



TEXTOS DE OPINIÓN Y LA DIFERENCIA ENTRE PREJUICIO Y
ESTEREOTIPO

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:	
NIVEL: PRIMERO MEDIO A-B-C-D (marcar)	AÑO: 2021
PROFESORA: ISMENIA VEGA	
PERIODO: AGOSTO	FECHA DE ENTREGA: 20 AGOSTO
PUNTAJE:34	

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE PRIORIZADOS LENGUA Y LITERATURA:

OA 10: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, editorial, columna de opinión, considerando los propósitos explícitos e implícitos y la presencia de estereotipos o prejuicios.

INDICADORES DE LOGRO:

- Analizan y evalúan distintos tipos de textos de la prensa escrita, específicamente aquellos de opinión.
- Conocen y reconocen la diferencia entre prejuicio y estereotipo.
- Emiten opiniones.

INTRODUCCIÓN

Estimados(as) Estudiantes:

Junto con saludarlos, queremos motivarlos a completar esta guía, con el fin de detectar las fortalezas y debilidades que poseen con respecto a los Objetivo de Aprendizaje Priorizados con los cuales trabajaremos.

Les pedimos leer atentamente toda la guía y responder de la forma más completa que puedan, así como también responder la Autoevaluación que encontrarán al final.

¡ÉXITO EN TU TRABAJO!

FORMA DE RETROALIMENTACIÓN Y ENVÍO:

- ☐ Para sus consultas y envío de las guías de forma digital, pueden comunicarse al siguiente correo: ismenia.vega.mo@eduovalle.cl
- ☐ Link Primero A: <https://meet.google.com/lookup/d3zbjuctaf>
- ☐ Link Primero B: <https://meet.google.com/lookup/axdgad6bnu>
- ☐ Link Primero C: <https://meet.google.com/lookup/caelyv4qhn>
- ☐ Link Primero D: <https://meet.google.com/lookup/ei25bk3sls>

ACTIVACIÓN DE CONOCIMIENTOS PREVIOS:

Antes de comenzar a trabajar, debemos saber dónde estamos en relación a la temática. Por eso, es necesario comprobar qué sabemos. A continuación, responde las siguientes preguntas:

1.- ¿Qué características tienen los textos de opinión?

2.- ¿Sabes la diferencia que existe entre estereotipo y prejuicio?



LEE CON MUCHA ATENCIÓN LA SIGUIENTE COLUMNA DE OPINIÓN.

Reciclaje

COLUMNA DE OPINIÓN

Autor: **Giovanni Calderón Bassi**

Director Ejecutivo Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático

Seguramente todos hemos visto el símbolo mundial del reciclaje, tres flechas que forman un triángulo y que nos indican que en ese lugar podemos reciclar, o el producto en cuestión tiene las características de cuidado al medio ambiente. El icónico triángulo fue creado en 1970 por Gary Anderson, un estudiante estadounidense que se presentó a un concurso que buscaba un logo para celebrar el primer Día de la Tierra y que representa las tres fases del proceso de reciclaje: reducir, reusar y reciclar.

Reducir significa disminuir el consumo en general y, especialmente, evitar adquirir productos con embalajes innecesarios como, por ejemplo, tubos de cremas que vienen en caja.

Reutilizar es, como la palabra indica, volver a usar las cosas que han sido usadas y que todavía pueden prestar utilidad. Por ejemplo, las botellas plásticas o la ropa. De esta forma, se alarga la vida útil del producto, evitamos el uso de nuevos recursos y disminuimos la cantidad de basura que termina en un vertedero o relleno sanitario.

Reciclar implica someter los residuos a un proceso de transformación o aprovechamiento para obtener un nuevo material que puede volver a ser utilizado.

Según la Encuesta Nacional de Medio Ambiente en 2018, el 50% de los chilenos declara reciclar, una estadística dudosa considerando que a nivel latinoamericano somos el país que más basura por persona produce.

La UNESCO, es decir, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, declaró el 17 de mayo de cada año como el Día Mundial del Reciclaje, y Chile replicó esta iniciativa declarando la misma fecha como el Día Nacional del Reciclaje a partir de 2012, por decreto del Ministerio del Medio Ambiente, con el objetivo de concientizar a la población sobre la importancia de reducir, reutilizar y reciclar para disminuir el impacto de nuestras conductas de consumo en el medioambiente.

No es casualidad que sea la UNESCO, la organización global dedicada a la educación, la que haya tomado la iniciativa de dedicar un día del año a destacar la importancia del reciclaje. Porque lo que se necesita para mejorar nuestra relación con el medio ambiente es precisamente eso: Educación.

Educación para entender que los recursos del planeta son finitos y es lógicamente imposible sostener en el tiempo el consumo ilimitado de nuestros recursos.

Educación para entender que los cambios que está sufriendo el planeta, como el calentamiento global, el agujero en la capa de ozono o la desaparición de especies, se deben a nuestras conductas, a lo que hacemos los seres humanos cotidianamente en nuestras vidas.

