



GRADO DE MAESTRO EN EDUCACIÓN  
PRIMARIA  
2014/2015

EL USO DE LA PUBLICIDAD PARA MEJORAR LAS  
LIMITACIONES QUE SUFREN LOS NIÑOS CON  
SINDROME DE ASPERGER EN ALGUNAS  
HABILIDADES SOCIALES Y COMUNICATIVAS.

THE USE OF ADVERTISING TO IMPROVE LIMITATIONS  
SUFFERED BY CHILDREN WITH ASPERGER SYNDROME IN  
SOME SOCIAL AND COMMUNICATION SKILLS.

Autor: Álvaro Fernández Liaño

Director: Gonzalo Martínez Camino

Diciembre 2014

## Resumen

La publicidad es un elemento muy empleado en educación como apoyo a diferentes enseñanzas o propuestas didácticas. En este trabajo se ha pretendido dar solución mediante la publicidad a las limitaciones que sufren los alumnos con Síndrome de Asperger en algunas habilidades sociales y comunicativas. Partiendo del estudio del término autismo de Kanner (1943) y Asperger (1944) y llegando a las características más útiles de la publicidad, se desarrolla una propuesta didáctica para la consecución del objetivo principal del trabajo. Los resultados que se esperan obtener en caso de aplicación de la propuesta son una posible mejoría en los ámbitos que aquí se van a tratar, así como técnicas que sirvan de ayuda para solventar futuras situaciones.

Palabras clave: Publicidad, pragmática, autismo, Síndrome de Asperger, habilidades sociales y habilidades comunicativas.

## Abstract

Advertisements are widely used in education to support different teaching and didactic proposals. The goal of this paper has been to try and solve the limitations faced by students with Asperger Syndrome in some social and communication skills by using advertisements. Starting from the studies of the term "autism" by Kanner (1943) and Asperger (1944) and reaching the most useful features of advertising, a didactic proposal has been developed to achieve the main objective of the paper. The expected results from the enforcement of this proposal are a possible improvement in the areas discussed in this paper as well as the development of techniques which can help to solve future situations.

Keywords: Advertising, pragmatics, autism, Asperger syndrome, social skills, communication skills.

Agradecimientos:

Son muchas las personas a las que tengo que dedicar y agradecer este trabajo, así que, como suele decirse, espero no “dejarme a nadie en el tintero”. Para conseguirlo llevaré un orden descendente empezando por este proyecto hasta llegar a mi infancia.

En primer lugar, tengo que agradecer a mi tutor Gonzalo por haberme guiado, acompañado y ayudado en esta última aventura como graduado y, sobre todo, por haberme dejado seleccionar un tema tan ambicioso y específico. También a Héctor García Rodicio por haberme ayudado a comprender mejor el autismo.

A todos los profesores que he tenido en toda mi carrera académica. A los de la Universidad de Cantabria por haberme formado como maestro en todos los aspectos que este término engloba. Y al resto de profesores por haber establecido los cimientos de lo que soy ahora y haberme ayudado a lograr mis objetivos.

A mis compañeros de clase, sin los cuales estos años hubiesen sido mucho más difíciles. He tenido la suerte de encontrar en esa clase un gran puñado de personas muy afines a mí con los que he compartido risas, emociones, discusiones y algún que otro trabajo. También a mis amigos de toda la vida, a su apoyo incondicional en los buenos y en los malos momentos. Estoy muy orgulloso de haberles conocido pero, sobre todo, de que aún estén a mi lado y no me dejen nunca.

A mi pareja, porque aun habiendo tomado malas decisiones en mi vida académica, siempre ha tenido una sonrisa y un abrazo reconfortante sin los cuales dudo que hubiese llegado aquí en estas circunstancias. Le debo más de lo que puedo imaginar.

A mi hermano, simplemente por existir y con ello hacerme más feliz día a día. Y por último lugar, y sin duda los más importantes, este trabajo se lo dedico a mis padres y a mis abuelos. Por haberme inculcado la ética del esfuerzo y el sacrificio para conseguir mis objetivos, por haberme educado con unos férreos valores que ahora lucho por defender y principalmente por haber hecho de mis problemas e inquietudes también los suyos.

#### Agradecimientos bibliográficos:

Son muchos los libros y revistas que he consultado para la realización de este proyecto, y muchos son también aquellos que me han sido útiles para mi propósito. Pero no todos han sido citados a lo largo de las páginas, pero eso no quiere decir que no hayan calado en mí y hayan modificado mis ideas previas acerca de cada tema. Por eso este apartado va dirigido a todos esos autores que han hecho de mi trabajo una obra más completa y más fundamentada, y por eso todos ellos están en la bibliografía al final del trabajo como reconocimiento a su ayuda y a sus trabajos.

## ÍNDICE

GRADO DE MAESTRO EN EDUCACIÓN PRIMARIA .....	1
INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN A LA TEMÁTICA .....	6
MARCO TEÓRICO .....	7
Evolución del término autismo .....	7
Manual estadístico de diagnóstico de trastornos mentales (dsm) (diagnostics and statistics manual of mental disorders) .....	9
Síndrome de Asperger (SA): características específicas a tratar .....	10
Pragmática lingüística .....	12
La publicidad.....	14
UNIDAD DIDÁCTICA .....	18
Justificación: Revisión bibliográfica y documentación .....	18
Introducción.....	20
Secuencialización y Temporalización .....	22
Objetivos principales y secundarios .....	22
Contenidos globales .....	23
Actividades con recursos publicitarios.....	24
ACTIVIDAD 1: Hablamos con nuestro cuerpo .....	24
ACTIVIDAD 2: Expresiones faciales y emociones. ....	27
ACTIVIDAD 3: Hola, ¿Cómo estás? .....	30
Evaluación global de la Unidad Didáctica.....	33
Conclusiones globales de la Unidad Didáctica .....	34
CONCLUSIONES GLOBALES Y VALORACIÓN PERSONAL .....	36
BIBLIOGRAFÍA.....	37
ANEXO 1 .....	40
ANEXO 2.....	41
ANEXO 3.....	45

## INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN A LA TEMÁTICA

El autismo, sus características y las limitaciones de los que lo sufren es un tema que desde 1943, comenzando con las aportaciones de Leo Kanner y Hans Asperger, es objeto de estudio para psicólogos y pedagogos. El término ha ido evolucionando a lo largo de los años, descubriendo nuevas formas o niveles del trastorno, así como posibles mejoras o evoluciones de las problemáticas patentes en aquellos que lo padecen.

El principal objetivo de este trabajo es buscar y argumentar una mejora de algunas restricciones muy específicas, basándose en las necesidades que los alumnos presentan. La publicidad, ya sea impresa, de transmisión (radio y televisión) o en línea será el instrumento al que pretendemos recurrir en estas intervenciones. Para ello argumentaremos y analizaremos, como ya dije con anterioridad, algunas necesidades especiales de los alumnos con autismo, en relación con algunas características de la publicidad.

El desarrollo del trabajo tendrá un guión y un desarrollo muy organizado. Estudiaremos así la evolución del término autismo a lo largo del tiempo, resaltando las barreras o las limitaciones que se pretenden mejorar en estas páginas, vinculándolas con las principales propiedades que tiene la publicidad para el desarrollo de nuestra investigación.

Después de examinar lo anteriormente descrito, se realizará una Unidad Didáctica basándose en unas limitaciones muy específicas. Esta se formará con unos objetivos y contenidos flexibles y globales, así como ejemplos de anuncios publicitarios que servirán al lector para entender lo que se pretende realizar con el trabajo. Estos ejemplos serán empleados para intentar explicar y relacionar sus propiedades con las limitaciones a mejorar de los alumnos con el trastorno.

## MARCO TEÓRICO

### Evolución del término autismo

El autismo es un término acuñado por primera vez en el año 1911 por un famoso psiquiatra suizo, Paul Eugen Bleuler. Se refería a él como un trastorno propio de la esquizofrenia, que consiste en una limitación de las relaciones personales y un alejamiento de la realidad externa, sumergiéndose así en su propio mundo (Bleuler 1911). De esta definición, surge el término “autismo”, que proviene del griego: *autos*, que significa “uno mismo”, e *ismos*, que hace referencia al modo de estar.

