|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Educación y Medios de Comunicación. Televisión y Educación 2  **Antonio Feria Moreno** | Medios de comunicación  y socialización juvenil  **Julio Vera Vila.** | Genero, escuela y medios de comunicación.  **Mercedes Charles Creel** |
| -La publicidad conlleva a:  \*Conductas  -Lo hace a través de mensajes subliminales los cuales son difíciles de captar incluso para los intelectuales, ya que estos mensajes no dan tiempo de ser procesados por la rapidez de información visual que se da.  -Se deben transmitir valores que están marcados por la sociedad actual.  -Para lograrlo debe pasar por 3 procesos como:  \*El Análisis descriptivo del producto publicitario. Estudio objetivo y necesitando una serie de conocimientos sobre publicidad y televisión.  \*Análisis basados en la valoración personal de los anuncios publicitarios (el Que, Como, Porque, Valoración ética y Razonamiento critico)    \*Análisis narrativo del Spot publicitario y se vincula con formas literarias de entender la publicidad (Acción, Personajes y Entorno). | -La jerarquía de los valores y normas cambian de forma irregular 🡪 normas viejas valores nuevos.  -Conocimientos socioculturales: modelos, conocimientos, valores y símbolos.  -Los medios de comunicación es un importante agente de socialización. Es capaz se contrarrestar, complementar potenciar o anular la influencia de los agentes socializadores como la familia.  -Los medios se han mezclado en la familia, en las calles, tiendas, y lo hacen a través de la publicidad, música, el cine y la televisión.  -“La **juventud**”  \*Una mercancía simbólica.  \*Categoría elástica que se extiende hacia arriba y abajo.  \*Busca la construcción de la identidad (marcada como una identidad psíquica social que contribuye a la madurez de la personalidad como a la cohesión social).  -*Teoría hipodérmica* o de *la bala mágica:* los mensajes de los medios actúan como estímulos que afectan directamente y de forma homogénea a todos los individuos.  -La juventud, la infancia y la adultez son etapas no universales sino relativas y contingentes con el tiempo histórico y en los aspectos culturales.  Construcciones sociales que revisten diversas formas en los distintos contextos históricos, sociales y culturales. | -El **género**  una construcción social de las características de lo que debe ser femenino y masculino.  -Instituciones  \*Familia  \*Escuela  \*Medios de comunicación  -Se ve discriminado el género femenino. No se valora a las mujeres. Se habla de que hacen doble jornada de trabajo en su casa y fuera de ella.  -Los periódicos medio en el cuál no se habla de mujeres.  -En la escuela también hay discriminación, desde las profesoras mandadas por hombres que son directivos, hasta el aula donde le dan más preferencia a los niños que a las niñas.  -También se ve en la educación vocacional a la inclinación de carreras donde son mejores las mujeres y los hombres.  -**Televisión:** reproduce las condiciones de opresión y sumisión de las mujeres al difundir estereotipos de género y roles sexuales. La mujer asume un papel marginal, secundario y centrado en su rol tradicional y privado.  -En México la televisión es un negocio que deja mucho dinero a sus dueños o accionistas.  -Demuestra ideales y formas de actuar.  \*Modelos de sociedad  \*Vida cotidiana  \*Relaciones sociales  \*Visión del mundo  -Demuestra una mujer delgada, en las modelos y artistas que conllevan a la bulimia y anorexia.  -Las ve como objetos sexuales.  -Demuestra “conocimientos y valores” |

PADILLA ROMAN BRENDA NATALY