

**EL TEXTO PUBLICITARIO PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN
ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA**

ROSA ELVIRA LAGARES MERCADO



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DEL SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE EDUCACION
MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
BUCARAMANGA**

2018

**EL TEXTO PUBLICITARIO PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN
ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA**

ROSA ELVIRA LAGARES MERCADO

**Trabajo de grado para optar al título de
Magister de Pedagogía**

**Director:
LEONARDO RAÚL BRITO
Magister en Pedagogía**



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE EDUCACION
MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
BUCARAMANGA**

2018

*Este proyecto está dedicado a **Dios**. Gracias por derramar sobreabundantes bendiciones sobre mí, por otorgarme la sabiduría necesaria para plasmar mis pensamientos y conocimientos en este trabajo, por fortalecer mi mente y corazón, por darme fuerzas cuando creía que no las tenía y por llevarme a cumplir mi sueño.*

*A mis padres, **Rosa y Orlando**, quienes han sacrificado de todo en sus vidas para que mis hijos y yo seamos lo que hoy en día somos. Ellos que siempre me alentaban a continuar y ayudaban de todas las maneras posibles para que pudiese entregarme completamente a mi trabajo y estudio.*

*A mi esposo, **Jhon Alex** y mis bebés hermosos, **Sophie y Frederick**. Ustedes son el motor de mi vida, se llenaron de paciencia y amor para esperar y comprenderme cuando no tenía tiempo para dedicarles.*

*A ti Watson, **Nacho Cossio**, por ayudarme siempre en todo el proceso, incondicional colaborador y coequipero fantástico. Tus palabras, cariño y apoyo siempre estuvieron presente.*

AGRADECIMIENTOS

Agradezco inmensamente a Dios.

A mi madre y padre, quienes me enseñaron principios y valores que me han permitido alcanzar mis sueños.

A mis hermosos hijos, quienes reconfortaban mi alma cada día.

A mi asesor Leonardo Brito, quien con su paciencia y sabiduría orientó cada uno de mis avances en este proyecto.

A la MEN y a la UIS, por brindarme la oportunidad de ser elegida y aportarme las herramientas necesarias para lograr mi transformación como maestra.

A mis compañeras de colectivo, Carmen Rosa, Katherine y Claudia, quienes siempre estuvieron ahí para prestarme sus fuerzas cuando las mías se desgastaban.

A los estudiantes de 5°, Bexaida, Rocio, Emely, Daniela, Joismar, Sair, Shirley, Mayra, Estefany, Jazmín, Mayerly, Maileth, Nicolle, Luis, Nicol Saray y Camilla, ustedes los protagonistas de esta historia.

A todos ellos muchas gracias.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	20
1. PROBLEMA	22
1.1 ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	22
1.2 JUSTIFICACIÓN	35
1.3 OBJETIVOS	37
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	37
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	38
2. MARCO TEÓRICO	39
2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	39
2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES	39
2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES	42
2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES	45
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	48
2.2.1 PENSAMIENTO, LENGUAJE Y APRENDIZAJE	49
2.2.2 CONSTRUCTIVISMO, APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO Y LA FUNCIÓN MEDIADORA DEL DOCENTE	52
2.2.3 LEER: ENFOQUES, CONCEPCIONES Y PROCESO DE COMPRESIÓN DE LECTURA.....	56
2.2.4 LECTURA CRÍTICA	67
2.2.5 ESTRATEGIAS PARA LA COMPRESIÓN CRÍTICA DE UN TEXTO	72
2.2.6 LA PUBLICIDAD: EDUCACIÓN SOCIAL Y MEDIO PERSUASIVO.....	74
2.2.7 IMPORTANCIA EDUCATIVA DE LA PUBLICIDAD.....	75
2.2.8 MÉTODO PARA LA LECTURA CRÍTICA DE LA PUBLICIDAD	76
2.3 MARCO LEGAL	77
3. METODOLOGÍA	81
3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO	81
3.2 DISEÑO METODOLÓGICO	83
3.3 ESCENARIO Y PARTICIPANTES.....	87
3.4 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	87
3.4.1 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	87
3.4.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	91
3.5 PROCESO DE ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	94
3.5.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FASE DIAGNÓSTICA.....	94
3.6 VALIDEZ INTERNA.....	148
3.7 CONSIDERACIONES ÉTICAS	149
3.8 TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	151
4. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	154