Y, sobre todo, educación para comprender que sin una acción personal comprometida y real, sin un cambio de actitud, sin un cambio de nuestras conductas cotidianas, el

-2-

deterioro del medio ambiente continuará en la rápida escalada que ha tenido las últimas décadas.

Se terminó el tiempo de exigir a los políticos o a las empresas, leyes o cambios para proteger el medio ambiente. El cambio tiene que partir desde las personas, para obligar a todos los actores a implementar políticas o hacer mejorar sus procesos productivos.

Si preferimos políticos y productos de empresas que verdaderamente se preocupen por el medio ambiente, no les quedará otra que asumir estos nuevos estándares, tal como ha

ocurrido con tantas otras temáticas en las que el cambio ha surgido desde los ciudadanos.

Es el momento de predicar con el ejemplo y enseñarles a nuestros hijos a relacionarse con su entorno de forma armónica y respetuosa, con una comprensión humilde de que los seres humanos somos solo una especie más de paso en nuestro planeta.

L Marca la alternativa correcta. (1 punto cada una)

1. Según el texto, ¿qué busca generar en las personas la declaración del Día Mundial del Reciclaje?

- A La reflexión en torno a las políticas gubernamentales implementadas.
- B El aprendizaje de distintos mecanismos que se utilizan al momento de reciclar.
- C El reconocimiento de la labor realizada por distintos organismos internacionales.
- D La comprensión del impacto que tiene la conducta humana en el cuidado del entorno.

2. Según la visión del autor, ¿de quiénes depende impulsar los cambios a favor del medioambiente?

- A De los políticos.
- B De los profesores.
- C De los grandes empresarios.
- D De los individuos comunes y corrientes.

3- ¿Cuál es la tesis que defiende el autor del texto?

- A La educación es la herramienta necesaria para crear conciencia sobre el medioambiente.
- B La clase política debería ser la encargada de generar acciones a favor del medioambiente.
- C La UNESCO es la única institución que se preocupa verdaderamente por el medioambiente.
- D La gente debería sincerar las acciones que efectivamente realiza para cuidar el medioambiente.

4. ¿En cuál de los siguientes enunciados el autor busca apelar a los sentimientos del lector?

- A “Seguramente todos hemos visto el símbolo mundial del reciclaje, tres flechas que forman un triángulo”.
- B “Según la Encuesta Nacional de Medio Ambiente en 2018, el 50% de los chilenos declara reciclar”.
- C “No es casualidad que sea la UNESCO [...] la que haya tomado la iniciativa de dedicar un día al año a destacar la importancia del reciclaje”.
- D “Es el momento de predicar con el ejemplo y enseñarles a nuestros hijos a relacionarse con su entorno de forma armónica y respetuosa”.

-3-

5- ¿Qué busca cuestionar el autor del texto al calificar como dudosos los datos de la Encuesta Nacional del Medio Ambiente?

- A El aporte de Chile al reciclaje en Latinoamérica.
- B La cantidad de chilenos que efectivamente recicla.
- C La eficiencia que tienen las medidas de reciclaje en Chile.

D El cumplimiento de las políticas de reciclaje por parte de los chilenos.



¡TE INVITO A LEER ESTE INTERESANTE TEXTO ;

El mall, la catedral del consumo

Tomás Moulian

Es seguro que muchos lectores habrán vivido la experiencia de caminar en el interior de un mall. Cada vez que lo hago siento esta sensación: la de estar en el interior de un laberinto. Nunca he entendido por qué se me produce esa experiencia de perder el rumbo, de quedarme sin referencias, de estar cegado y no poder encontrar la puerta de salida. Quizás sea porque el mall parece ser el mundo de la variedad casi sin límites, pero en el fondo es el lugar de la repetición, donde todo se parece y es difícil, por ello, encontrar los puntos cardinales.

Como se ha dicho, el mall y los créditos masivos son los dos principales dispositivos de facilitación del consumo.

Entre las múltiples significaciones del mall hay una que enfatizaré aquí: el mall como incitador del deseo.

Dentro del mall los objetos se muestran, se exhiben, realizando la simulación de su disponibilidad para quien quiera tomarlos. Los objetos se ponen en escena en medio del cuidado diseño de las vitrinas, en un ambiente climatizado, con sanitarios en los lugares estratégicos.

El lugar está concebido para erotizar. Los objetos se insinúan, se ofrecen, parecen cobrar movimiento y vida. El espectáculo de la muchedumbre agitada, con los ojos brillantes por el juego de procesar posibilidades, opera como incitador, presiona a los clientes vacilantes. Estos, después de múltiples vueltas innecesarias, terminan por comprar lo menos pensado, pero algo siempre compran para sentirse en condiciones de finalizar el rito. En el interior de ese espacio se produce el contagio de comprar, casi todos sienten la sensación de estar siguiendo una corriente irresistible.

Los malls pertenecen al orden de los simulacros: producen la idea de un paraíso generalizado del consumo. No obstante, todos aquellos que compran a crédito, después del placer instantáneo conseguido con la credencial de cliente confiable, deben enfrentar el sacrificio y muchas veces el purgatorio de los pagos mensuales.

