las directoras de la tesis, "el papel del héroe en las versiones antiguas está siendo sustituido por la heroína, atribuyéndole a esta los mismos valores que antes se le atribuían al hombre".

En la tesis se destaca que las nuevas versiones "suavizan" escenas "morbosas y macabras" que aparecen en los textos originales, al tiempo que "los malos ya no van a ser tan fríos y crueles", ya que, según la autora, las nuevas versiones "tienen más en cuenta las circunstancias y el contexto social que los han hecho ser como son".

Buendía, catedrática de Métodos de Investigación en Educación de la Universidad de Granada, hace un llamamiento a que maestros, familiares y editoriales tengan en cuenta estudios como el de Salmerón a la hora de seleccionar "unos cuentos con los que vamos a transmitir unos valores determinados a los niños".

A este estudio, de carácter descriptivo, le seguirá una investigación cuyo objetivo será profundizar en la interpretación que, en los diferentes estadios evolutivos, hacen los más pequeños de estos cuentos. ■

En http://axxon.com.ar/not/141/c-1410033.htm

3.1. Compara con tu compañero las ideas que has señalado. ¿Estáis de acuerdo con la tesis de la autora? ¿Creéis que hay algún antivalor en *La leyenda de la mariposa*?

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es

4 Analizad la historia de *Caperucita Roja* y señalad cinco antivalores que contenga según el artículo que habéis leído.

4.1. Buscad en Internet una de las muchas versiones "políticamente correctas" que hay del cuento de *Caperucita Roja*. Leedlo. ¿Se han cambiado los antivalores que habéis señalado en la actividad anterior?

4.2. Habla con tus compañeros de las siguientes cuestiones.

1. La adaptación que habéis leído, ¿es muy diferente de lo que habéis hecho vosotros en clase? ¿Por qué?
2. ¿Preferís la versión tradicional o la políticamente correcta?
3. ¿Y qué pensáis que elegirían los niños?
4. ¿Basta un cambio en el lenguaje para producir un cambio en los valores? ¿Es necesario algo más?
5. El efecto que se consigue con la versión políticamente correcta, ¿es el deseado?
6. ¿Os parece adecuado este tratamiento de los cuentos tradicionales?
7. ¿Qué alternativas se os ocurren?

5 Elegid uno de los cuentos con los que habéis trabajado en esta sección y buscad una versión en Internet. Leedlo individualmente y marcad en verde los valores que encontréis, y en rojo los posibles antivalores.

5.1. Poned en común vuestro trabajo y discutid si hay algún tipo de antivalor que deberíamos cambiar.

- *En el cuento de* Los tres cerditos, *cuando el lobo intenta entrar por la chimenea, los cerditos encienden un fuego y el lobo se quema; luego, sale de nuevo por la chimenea y dice, muy enfadado, que volverá para vengarse, mientras los cerditos bailan.*
- *A mí ese final me parece un poco agresivo, y no me gusta la idea de venganza.*
- *Además, pueden ser tres cerditas, o dos cerditas y un cerdito, o una loba, ¿por qué no?*

5.2. Modificad el cuento que habéis elegido y rescribidlo de forma que desaparezcan los antivalores. Podéis introducir nuevos personajes, objetos o acciones.

5.3. Vamos a organizar un festival de cuentacuentos entre toda la clase. Cada pareja presenta su historia a los demás. Podéis ayudaros de dibujos, marionetas, disfraces, etc.

www.edinumen.es www.edinumen.es www.edinumen.es