4.1 PROPUESTA DE INTERVENCIÓN SECUENCIA DIDÁCTICA: “EDUCAR EN ENTORNOS PERSUASIVOS”	154
4.2 ANÁLISIS DE LA FASE DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	168
4.2.1 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DE LAS SESIONES DE CLASE	169
4.2.2 ANÁLISIS IMPLEMENTACIÓN SECUENCIA DIDÁCTICA:	205
4.3 ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN Y/O REFLEXIÓN DE LA PROPUESTA.....	213
5. HALLAZGOS.....	228
6. CONCLUSIONES	232
7. RECOMENDACIONES	233
BIBLIOGRAFIA.....	234
ANEXOS.....	237

LISTA DE TABLAS

TABLA 1. COMPARATIVO ISCE ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO 2014 – 2015.	27
TABLA 2. COMPARATIVO COMPETENCIA EVALUADA EN LA PRUEBA SABER ÁREA LENGUAJE 2014 – 2015.	31
TABLA 3. COMPARATIVO COMPONENTES DE LA COMPETENCIA EVALUADA EN LA PRUEBA SABER LENGUAJE 5° 2014 – 2015.	31
TABLA 4. MATRIZ DE APRENDIZAJES POR MEJORAR EN LA COMPETENCIA LECTORA 2015.	32
TABLA 5. MATRIZ DE APRENDIZAJES POR MEJORAR EN LA COMPETENCIA ESCRITORA 2015.	33
TABLA 6. CATEGORÍAS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMPRESIÓN LECTORA SEGÚN LOS LINEAMIENTOS CURRICULARES DEL ÁREA DE LENGUA CASTELLANA.....	68
TABLA 7. DANIEL CASSANY: TÉCNICAS PARA FOMENTAR LA LECTURA CRÍTICA.	73
TABLA 8. CICLOS Y FASES DE LA INVESTIGACIÓN	86
TABLA 9. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN EVALUADA.....	97
TABLA 10. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA POR NIVELES DE DESEMPEÑO ...	117
TABLA 11. COMPILADO DE RESPUESTAS DE LA PRUEBA INICIAL DE LECTURA.	120
TABLA 12. ANÁLISIS DE RESULTADOS CATEGORÍA I “COMPETENCIA LECTORA”.	121
TABLA 13. ANÁLISIS DE RESULTADOS CATEGORÍA II “COMPETENCIA ESCRITORA”.	130
TABLA 14. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A DOCENTE.	131
TABLA 15. DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE A DOCENTE.....	144
TABLA 16. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE A DOCENTE.	145
TABLA 17. CRITERIOS ÉTICOS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	150
TABLA 18. SECUENCIA DIDÁCTICA	156
TABLA 19. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°1 “EL FESTIVAL DE LAS MARCAS”</i>	169
TABLA 20. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS SESIÓN N°1.	171

TABLA 21. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°2 “LA MAGIA DE LA PUBLICIDAD”</i>	172
TABLA 22. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS <i>SESIÓN N°2</i>	174
TABLA 23. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°3 “EL PODER DE LAS PALABRAS”</i>	176
TABLA 24. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA <i>SESIÓN N°3</i>	178
TABLA 25. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°4 “EL LENGUAJE NO VERBAL ME DICE ALGO”</i>	179
TABLA 26. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA <i>SESIÓN N°4</i>	181
TABLA 27. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°5 “PUBLICIDAD PARA INFORMAR”</i>	183
TABLA 28. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA <i>SESIÓN N°5</i>	185
TABLA 29. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°6 “PUBLICIDAD PARA CONVENCER”</i>	187
TABLA 30. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA <i>SESIÓN N°6</i>	189
TABLA 31. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°7 “PENSANDO LA PUBLICIDAD”</i>	191
TABLA 32. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA <i>SESIÓN N°7</i>	193
TABLA 33. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°8 “LOS DISEÑADORES”</i>	195
TABLA 34. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA <i>SESIÓN N°8</i>	197
TABLA 35. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE <i>SESIÓN N°9 “EL PRODUCTO FINAL”</i>	198
TABLA 36. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA <i>SESIÓN N°9</i>	203
TABLA 37. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS NIVEL LITERAL SECUENCIA DIDÁCTICA.	205
TABLA 38. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS NIVEL INFERENCIAL SECUENCIA DIDÁCTICA.	208
TABLA 39. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS NIVEL CRÍTICO SECUENCIA DIDÁCTICA.	211
TABLA 40. CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA FINAL.....	215
TABLA 41. COMPARATIVO COMPONENTES DEL LENGUAJE ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.....	216