Pero sin duda los padres y los pioneros de este término como lo conocemos en la actualidad son *Leo Kanner* y *Hans Asperger*. Sin tener en cuenta los trabajos el uno del otro, Kanner en 1943 y Asperger en 1944, fueron los primeros en publicar trabajos sobre este trastorno. En estas investigaciones, ambos utilizaron el término autista ya utilizado por Bleuler y lo relacionaban con niños que parecían incapaces de mantener relaciones “normales” con otras personas. Pero al contrario de lo que Bleuler decía de su esquizofrenia, este nuevo autismo de Kanner y Asperger se producía desde el principio de la vida.

Kanner publicó este artículo, “Alteraciones Autistas del Contacto Afectivo” en la revista *Nervous Child*. En él podemos encontrar muchas de las nociones que tenemos en la actualidad sobre el término autismo y las personas que lo padecen. Kanner (1943) concluía su artículo de la siguiente forma: “Así, tenemos que suponer que estos niños han venido al mundo con una incapacidad innata para formar los lazos normales, de origen biológico, de contacto afectivo con las personas, del mismo modo que otros niños vienen al mundo con otras diferencias innatas, físicas o intelectuales” (217-250).

También agrupó las que él consideraba las características comunes en los niños autistas y que bien nos resumen Artigas-Pallarès J. y Paula I. (2012) en su artículo “El autismo 70 años después de Leo Kanner y Hans Asperger”:

“1) incapacidad para establecer relaciones; 2) alteraciones en el lenguaje, sobre todo como vehículo de comunicación social, aunque en 8 de ellos el nivel formal de lenguaje era normal o sólo ligeramente retrasado; 3) insistencia obsesiva en mantener el ambiente sin cambios; 4) aparición, en ocasiones, de habilidades especiales; 5) buen potencial cognitivo, pero limitado a sus centros de interés; 6) aspecto físico normal y “fisonomía inteligente”; y 7) aparición de los primeros síntomas desde el nacimiento. Esta última observación llevó a Kanner a especular sobre las vagas nociones acerca de los componentes constitucionales de la reactividad emocional. Es por ello que, al final del artículo, define el autismo como “alteración autista innata del contacto afectivo” (567-587)

Esto es lo que Hans Asperger (1944) nos dice en su investigación:

[E]stos niños tienen en común un trastorno fundamental que se manifiesta, de forma muy característica en todos los fenómenos comportamentales y expresivos. Un trastorno que produce dificultades considerables y muy típicas de integración social [...] en otros casos ese fallo se compensa con una especial originalidad del pensamiento y de la experiencia, que quizá pueda llevar a logros excepcionales en momentos posteriores de la vida.

Existen varias similitudes en los trabajos de Kanner y Asperger, aunque el segundo es un poco más optimista en algunos casos, e intenta relacionar la conducta de los niños con autismo con variaciones normales de la personalidad y la inteligencia. Por este optimismo de Asperger, Lorna Wing (1970) tradujo los trabajos de Asperger al inglés, y definió a los niños con las características que Asperger había descrito como “Síndrome de Asperger”.

Desde Kanner y Asperger hasta nuestros días, el concepto que tenemos de autismo ha ido variando y se ha matizado y profundizado más en él. Pero sin duda, son los trabajos de estos primeros investigadores los que utilizamos como base para todas las investigaciones y diagnósticos que hacemos en la actualidad.

El síntoma principal identificado por Kanner (1944), “la soledad autista”, sigue siendo de los más importantes en los casos en los que se intentan diagnosticar el trastorno en la actualidad. Así nos habla de él en su artículo: “El trastorno

principal [...] es la incapacidad que tienen estos niños, desde el comienzo de su vida, para relacionarse normalmente con las personas y situaciones. [...] Hay, desde el principio, una extrema soledad autista por la que el niño, siempre que es posible, desatiende, ignora, excluye todo lo que viene desde fuera.”

Otro criterio importante a la hora de diagnosticar el autismo en la actualidad es el referido a los trastornos del lenguaje y la comunicación, así como a la falta anormal de actividad imaginativa.

## **Manual estadístico de diagnóstico de trastornos mentales (dsm) (diagnostics and statistics manual of mental disorders)**

Con el fin de homogeneizar la conceptualización de los trastornos mentales y unificar los criterios diagnósticos entre los profesionales se elaboraron los manuales diagnósticos, la OMS el International Classification of Diseases (ICD) y la American Psychiatric Association el Diagnostics and Statistics Manual of Mental Disorders (DSM) (Artigas-Pallarès y Paula 2012, 567-587)

Comprobamos así que el principal objetivo de estos manuales es agrupar todos los trastornos mentales para poder obtener un diagnóstico más fiable y de forma más sencilla.

Ni en el DSM-I, publicado en 1952, ni en el DSM-II, que apareció en el 1968, encontramos incluido al autismo, pese a que ya había sido identificado varios años antes como una entidad específica. Tenemos que esperar hasta el año 1980 para que el autismo sea incorporado como categoría diagnóstica específica en el DSM-III. Se contempla como “autismo infantil”, una entidad única que para su diagnóstico, se requerían 6 condiciones, y todas ellas

deberían de estar presentes en el niño. Las condiciones que nos proporciona el DSM-III son las siguientes:

*6 criterios para el diagnóstico del autismo infantil:*

*A. Inicio antes de los 30 meses.*

*B. Déficit generalizado de receptividad hacia a las otras personas (autismo)*

*C. Déficit importante en el desarrollo del lenguaje*

*D. Si hay lenguaje se caracteriza por patrones peculiares tales como ecolalia inmediata o retrasada, lenguaje metafórico e inversión de pronombres.*

*E. Respuestas extrañas a varios aspectos del entorno; por ejemplo, resistencia a los cambios, interés peculiar o apego a objetos animados o inanimados.*

*F. Ausencia de ideas delirantes, alucinaciones, asociaciones laxas e incoherencia como sucede en la esquizofrenia.*

Desde el DSM-III hasta el DSM-V, el concepto autismo y sus vertientes han sufrido gran variedad de cambios. En la actualidad todos los trastornos autistas están agrupados bajo el nombre de Trastornos del Espectro Autista o TEA. Esto ha generado un intenso debate, sobre todo con el término Síndrome de Asperger (que había sido incluido en el DSM-IV en el año 1994).

## **Síndrome de Asperger (SA): características específicas a tratar**

Ya hemos visto y hemos mencionado con anterioridad en este artículo el término Síndrome de Asperger y ahora vamos a definirlo con más precisión. Las personas que presentan este trastorno tienen unas características específicas que han sido perfectamente descritas por Wing y Gould (1979) Y

perfectamente resumidas por López Cortes (2008), en una investigación con uno de sus alumnos:

Presentan una tríada de afectación en el área social: dificultades en la relación social y en las vías de la interacción social; en el área comunicativa: disminución de la comunicación verbal y no verbal; y en la esfera imaginativa: afectando el juego, a los intereses y podríamos agregar, el entendimiento con los otros.

Al contrario que las personas con autismo, las que padecen síndrome de Asperger tienen menos problemas con el desarrollo del lenguaje y son menos propensas a tener dificultades adicionales de aprendizaje. (64-76)

También sabemos que los niños que lo padecen tienen campos de intereses reducidos y absorbentes. Son generalmente buenos en las habilidades de memoria (hechos, figuras, fechas, épocas, etc.), muchos destacan en las áreas de matemáticas y conocimiento del medio. El niño levemente afectado resulta a menudo no diagnosticado, pudiendo parecer raro o excéntrico, incluso algunos autores señalan la posibilidad de que estemos ante una variante de la personalidad normal.

“Utilizan el lenguaje de una manera levemente rara y toman a menudo significados literales de lo que leen u oyen. Son más felices con rutinas y un ambiente estructurado. Cuando encuentran dificultad en decidir qué hacer caen en sus actividades preferidas. Aman la alabanza, ganar y ser los primeros, pero el fracaso, la imperfección y la crítica les resulta difícil de sobrellevar. El mal comportamiento está motivado por la inhabilidad para comunicar sus frustraciones y ansiedades” (Caballero 2006, 7-14).