Además, el mall es un lugar de olvido, donde por un instante uno sueña que es rico.

II. Responde las siguientes preguntas respecto al texto leído. (dos puntos cada una)

- 1. ¿Cuál es el tema del texto?
- 2. ¿Cuál es el propósito del texto?
- 3. ¿A qué se refiere el autor cuando habla del «paraíso generalizado del consumo»?

4. Ampliación léxica:

a. Cuando el texto dice «presiona a los clientes vacilantes», ¿por cuál otra palabra se puede cambiar la palabra **vacilantes**?

b. ¿Por qué cree usted que el autor usa términos como **purgatorio** y **paraíso** en el texto?

5. Señale tres argumentos que sostienen la afirmación «el mall como incitador del deseo».

6. Desde su experiencia de consumidor o consumidora que conoce los malls, ¿Qué opinión le merece el texto?



Los **prejuicios** y **estereotipos** son ideas generalmente negativas que se tienen acerca de un grupo de personas.

La diferencia entre prejuicios y estereotipos es que los **prejuicios** son creencias que tenemos **sobre una persona**, basándonos solamente en el hecho de que pertenece a un grupo determinado, mientras que los estereotipos son las generalizaciones que hacemos sobre **un grupo**.

Tanto los prejuicios como los estereotipos pueden moldear las creencias individuales y colectivas y fomentar **la discriminación** en sus diversas manifestaciones (social, racial, de género, etc.). A su vez, los prejuicios y los estereotipos pueden ser de diferentes tipos según diversas variables (lingüísticas, sociales, de género, de edad, etc.).

Un prejuicio es una idea preconcebida, bien sea positiva o negativa que se tiene sobre un individuo que forma parte de un grupo. Los prejuicios, entonces, son concepciones individuales carentes de toda la información necesaria para tener una opinión **objetiva**. De allí que se trate de juicios sesgados y subjetivos sobre una persona o grupos de personas.

Además, los prejuicios tienen un componente afectivo o emocional, ya que orientan la conducta en función de aquello que se cree conocer. Como generalmente los prejuicios suelen ser

-5-

negativos, el componente afectivo suele expresarse con hostilidad, desconfianza e incluso odio. Por ejemplo, alguien está convencido de que las personas de cierta nacionalidad son estafadoras, aunque no tenga pruebas. Si llega a tener contacto con una persona de ese país, seguramente su comportamiento se tornará hostil, grosero o evitativo, para no ser “víctima” de una posible estafa.

Un estereotipo es una simplificación de las características de un grupo de personas, basadas en creencias generalizadas. Por lo general, los estereotipos se crean a partir de unas pocas cualidades (positivas o negativas) que un colectivo tiene en común, a partir de las cuales se establecen relaciones de semejanza con todos los individuos que pertenecen a ese grupo. Los estereotipos son consensos **colectivos**, ya que se trata de representaciones compartidas por un gran número de personas (familia, comunidad, sociedad). Además, tienen un componente cognitivo, ya que dicho consenso se toma a partir de percepciones justificadas y racionalizadas.

TIPOS DE ESTEREOTIPOS:
1. Género: hacen referencias a las diferencias de sexo, adjudicando características únicas.
2. Etarios: clasifican a las personas según su edad y el supuesto comportamiento que puedan o deban tener en diferentes situaciones.
3. Étnicos: son las ideas que se atribuyen a grupos sociales (etnias) de una cultura mayor, tales como: gitanos, mapuches, judíos, entre otros.
4. Otros: políticos, religiosos, culturales, etc.

III. Señala el tipo de estereotipo presente en cada caso. (1 punto cada una)

- 1.Los adolescentes de hoy en día no tienen valores, son unos vagos. _____
- 2.Los hombres no lloran. _____
- 3.La mujer no tiene la suficiente autoridad para ocupar cargos directivos. _____
- 4.Los/as gitanos/as son unos/as ladrones/as. _____
- 5.Los/as catalanes/as son unos tacaños/as _____

IV. Señala tu opinión respecto a las siguientes frases que contienen estereotipos de género. (2 puntos cada una)

- 1.Para presumir hay que sufrir.
- 2.Te vas a quedar para vestir santos.
- 3.Eso no es de señoritas.
- 4.Si juegas al fútbol eres una marimacho.
- 5.A los hombres se les conquista por el estómago.
6. Detrás de un gran hombre siempre hay una gran mujer.

AUTOEVALUACIÓN: Responde esta autoevaluación de tu progreso, marcando con una X si realizaste los indicadores propuestos.

INDICADORES	SÍ	NO
1.- Logré activar mis conocimientos previos y aplicarlos en la actividad 1.		
2.- Leí de manera crítica los textos de opinión.		
3.-Respondí las preguntas de desarrollo.		
4.Comprendí la diferencia entre prejuicio y estereotipo		
5.-Logré opinar en torno a ciertas frases que contenían estereotipos de género.		