TABLA 42. COMPARATIVO COMPETENCIA LECTORA ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.....	218
TABLA 43. COMPARATIVO COMPETENCIA ESCRITORA ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.....	220
TABLA 44. COMPARATIVO NIVEL DE COMPRENSIÓN LITERAL ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.....	221
TABLA 45. COMPARATIVO NIVEL DE COMPRENSIÓN INFERENCIAL ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.	222
TABLA 46. COMPARATIVO NIVEL DE COMPRENSIÓN CRÍTICO ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.....	223
TABLA 47. CATEGORÍAS FASE DE ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN O REFLEXIÓN DE LA PROPUESTA.	224

LISTA DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. PORCENTAJE DE ESTUDIANTES EN NIVEL INSUFICIENTE.	28
GRÁFICA 2. COMPARACIÓN ENTRE LA DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ESTUDIANTES SEGÚN NIVELES DE DESEMPEÑO EN EL ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO.	30
GRÁFICA 3. FORTALEZAS Y DEBILIDADES EN LAS COMPETENCIAS.....	30
GRÁFICA 4. FORTALEZAS Y DEBILIDADES EN LOS COMPONENTES DE LA COMPETENCIA. ..	31
GRÁFICA 5. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 1.	97
GRÁFICA 6. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 2.	98
GRÁFICA 7. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 3.	99
GRÁFICA 8. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 4.	100
GRÁFICA 9. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 5.	101
GRÁFICA 10. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 6.	102
GRÁFICA 11. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 7.	102
GRÁFICA 12. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 8.	103
GRÁFICA 13. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°9.	104
GRÁFICA 14. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°10.	104
GRÁFICA 15. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°11.	105
GRÁFICA 16. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°12.	106
GRÁFICA 17. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°13.	107
GRÁFICA 18. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°14.	107
GRÁFICA 19. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°15.	108
GRÁFICA 20. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°16.	109
GRÁFICA 21. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°17.	109
GRÁFICA 22. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°18.	110
GRÁFICA 23. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°19.	111
GRÁFICA 24. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°20.	112
GRÁFICA 25. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°21.	113
GRÁFICA 26. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°22.	113
GRÁFICA 27. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°23.	114

GRÁFICA 28. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°24.	115
GRÁFICA 29. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°25.	116
GRÁFICA 30. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°26.	117
GRÁFICA 31. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA EN PORCENTAJE.	118
GRÁFICA 32. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPETENCIA LECTORA.....	122
GRÁFICA 33. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPETENCIA ESCRITORA.	124
GRÁFICA 34. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPONENTE SEMÁNTICO.....	125
GRÁFICA 35. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPONENTE SINTÁCTICO.	126
GRÁFICA 36. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPONENTE PRAGMÁTICO. ..	127
GRÁFICA 37. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA NIVEL LITERAL	127
GRÁFICA 38. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA NIVEL INFERENCIAL.	128
GRÁFICA 39. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA NIVEL CRÍTICO.	129
GRÁFICA 40. RESULTADOS POR COMPONENTES DEL LENGUAJE PRUEBA FINAL DE LECTURA.	216
GRÁFICA 41. RESULTADOS PRUEBA FINAL COMPETENCIA LECTORA.	218
GRÁFICA 42. RESULTADOS PRUEBA FINAL COMPETENCIA ESCRITORA.	219
GRÁFICA 43. RESULTADOS PRUEBA FINAL NIVEL DE COMPRENSIÓN LITERAL.	221
GRÁFICA 44. RESULTADOS PRUEBA FINAL NIVEL DE COMPRENSIÓN INFERENCIAL.....	222