Con relación a estas definiciones y a algunas singularidades resaltadas por Wing. (1983), vamos a resaltar las características principales que presentan los niños con SA:

Las características con las que vamos a trabajar son las siguientes:

- *Falta de empatía.*

- *Interacción inapropiada, ingenua.*
- *Poca o ninguna habilidad para formar amigos.*
- *Conversación pedante o repetitiva.*
- *Pobre comunicación no verbal.*
- *Absorción intensa en ciertos temas.*
- *Movimientos poco coordinados y posturas extrañas.*

También enumeró algunas características en relación con el lenguaje:

- *Uso de lenguaje peculiar. Lenguaje pedante.*
- *Dificultad en utilizar términos referidos a estados mentales.*
- *Inadecuación pragmática de los enunciados.*
- *Dificultad en saber de qué hablar.*
- *Desconocimiento de pautas pragmáticas subyacentes en el diálogo.*
- *Utilización inadecuada de pronombres.*
- *Tendencia a la interpretación literal.*
- *Dificultad para interpretar enunciados metafóricos o con doble sentido.*
- *Incapacidad para comprender elementos de la comunicación no-verbal (gestos, miradas, expresiones faciales).*

La mayoría de estos problemas de los pacientes con SA, tienen que ver con la pragmática lingüística.

## **Pragmática lingüística**

“La pragmática es la parte de la ciencia lingüística que se encarga de analizar los procesos mediante los cuales los seres humanos producimos e interpretamos el lenguaje verbal en situaciones concretas. Es la que estudia el sentido de las palabras y de las oraciones en un acto de comunicación. El significado del lenguaje usado se suele llamar “significado del hablante”, y se

caracteriza por ser intencional y depender de las circunstancias en que se produce el acto de la palabra” (Reyes 1995, 8)

La pragmática es un área de la lengua bastante compleja, porque las reglas que se utilizan no son fijas, sino que, como dice Portolés 2003: “[...] la mayoría de las reglas implicadas en la ejecución adecuada de las habilidades pragmáticas son tácitas. Estas reglas varían en función no sólo del contexto del intercambio comunicativo y del rol de los interlocutores, sino también de la intención del hablante a la hora de presentar un hecho de una manera determinada ante los ojos del interlocutor” (42-54).

Como conclusión y con el fin de aclarar el concepto que en este momento nos atañe, la pragmática es el área de la lingüística que estudia la capacidad que tenemos los seres humanos de utilizar o interpretar el acto comunicativo, dependiendo de la intención comunicativa del emisor, el contexto en el que nos encontramos y el conocimiento o relación que tenemos con el receptor. “La evolución de estas habilidades pragmáticas es un factor crítico en el diagnóstico y comprensión de algunas alteraciones manifestadas por las personas afectadas por el SA porque constituye un elemento fundamental para el funcionamiento social de un individuo. Ya que es la capacidad para la comunicación social lo que permite a una persona beneficiarse al máximo de la experiencia de vivir en sociedad alcanzando el grado más alto de variedad y riqueza emocional” (Martín-Borreguero 2005, S115-S122).

Apoyándonos en Martín-Borreguero (2005), vamos a identificar los déficits de las personas que padecen SA. Este proceso lo haremos combinando las características del SA que antes vimos con el concepto de pragmática lingüística. Pasamos a la enumeración:

- Las intenciones comunicativas son de naturaleza instrumental, dirigidas a satisfacer sus propias necesidades físicas y emocionales.
- Dificultad para entender las intenciones comunicativas expresadas por los demás, lo que le lleva a responder de forma inapropiada,

sobre todo cuando el interlocutor usa un lenguaje indirecto con formas sarcásticas e irónicas del habla.

- Dificultades a la hora de llevar a cabo juicios de naturaleza social y generar opiniones acertadas sobre los deseos y las necesidades de los demás. Esto le lleva a una incapacidad para comprender las reglas sociales ambiguas, así como adaptar las formas diferentes del habla y regular el contenido de la conversación en función de los roles y estados emocionales cambiantes que participan en la interacción.
- Dificultades con respecto al uso comunicativo de los elementos no lingüísticos o verbales de la comunicación (gestos, tono de voz, expresiones faciales, contacto ocular).
- No llega a adquirir la capacidad de empatizar con otros.

## La publicidad

Ya hemos dicho en varias ocasiones que el objetivo principal de este trabajo es ayudar a las personas con SA a superar estas barreras o estos déficits nombrados con anterioridad. Para ello vamos a utilizar de hilo conductor la publicidad. En este punto vamos a explicar por qué.

La publicidad y todo lo que engloba este término tiene un grado muy elevado de complejidad así como una infinidad de facetas y para definirla con exactitud y encontrar lo que buscamos debemos pararnos en cada una de ellas.

La mayoría de las definiciones del vocablo publicidad que se pueden encontrar en los libros son de carácter puramente capitalista, basadas todas ellas en intercambios de bienes y servicios, persuadir a las personas o llamar su atención. De esta forma podemos decir que la publicidad es, como dice Raymond Williams (1960), el arte oficial de la sociedad capitalista moderna.

También podemos decir que “la publicidad es una técnica mediante la cual se intenta comunicar un mensaje a un conjunto determinado de personas con el

fin de persuadirlas en una dirección: La del comunicador” (Lorenzo González 1994, 235).

La Real Academia Española (RAE) la define como el “Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos”, o como la “Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”

Después de definir la característica principal de la publicidad, la del marketing, vamos a enumerar unas características principales que consideramos que tiene la publicidad en relación con lo que nosotros buscamos para la elaboración de este trabajo:

- La publicidad es *comunicación*: Es un proceso bidireccional, la publicidad envía un mensaje que las personas reciben, pero no todas de la misma forma y, por tanto, no todas reaccionan igual a dicho mensaje.
- La publicidad es *intencional*: Siempre busca un objetivo en concreto, y para eso utiliza gran infinidad de medios y matices para conseguirlo.
- La publicidad es *persuasiva*: Intenta convencer en todo momento a alguien de algo, ya sea para comprar un producto, ya sea para solidarizarte por una buena causa o simplemente para que vayas al cine a ver una película.
- La publicidad busca *llamar la atención*: Para que conseguir el punto anterior, se busca por todos los medios captar la atención de las personas por medio de colores, música, tonos de voz o caras bonitas.

Estas son las propiedades más comunes que consideramos tienen todos los fenómenos publicitarios, pero aparte de estas pueden tener otras características que se dan en algunos o en la gran mayoría de ellos, con la intención de conseguir sus objetivos específicos:

- La publicidad es *humorística*: Persigue provocar en el receptor una carcajada para conseguir enfatizar más el producto<sup>1</sup> que se anuncia.
- La publicidad es *indirecta (no literal)*: El destinatario del mensaje descubrirá mediante inferencias el verdadero significado (Catalá Pérez 2001, 129-142). Este significado está casi siempre relacionado con convencer al televidente de que la compra del producto proyecta sobre él o ella una imagen socialmente apreciada: se vende identidad. En ocasiones ayuda también a dirigir la atención del televidente.
- La publicidad busca ser *realista*: Es decir, intenta que el receptor se sienta identificado con el producto por medio de situaciones comunes y diarias del porcentaje de población al que va dirigido.
- La publicidad es *exagerada*: Tiende a exagerar y resaltar los usos y cualidades de sus productos para conseguir una mejor y más rápida venta de los mismos.

Y con todas estas características, la publicidad busca un fin principal: *ser recordada*. Busca calar hondo en las personas, con una melodía, una imagen, un gesto, una frase, etc. Para que los receptores, en cualquier momento, puedan recordar cualquiera de esos matices y relacionarlos con el producto que se anunciaba.

Pero la faceta de la publicidad que más nos interesa para el objetivo de este trabajo es la faceta social, ya que “[...] la publicidad desborda en la actualidad los estrechos márgenes no solo de la actividad mercantil, sino también de la actividad comunicativa” (Eguizábal 2007, 1). Por ello la definición que más se adapta a nuestro trabajo es la que dice que “la publicidad es uno de los fenómenos característicos de nuestro tiempo y es uno de los elementos que sirve para moldear la opinión de los ciudadanos y para crear hábitos de comportamiento” (Campanario, Moya y Otero 2001, 45-56). Es decir, “la publicidad en su faceta social se ocupa de los efectos que esta produce sobre

---

<sup>1</sup> Hablo de *producto* no únicamente como objeto físico que se intenta vender, si no como la finalidad que el anuncio publicitario persigue. Véase objeto físico, campaña solidaria, viajes, cine, etc.

la cultura personal y sobre el contexto cultural y social del consumidor y no de la influencia de la publicidad sobre la decisión de compra del consumidor” (Codeluppi 2007, 149-155).

Por lo tanto, lo que se pretende conseguir con este trabajo es que los niños que padecen algunos déficits producidos por el SA, puedan recordar los anuncios publicitarios y sean capaces de relacionarlos con enseñanzas sociales basadas en los mismos, con el objetivo de que puedan superar o afrontar estos déficits.

## UNIDAD DIDÁCTICA

### **Justificación: Revisión bibliográfica y documentación**

Al principio del marco teórico se ha hablado de los déficits que presentan los niños afectados por el SA, pero esta unidad didáctica va a estar centrada en uno de ellos en concreto: la limitación en las habilidades sociales y comunicativas.

Esta competencia juega un papel muy importante en nuestra habilidad para formar relaciones sociales exitosas y así permitirnos interactuar felizmente y con éxito en la vida cotidiana (Baron-Cohen et al. 2008, 1944-1957). Estas habilidades, como se vio con anterioridad, engloban más de un concepto, véase empatía, interacción con los demás, habilidad para formar amigos, reglas básicas de cortesía, reconocimiento de lenguaje no verbal (expresiones faciales, gestos...), y son estos términos donde los cuales el niño con SA tiene serias limitaciones, que le impiden desarrollar plenamente las relaciones interpersonales. Por lo tanto, es aquí donde nuestra unidad didáctica va a trabajar, para que después de la su puesta en práctica, los alumnos hayan conseguido mejorar en mayor o menor medida alguno de ellos.

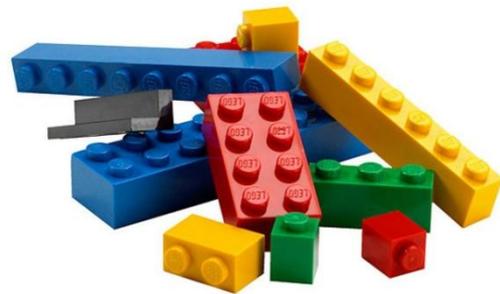
Ya existen varias investigaciones que demuestran que es posible trabajar con estas limitaciones sociales y comunicativas y mejorarlas. Dos de las más significativas son las trabajadas por Simon Baron-Cohen y sus equipos: “LEGO®<sup>2</sup> Therapy” (LeGoff 2004, 557-571; LeGoff y Sherman 2006, 317-329) y “The Transporters”.

En la primera, como nos dice Baron- Cohen et al. (2008, 1944-1957), la idea principal es usar los intereses naturales del niño para motivar el aprendizaje y cambiar su comportamiento. En grupos de tres personas, donde uno es el ingeniero, otro es el proveedor y el último se encarga de construir, deberán

---

<sup>2</sup> “LEGO® System of bricks and other elements” es un juguete de construcción sistemático, predecible y altamente estructurado. Es usado en esta investigación porque está demostrado que los niños con TEA están motivados en tareas con este tipo de sistemas.

trabajar en equipo y desarrollar esos roles durante un periodo de tiempo y cumplir una serie de pasos. Esta división de labores permitirá a los niños practicar habilidades sociales y comunicativas como esperar el turno, compartir, unirse para solucionar un problema, etc. La conclusión final del equipo de la investigación al aplicar “Lego Therapy” es que tiene un beneficio potencial para ayudar a los niños con autismo a mejorar en sus comportamientos sociales y que es mejor que la no intervención.



En cuanto a la segunda, “The Transporters” es una serie animada de televisión creada específicamente para aumentar la comprensión y el reconocimiento de las emociones por niños con TEA de entre tres y ocho años. La serie gira alrededor de 8 personajes que son vehículos, para captar la atención de los niños. Estos vehículos están hechos con caras de personajes reales mostrando emociones, en un contexto determinado o con interacciones sociales entre los vehículos. (Baron-Cohen et al. 2007, 269-279)

Los resultados obtenidos por el equipo de Baron-Cohen muestran una mejoría significativa en la habilidad para comprender y reconocer las emociones (usando el DVD durante 4 semanas con el apoyo de los padres).



Mediante estas dos investigaciones se puede comprobar que existe posibilidad de mejora por parte de los alumnos con TEA para el desarrollo de las habilidades sociales y comunicativas. Y sobre esta posibilidad vamos a desarrollar nuestra unidad didáctica, intentando dar solución a estos problemas de una manera diferente, pudiendo ser complementaria de las ya existentes o aplicarse en solitario.

## Introducción

Después de establecer un marco teórico para el trabajo y una justificación previa, el siguiente paso es llevar a cabo la unidad didáctica. Esta constará de varios apartados: secuencialización y temporalización, objetivos de la unidad, contenidos de la unidad, ejemplos de actividades, evaluación y finalmente unas conclusiones.

Esta unidad es una orientación para aquellos docentes que estén interesados en ayudar a superar algunos problemas básicos de los alumnos con SA. En ningún caso es una unidad que se aplique de forma estricta o estanca, sino que es muy flexible y dinámica. Intentando adaptarse a las diferentes formas de enseñanza y aprendizaje de los implicados.

Antes de empezar a aplicar la unidad, será necesario realizar una evaluación previa del estado de cada uno de los alumnos con SA, ya que estos alumnos suelen tener gustos en temas muy restringidos como las maquinas o las construcciones, es decir, que sean sistemas muy estructurados y organizados. Usaremos este tipo de reclamo que a ellos les atraiga para conseguir nuestro objetivo principal. Al ser alumnos con necesidades especiales ya tendrán hecho un informe, pero es necesario que el docente que va a llevar a cabo la unidad conozca todo lo posible acerca de ellos y de sus limitaciones. Así que los ejemplos publicitarios que usemos variaran de un grupo de alumnos a otro.

Esta evaluación previa también servirá a la hora de comprobar las mejoras obtenidas por los alumnos al final de la unidad, por ello debe contemplar los puntos que aquí se van a tratar.

La unidad se realizará de forma bastante flexible en cuanto a los contenidos y a los ejemplos de actividades, ya que lo que se pretende en estos apartados es mostrar una forma de ayudar a mejorar algunas limitaciones mediante la publicidad. Los que cada docente escoja variaran en función de las necesidades y déficits particulares de los alumnos con SA. Por otro lado, los objetivos a superar serán muy específicos, orientados a tratar de solucionar los déficits y limitaciones concretas, ya que la unidad didáctica no será aplicada, pero tendrán un carácter muy singular en cuanto a lo que se ha tratado en el marco teórico del trabajo y lo que se pretende conseguir.

Cuando se termine con estos puntos, se llevará a cabo un análisis sobre las actividades para evaluar las posibles mejoras de los alumnos, así como la necesidad de llevarlas a cabo de una forma constante y a lo largo de la unidad.

Al finalizar la Unidad Didáctica se elaborarán unas conclusiones para determinar lo que se espera de la misma, ya que no ha podido ser aplicada en un aula.

## Secuencialización y Temporalización

Las actividades de la unidad no siguen un orden cronológico fijo, ya que son actividades aisladas para mejorar las habilidades sociales específicas de los alumnos con SA. La utilización de las mismas será muy flexible y el docente que las aplique podrá establecer un orden en función de las necesidades de los alumnos.

La flexibilidad no implica ser esporádico y aplicar las actividades de forma arbitraria. Tienen que tener una práctica constante y ser muy insistentes con todas ellas, porque el objetivo final es que recuerden y relacionen los anuncios publicitarios con las enseñanzas que se quieren dar para superar sus limitaciones. Para ello no se puede aplicar una actividad un día sin volver a ella, hay que realizar la misma actividad en diversas ocasiones y ser insistente con lo que se quiere conseguir.

## Objetivos principales y secundarios

Como ya se ha mencionado en alguna ocasión a lo largo del trabajo, el objetivo principal de la unidad es que superen o mejoren algunas de sus limitaciones sociales y comunicativas por medio de anuncios publicitarios, de tal forma, que los docentes les ayuden a relacionar cada uno de ellos con una enseñanza social particular y que, cuando se enfrenten a una situación parecida, puedan utilizar esos conocimientos y consigan avanzar.

Para conseguir este objetivo, van a ser enumerados otros fines más particulares dentro de las habilidades sociales y comunicativas:

- Interpretar algunas características del lenguaje no verbal como gestos o expresiones faciales.

- Reconocer algunas de las emociones más básicas que puedan representarse de manera facial (felicidad, tristeza, miedo, sorpresa, enfado, cansancio, etc.).
- Utilizar términos referidos a las emociones o estados mentales propios y de los demás con el fin de conocerse mejor a sí mismo y poder interactuar de forma normal con el resto.
- Comprender algunas de las reglas sociales más habituales y de más uso en la sociedad como, por ejemplo, saludar y despedirse, esperar turno, etc.
- Desarrollar la empatía poniéndose en el lugar de los demás cuando estos presentan algún estado mental adverso.

Al ser alumnos diagnosticados con SA, los objetivos se intentarán cumplir en la medida de lo posible sin fijarse una única meta y siendo flexibles. Cualquier mejora que se logre será un gran paso.

## Contenidos globales

La unidad didáctica tiene una serie de contenidos básicos y de apoyo para la realización de las actividades:

- Imágenes y vídeos publicitarios para usar de hilo conductor de la unidad didáctica.
- Vocabulario adecuado a los temas que se tratan en las actividades, como, por ejemplo, conceptos sobre las emociones o los gestos.
- Diferentes formas de expresarse en las reglas sociales básicas como saludar o despedirse.
- Actividades secundarias para conseguir la realización de los objetivos específicos.
- Varias actividades de evaluación para comprobar el progreso de los alumnos.

## Actividades con recursos publicitarios

En este punto se van a llevar a cabo las diferentes actividades de la unidad didáctica. En cada una de ellas se podrá observar diferentes puntos específicos de cada recurso: nombre de la actividad, objetivos específicos, contenido publicitario, desarrollo y práctica y evaluación.

Cada uno de los ejercicios que aquí se presenta irá enfocado a tratar una limitación específica. El orden de aplicación vendrá estipulado por las necesidades especiales y puntuales de cada uno de los alumnos.

El proceso de evaluación será específico de cada una de ellas ya que son actividades aisladas y, por consiguiente, también tendrán puntos en común para mayor comprensión y mejor realización. Para que el docente lleve un seguimiento de cada alumno puede seguir la plantilla de evaluación que se encuentra en el Anexo 3.

Los ejemplos publicitarios y la práctica de las actividades son meramente orientativos, para que el docente se haga una idea de lo que se busca conseguir con esta propuesta, pero puede buscar y escoger otros en función de las necesidades de los alumnos y de su nivel de mejora y reclamo. Es conveniente aplicar las actividades incluso antes del desarrollo y la explicación de la actividad para comprobar mejor la posible mejoría que sufren al final.

### ACTIVIDAD 1: Hablamos con nuestro cuerpo

Esta actividad está basada principalmente en los gestos, ya sean faciales o manuales. Su objetivo principal es que aprendan a identificar algunos de los gestos más habituales en la sociedad y que se puede encontrar en muchas situaciones diarias.

Objetivos específicos:

- Identificar los gestos más habituales.
- Relacionar el uso de los gestos con sus significados.
- Utilizar los gestos de forma adecuada en diversas situaciones.

### Contenido publicitario: ANEXO 1

#### Desarrollo de la actividad:

El primer paso que hay que realizar en esta y en todas las actividades es comprobar su nivel de conocimiento previo (de forma específica, ya que de forma general deberá hacerse, como ya se dijo, antes de empezar las actividades), es decir, lo que conocen y lo que no.

Después de saber en qué punto se encuentran respecto a esta actividad, se debe relacionar los ejemplos publicitarios y los gestos con un significado muy concreto, a saber:

- Ilustración 1: los dedos cruzados significa desear buena suerte o atraer la buena suerte. La persona que lo usa tiene como objetivo que algo salga bien para sí mismo o para los demás dependiendo del contexto. En esta imagen aparece bajo el título: “Porque no siempre vas a tener suerte” e intentan vender seguros de hogar alegando que es bueno tenerlo porque pueden entrar a robarte.
- Ilustración 2: la V simboliza la paz y la victoria. Es un gesto utilizado frecuentemente y que también significa de forma más coloquial y dependiendo del contexto que algo ha salido bien o que algo está bien. En esta imagen aparece un chico haciendo el gesto de la V porque “cada segundo sin fumar es una victoria”.
- Ilustración 3: el gesto de relamerse es muy habituales en situaciones donde se habla o se sirve comida, ya que significa que algo te gusta o que tiene buena pinta. En esta imagen se ve a un niño que se relame,

pero en vez de con la lengua lo hace con una fresa y está promocionando un restaurante vegetariano.

- Ilustración 4: el gesto del dedo índice sobre la boca indica que se debe guardar silencio. En la foto se anuncia una obra de teatro y se usa porque o bien en un teatro se debe guardar silencio o bien por el contenido de la misma.

Hay que explicar bien la relación entre significado e imagen, y que sean capaces de relacionar el concepto con la imagen publicitaria.

#### Práctica y evaluación específicas:

Para practicar llevaremos a cabo una serie de tareas de diferente índole pero mismo objetivo, de lo más simple a lo más complejo, por ejemplo:

- El profesor muestra una de las imágenes y ellos tienen que identificarla con un concepto. Después, se puede hacer el mismo ejercicio pero en vez de con el concepto relacionarla con un ejemplo o una situación contextual (comida, teatro, suerte para un examen, etc.).
- El profesor describe unas situaciones y ellos deberán decir que gestos usar en cada caso. Después serán ellos mismos los que varíen el contexto y afirmen de nuevo que gesto utilizar.
- Proponer situaciones reales y algo más complejas que las anteriores y comprobar su nivel de comprensión y realización de los gestos.

Estas actividades deberán efectuarse durante varios días (no tienen que ser seguidos) y comprobar durante el proceso la evolución de cada uno de los alumnos para una evaluación final.

## ACTIVIDAD 2: Expresiones faciales y emociones.

Esta actividad está basada fundamentalmente en las emociones que podemos expresar de forma facial como la alegría, la tristeza, la sorpresa o el enfado. Su objetivo principal es que aprendan a reconocer los sentimientos, las emociones y el estado de ánimo de las personas por sus gestos faciales. Pudiendo desarrollar y fomentar una mejor relación interpersonal.

### Objetivos específicos:

- Reconocer e interpretar los gestos faciales correspondientes a las emociones de las personas.
- Conocer el significado de las emociones e intentar actuar en relación con ellas regulando el contenido de las conversaciones.
- Empatizar en la medida de lo posible con las personas que sufren dichas emociones.
- Usar terminología adecuada para referirse a las emociones o estados mentales propios y de los demás.

### Contenido publicitario: ANEXO 2

### Desarrollo de la actividad:

Antes de empezar con la práctica de las actividades, se debe evaluar previamente su nivel de conocimientos específico de esta actividad: el reconocimiento de las emociones por medio de gestos faciales.

Se tiene que relacionar cada imagen o cada video con la emoción y la enseñanza correspondiente, utilizando un lenguaje adecuado (tabla 1) y claro por parte del profesor para expresar y hablar sobre dichas emociones, así como la relación de la emoción con el objetivo del anuncio publicitario.

---

**Tabla 1. Ejemplos de lenguaje apropiado**

ALEGRÍA	EUFORIA	MIEDO	TRISTEZA
¿Por qué estas contento?	¿Por qué estas tan emocionado?	¿Qué te asusta? ¿Qué te da tanto miedo?	¿Por qué estas triste?
Me alegro por ti Es genial escuchar eso	¡Es increíble! ¡Es fantástico! ¡Que emocionante!	No pasa nada Estate tranquilo	Lo siento mucho Todo saldrá bien.

Durante el desarrollo de las actividades se podrá ir moldeando el objetivo y la práctica de las mismas en función de los avances de los alumnos. Parando en aquella que pueda resultarles más difícil y explicando una y otra vez la relación de la publicidad con las emociones, el lenguaje adecuado y la capacidad de regular las conversaciones.

Práctica y evaluación específicas:

Para practicar se seguirá la siguiente secuencia, realizando las actividades en orden de dificultad, de lo más sencillo a lo más complejo. Las actividades de práctica irán enfocadas de la siguiente forma:

- Se mostrarán las imágenes o anuncios publicitarios para que los relacionen con las emociones correspondientes. Después será el profesor quien intente por medio de gestos faciales recrear las emociones de los anuncios publicitarios y ellos deberán volver a relacionarlo siempre utilizando un lenguaje apropiado mostrado por el profesor. Esta actividad se repetirá en numerosas ocasiones antes de pasar a la siguiente, para conseguir afianzar los conceptos y el vocabulario.
- Cuando reconozcan las emociones tendrán que relacionar su significado con el objetivo o fin del anuncio publicitario. El objetivo principal es que

usen un lenguaje apropiado (este punto es de mucha dificultad para ellos porque entran varias limitaciones en juego, pero deben intentarlo con ayuda del docente para que, por medio de la práctica, puedan mejorar su lenguaje basado en el tema).

- El docente tendrá que someter a los alumnos a diferentes situaciones en las cuales deberán utilizar o manifestar diferentes emociones. Ellos tendrán que explicar mediante un lenguaje adecuado como se sentirían en cada uno de esos casos y expresarlo mediante algún gesto facial.
- Para empatizar y regular el contenido de las conversaciones en función del estado de ánimo de la otra persona (esta actividad va enfocada a niños con cierta edad, superior a los diez años) deberán ponerse en parejas mixtas, es decir, un alumno con SA (B) y otro alumno u otro niño sin ese tipo de limitaciones (A) y cada uno deberá interpretar un papel. Los alumnos del grupo A tendrán claro en qué consiste la actividad y el papel que deben desempeñar, dejando claro su estado de ánimo mediante gestos faciales y utilizando un lenguaje claro y conciso. Mientras el grupo B tendrá que seguir una serie de pasos: (1) Reconocer el gesto facial y la emoción correspondiente a la que se enfrentan, (2) actuar en función de ese reconocimiento, preguntando por ejemplo ¿qué te ocurre? al identificar el sentimiento de tristeza y (3) mantener una conversación simple regulando el contenido de la misma.

Algunas de las actividades de este punto son de un grado elevado de complejidad, por ello la guía continua del profesor será muy necesaria. Ahora bien, es indispensable que se practiquen y se trabajen estos puntos para mejorarlos directamente pero también para fomentar el desarrollo del resto de puntos de manera indirecta.

Las actividades deben aplicarse de forma regular y continua, observando durante el proceso los avances de los alumnos para una futura evaluación de la actividad.

### ACTIVIDAD 3: Hola, ¿Cómo estás?

Esta actividad tiene como base y como objetivo principal conocer y usar algunas de las reglas sociales más habituales como saludar, despedirse o esperar el turno. De esta forma, conseguirán un mayor grado de educación en la gestión interpersonal.

#### Objetivos específicos:

- Conocer y reconocer algunas de las reglas sociales más habituales en la gestión interpersonal.
- Habilidad para actuar de forma correcta en las situaciones donde se den dichas reglas.
- Aprender un código de actuación habitual en un contexto determinado (por ejemplo: saludar siempre que se entra a un lugar y despedirse cuando uno se va).
- Conocer y usar gestos utilizados en esos ámbitos sociales.

#### Contenido publicitario:

Los ejemplos publicitarios de esta actividad tienen que ser televisivos o en formato de vídeo para que se puedan analizar bien las situaciones comunicativas y el lenguaje utilizado.

Los anuncios deberán representar una situación donde se desarrolle una conversación entre dos o varias personas y se utilice un lenguaje característico como buenos días, buenas tardes, hasta luego, nos vemos, etc. Reglas generales y simples que deben utilizar en su día a día en situaciones muy comunes como entrar a una tienda, saludar a un amigo, despedirse de algún familiar o simplemente esperar una cola de personas en un establecimiento.

### Desarrollo de la actividad:

En primer lugar, como se ha hecho en las actividades anteriores hay que evaluar su nivel de conocimientos previo acerca de la actividad 3.

En segundo lugar ven todos los anuncios publicitarios analizando cada uno de forma individual, parando en cada palabra, gesto o situación que queramos recalcar para después ponerla en práctica. Todas las situaciones de los anuncios son muy comunes en el día a día de una persona, así que se puede añadir todo lo que se crea necesario para potenciar la mejora de los objetivos específicos de la actividad.

Si es necesario, se grabará un anuncio paralelo a los buscados por el docente para completarlos con el lenguaje que queremos fomentar, y de esta forma los alumnos puedan comparar y completar la información que falta en uno respecto del otro. Aquí un ejemplo:

[Anuncio televisivo: Vanish Oxi Action Gel \(2011\).](#)

[Ejemplo de anuncio grabado por el docente.](#)

Transcripción de ambos anuncios (lo que este subrayado es el lenguaje añadido por el docente):

Persona A: Uff, otra vez la mancha, pero si he usado un quitamanchas

Persona B: Hola, buenos días, ¿Cómo estás?

A: Muy bien, gracias. Aunque no consigo quitar esta mancha. ¿Y tú?

B: Bien, gracias por preocuparte. Prueba Vanish Oxi Action Gel, resultados increíbles a la primera. Mira qué pasa con tu quitamanchas líquido.

A: ¡Pero si es como agua!

B: Vanish Oxi Action Gel en cambio es un gel concentrado que se adhiere a la mancha y actúa sobre ella. Añádelo siempre a la lavadora.

A: [Después del lavado] ¡Esta perfecto!, muchísimas gracias por la ayuda.

B: No hay de que. Hasta pronto, pasa un buen día.

A: Igualmente, hasta luego.

Eslogan: Confía en el rosa y adiós manchas.

### Práctica y evaluación específicas:

La práctica dentro de esta actividad tendrá un carácter más activo. Los alumnos deberán representar diferentes situaciones y actuar de forma correcta en relación con las habilidades y reglas sociales aprendidas en el desarrollo de la Actividad 3. Los ejemplos de ejercicios pueden ir enfocados de diferentes forma, pero siempre avanzando de lo más simple a lo más complejo. Dentro de estas actividades podemos progresar de la siguiente forma:

- En primer lugar, y después de ver el anuncio publicitario en varias ocasiones, deberán reconocer las palabras y el lenguaje utilizado así como la situación que se representa. Si hemos grabado un anuncio paralelo a otro, deberán comparar y completar las situaciones correspondientes. Descubriendo las diferencias de lenguaje entre los dos.
- En segundo lugar, tendrán que representar el mismo anuncio que se ha visto con anterioridad, con el simple objetivo de afianzar los conceptos.
- En tercer lugar, se realizarán actividades escritas y orales donde se trabaje el lenguaje y los gestos correctos utilizados para diferentes situaciones (principalmente las trabajadas en los anuncios publicitarios, aunque se pueden añadir más con una explicación previa).
- En cuarto lugar, el docente tendrá que exponer a los alumnos a diferentes situaciones de menor a mayor complejidad donde demuestren la comprensión de las habilidades sociales estudiadas utilizando un lenguaje adecuado.
- Por último, serán los propios alumnos los que tengan que representar un papel en distintas escenificaciones en los que se fomenten y trabajen los diferentes conceptos que se han enseñado.

## Evaluación global de la Unidad Didáctica

Como ya hemos visto en los puntos anteriores, cada actividad de la unidad tiene su propia evaluación específica que consiste en comprobar la evolución de los alumnos durante el desarrollo y la puesta en práctica de las actividades con la ayuda de la plantilla de evaluación (Anexo 3). Pero al final del curso académico y, por consiguiente, de la aplicación de la propuesta didáctica, se deberá llevar a cabo una evaluación más extensa y más específica de las limitaciones que se querían mejorar.

La evaluación final no tiene el carácter que se le da habitualmente en los centros escolares, sino que simplemente se realiza para comprobar el éxito de la propuesta y que esta pueda pasar su propia evaluación para posibles mejoras en futuras aplicaciones.

Esta evaluación consistirá en exponer a los alumnos que padecen estas limitaciones a situaciones reales en las que deberán usar las habilidades que han aprendido durante la aplicación de la unidad didáctica. Ellos no sabrán que están pasando por un proceso de evaluación (en la medida que sea posible, ya que habrá momentos donde sea necesario hacer un recordatorio), para comprobar así si son capaces de emplear estas competencias en su día a día de forma natural y con algo de soltura.

Las situaciones serán muy específicas y serán escogidas por el docente en función de las necesidades y los reclamos determinados de sus alumnos. Aquí unos ejemplos de cómo pueden ser estas actividades de evaluación.

Para trabajar todos los gestos y las emociones, lo mejor es tratarlo como una actividad más, pero proponiendo situaciones reales que pueden ocurrir diariamente. La actividad debe ser en ambos sentidos, que ellos reconozcan el gesto o la emoción que otra persona represente, o que sean ellos los que lo emitan en función del contexto de la actividad. Es muy importante hacer especial hincapié en la terminología que utilizan para referirse a las emociones y que sepan actuar, siempre en la medida que sea posible dentro de sus limitaciones, en función de cada una de ellas.

Las diferentes situaciones deben variar y los participantes también para comprobar de manera más eficaz la mejora en el uso y reconocimiento de los gestos y las emociones.

En cuanto a la evaluación del uso y reconocimiento de las reglas sociales. Se deben proponer situaciones muy concretas donde tenga que saludar, despedirse, esperar, etc. Estas situaciones no tienen por qué ser en el propio aula del alumno; es mejor variar su lugar habitual de trabajo y llevarle a otras clases por todo el colegio, de excursión o proponiendo alguna actividad lúdica donde deban usar estas habilidades sociales.

Se pueden diseñar escenificaciones o pensar en situaciones donde se trabajen todas las habilidades al mismo tiempo, de forma que entre en juego todo lo que han aprendido y cómo han evolucionado.

## **Conclusiones globales de la Unidad Didáctica**

La unidad didáctica no ha podido ser aplicada para la finalización de este trabajo, así que no existen resultados fijos sobre la posible repercusión de esta en los niños que padecen SA.

Pese a no tener resultados, lo que si podemos deducir es lo que se espera conseguir con ella. Hemos comprobado en ejemplos anteriores que las reglas sociales y comunicativas es un ámbito de las limitaciones de los que sufren el SA que si es susceptible de mejora. Una mejora que quizá no sea demasiado amplia como para solventar el problema, pero si lo suficientemente útil como para conseguir una evolución significativa de esta limitación y mejorar las relaciones interpersonales de los alumnos con SA.

Para conseguir esta evolución significativa, en nuestro trabajo en particular, se deberá aplicar la propuesta didáctica de forma continua y constante. Se trabajará todos los días, en la medida que sea posible, para conseguir que se

afiancen los conocimientos y el uso de las habilidades sociales con solvencia en situaciones reales.

## CONCLUSIONES GLOBALES Y VALORACIÓN PERSONAL

La investigación se inició con el objetivo principal de desarrollar un trabajo fundamentado, innovador, diferente y sobre todo posible. Al finalizar, estoy orgulloso de haber conseguido al menos tres de los cuatro objetivos principales. Es una investigación fundamentada en opiniones y trabajos de otros autores expertos en la materia. Es innovadora por qué he modelado el hilo conductor principal de tal forma que he conseguido un trabajo diferente y novedoso. Y en cuanto a la posibilidad de ser aplicada no he gozado de la infraestructura ni de los materiales necesarios para ello, pero creo firmemente en su éxito.

En cuanto al trabajo y horas empleadas, he de reconocer que me he encontrado desorientado en ocasiones y quería abarcar más de lo que podía en una investigación de esta magnitud. Pero finalmente pienso que encontré el camino adecuado y supe desarrollar, con ayuda de mi tutor, mi trabajo. El número de horas dedicadas ha sido superior al que me esperaba, pero es algo que relaciono y justifico directamente con dos de los puntos anteriormente descritos: innovación y distinción (un trabajo posiblemente diferente a lo estipulado por el marco universitario).

El lenguaje empleado y las referencias buscadas han sido minuciosamente seleccionados, cada palabra utilizada y cada artículo leído fue escogido por una razón y espero que estén a la altura del objetivo del Trabajo de Fin de Grado de la Universidad de Cantabria y de mi tutor Gonzalo Martínez Camino.

## BIBLIOGRAFÍA

Artigas-Pallarès J., Paula I. 2012. El autismo 70 años después de Leo Kanner y Hans Asperger. *Asociación Española de Neuropsiquiatría*. 32 (115), 567-587.

Asperger H. 1944. Die Autistischen Psychopathen. Kindesalter, *Archiv fur Psychiatrie und Nervenkrankheiten*. 117.

Baron-Cohen S. et al. 2007. *Enhancing Emotion recognition in Children with Autism Spectrum Conditions: An Intervention Using Animated Vehicles with Real Emotional Faces*. Royal Society 2007. London, p-p 269-279.

Baron-Cohen S. et al. 2008. *LEGO® Therapy and the Social Use of Language Programme: An Evaluation of Two Social Skills Interventions for Children with High Functioning Autism and Asperger Syndrome*. P-p 1944-1957

Baron-Cohen S. 2009. Autism: The Empathizing–Systemizing (E-S) Theory. *The year in cognitive Neuroscience 2009*. New York Academy of Science.

Bleuler E. 1950. *Dementia praecox or the group of schizophrenias*. Monograph series on schizophrenia. Vol 1. New York: International University Press.

Burgoine, E. y Wing, L. 1983. Identical triplets with Asperger's Síndrome. *British Journal of Psychiatry*, 143,. p.p. 261 – 265.

Caballero R. 2006. *Los trastornos generales del desarrollo: una aproximación desde la práctica*. Consejería de educación, Junta de Andalucía. Vol 2: El Síndrome de Asperger: respuesta educativa p.p. 7 - 14.

Campanario J. M., Moya A. y Otero J.C. 2001. Innovaciones y usos inadecuados de la ciencia en la publicidad. *Enseñanza de las Ciencias*. 2001, 19 (1), 45-56.

Catalá Pérez M. 2001. Ironía, humor e inferencia: procesos cognitivos. Tendencias creativas de la publicidad actual. *Acciones e Investigaciones sociales*, p-p 129-142.

- Codeluppi V. 2007. El papel social de la publicidad. *Pensar en la publicidad*. Vol 1, nº 1 pp. 149-155.
- Diagnóstico and Statistical Manual of Mental Disorders. 1952. American Psychiatric Association (APA). Washington, DC.
- Diagnóstico and Statistical Manual of Mental Disorders. 1968. American Psychiatric Association (APA). Washington, DC.
- Diagnóstico and Statistical Manual of Mental Disorders. 1980. American Psychiatric Association (APA). Washington, DC.
- Diagnóstico and Statistical Manual of Mental Disorders. 1994. American Psychiatric Association (APA). Washington, DC.
- Diccionario de la lengua española (DRAE). 2012. 22ª edición.
- Eguizábal R. 2007. *Teoría de la Publicidad*. Madrid. Cátedra, P-1.
- Frith U. 1998. *Autismo: Hacia una explicación del Enigma*. Madrid. Alianza Editorial. Alianza Psicología. 8420677035, 9788420677033.
- Kanner L. 1943. Autistic disturbances of affective contact. *Nervous Child*. 2: p-p 217-250.
- LeGoff D. B. 2004. Use of LEGO as a therapeutic medium for improving social competence. *Journal of Autism and Developmental Disorders*. 34, p-p 557-571.
- LeGoff D.B. y Sherman M. 2006. Long-term outcome of social skills intervention based on interactive LEGO play. *Autism*, 10, p-p 317-329.
- López Cortes, M<sup>a</sup>C 2008. Intervención educativa con un alumno con Síndrome de Asperger. Revista digital *Práctica docente* Nº 9, p-p 64-76.
- Lorenzo González J. 1994. *Persuasión subliminal y sus técnicas*. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid, P-235.
- Martín-Borreguero P. 2005. Perfil lingüístico del individuo con síndrome de Asperger: implicaciones para la investigación y la práctica clínica. *Revista de*

*Neurología*. 41 (Supl 1): S115-122. Centro de Psicología Clínica Cavendish. Madrid, España.

Portolés J. 2003. Pragmática y Sintaxis. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. 16, p-p 45-54. 15764737.

Reyes G. 1995. *El abecé de la pragmática*. 9º edición. Madrid. Editorial Arco Libros. Cuadernos de la Lengua Española Pág 8. 978-84-7635-169-7.

Williams R. 2004 [1960] El sistema mágico. *Revista Telos* nº 61, pp. 95-103.

## ANEXO 1

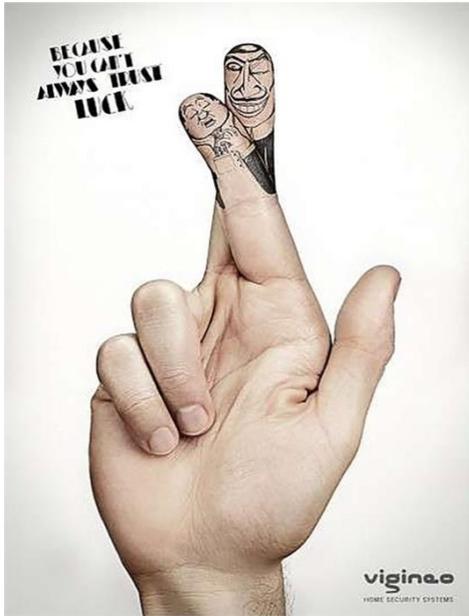


Ilustración 1: VIGINAO Sistemas de seguridad en casa

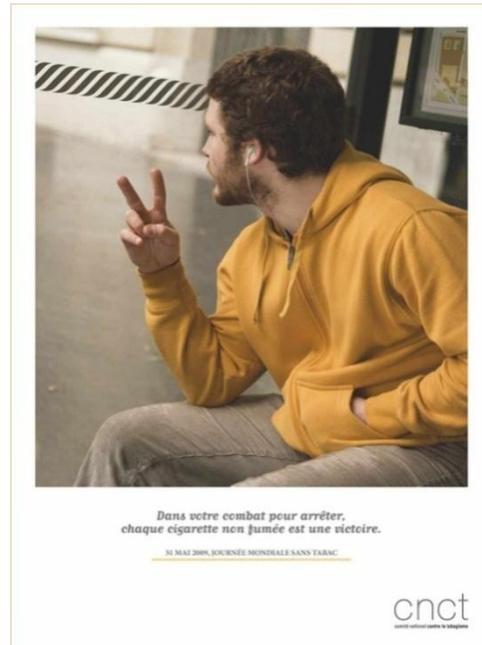


Ilustración 2: Campaña francesa para dejar de fumar



Ilustración 3: HILTL Restaurante vegetariano

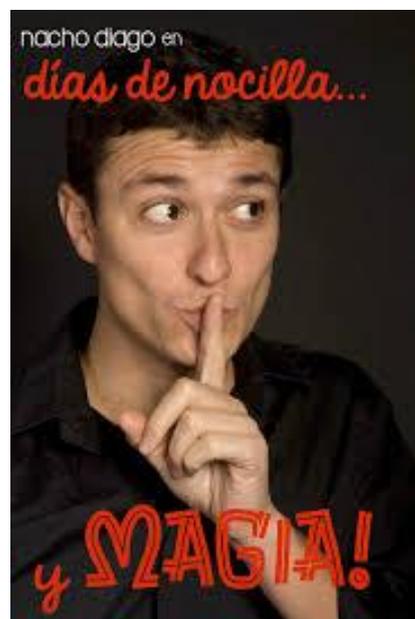


Ilustración 4: Panfleto publicitario de la obra de teatro Días de Nocilla y Magia de Nacho Diago.

## ANEXO 2



Ilustración 5 (ALEGRÍA): Campaña de Coca-Cola



Ilustración 6 (ALEGRÍA): Campaña de Dolce & Gabbana



Ilustración 7 (EUFORIA): Campaña de Hyundai

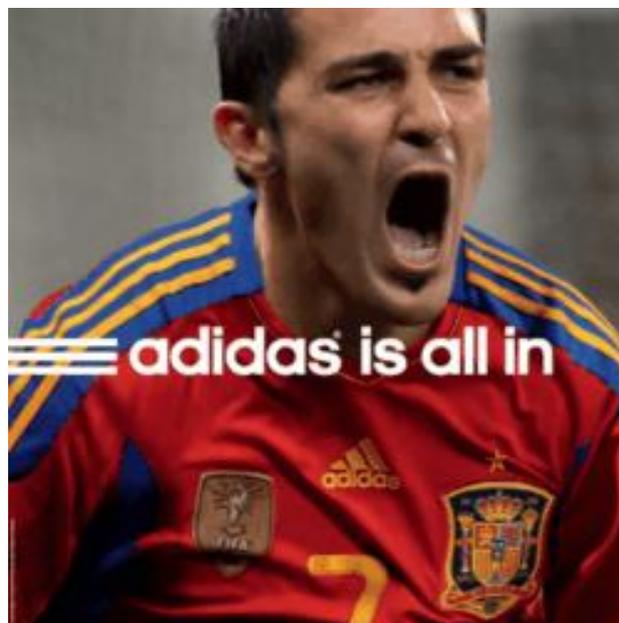


Ilustración 8 (EUFORIA): Campaña de Adidas



Ilustración 9 (MIEDO): Campaña de Mapfre. Extracto de un video publicitario.



Ilustración 10 (MIEDO): Campaña de Zalando. Extracto de un video publicitario.



Ilustración 11 (TRISTEZA): Campaña de HELP contra la pobreza

## ANEXO 3

NOMBRE:	EDAD:	NOTA*	COMENTARIOS Y APRECIACIONES
<b>ACTIVIDAD 1: HABLAMOS CON NUESTRO CUERPO</b>			
¿Sabe identificar los gestos enseñados en clase?			
¿Sabe relacionar los gestos con sus significados?			
¿Sabe utilizar los gestos de forma adecuada en diversas situaciones?			
<b>ACTIVIDAD 2: EXPRESIONES FACIALES Y EMOCIONES</b>			
¿Sabe reconocer e interpretar los gestos faciales correspondientes a las emociones?			
¿Conoce el significado de las emociones?			
¿Utiliza vocabulario adecuado para regular el contenido de las conversaciones?			
¿Empatiza, en la medida de lo posible, con las personas que sufren dichas emociones?			
¿Usa terminología adecuada para referirse a las emociones o estados mentales propios y de los demás?			
<b>ACTIVIDAD 3: HOLA, ¿COMO ESTAS?</b>			
¿Conoce y reconoce algunas de las reglas sociales más habituales en la gestión interpersonal?			
¿Tiene habilidades para actuar de forma correcta en las situaciones donde se den las reglas enseñadas?			
¿Utiliza el código de actuación correspondiente en un contexto determinado?			
¿Conoce y usa gestos utilizados en esos contextos sociales?			

\*Las notas se pondrán del 1-5, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 absolutamente de acuerdo. Son notas orientativas para el docente, en ningún caso son para comunicarlas a los alumnos, no tienen calidad definitiva.