LISTA DE CUADROS

CUADRO 1. PERSPECTIVAS TEÓRICO-PRÁCTICAS DE LECTURA SEGÚN FRANK SERAFINI..	59
CUADRO 2. INTENCIONES DEL AUTOR, DEL TEXTO Y EL LECTOR, SEGÚN UMBERTO ECO..	66
CUADRO 3. LOS COMPONENTES DE LA LITERACIDAD, PROPUESTA DE LUKE Y FREEBODY.	71

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. SITUACIONES DE APRENDIZAJE ESCOLAR.	55
FIGURA 2. PRINCIPALES ACCIONES PARA LLEVAR A CABO LA INVESTIGACIÓN-ACCIÓN.	85
FIGURA 3. TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN POR ESTAMENTOS.	152
FIGURA 4. TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN POR INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	152

LISTA DE IMÁGENES

IMAGEN 1. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°1.....	170
IMAGEN 2. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°2.	173
IMAGEN 3. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°3.	177
IMAGEN 4. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°4.	180
IMAGEN 5. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°5.	184
IMAGEN 6. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°6.	188
IMAGEN 7. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°7.	192
IMAGEN 8. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°8.	196
IMAGEN 9. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9	199
IMAGEN 10. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9.	200
IMAGEN 11. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9.	201
IMAGEN 12. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9.	202
IMAGEN 13. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°10.	204

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. ASENTIMIENTO INFORMADO DE LOS ESTUDIANTES.....	237
ANEXO B. CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS ESTUDIANTES PARTICIPANTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	238
ANEXO C. CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA DIRECTIVOS DOCENTES.	240
ANEXO D. DECLARACIÓN DEL DOCENTE INVESTIGADOR.....	241
ANEXO E. GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A DOCENTE DEL ÁREA DEL LENGUA CASTELLANA	242
ANEXO F. GUÍA DE OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE	243
ANEXO G. PRUEBA INICIAL DE LECTURA.....	245
ANEXO H. MATRIZ DE EVALUACIÓN PRUEBA INICIAL DE LECTURA	261
ANEXO I. DIARIO DE CAMPO	264
ANEXO J. PRUEBA FINAL DE LECTURA	266
ANEXO K. CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS.....	273

RESUMEN

TÍTULO: El texto publicitario para desarrollar lectura crítica en estudiante de quinto grado de una institución educativa oficial del municipio de Barrancabermeja. *

AUTOR: Rosa Elvira Lagares Mercado**

PALABRAS CLAVE: Comprensión lectora, lectura crítica, publicidad, práctica pedagógica docente, secuencia didáctica.

Descripción:

La publicidad aparece en la sociedad actual como una estrategia de comunicación, orientada a fomentar el consumo de objetos y servicios, maneras de entender el mundo, estilos de vida, estereotipos y demás aspectos, que buscan alinear las mentes de las masas con sus atractivos discursos persuasivos. Aquí se presentan los resultados de un proyecto de investigación, implementado con niños y niñas de 5° de una institución educativa oficial del municipio de Barrancabermeja, basado en una secuencia didáctica que hace uso del texto publicitario como herramienta para desarrollar lectura crítica. Esta investigación se enmarca en el diseño de investigación acción de Sampieri, tiene como objetivo establecer de qué manera una secuencia didáctica basada en el texto publicitario desarrolla lectura crítica en los estudiantes de 5° de una institución educativa oficial del municipio de Barrancabermeja.

Esta propuesta investigativa se desarrolló en tres fases. En primer lugar, un diagnóstico a partir de los resultados obtenidos a través de una prueba inicial de lectura y algunas técnicas de recolección de información como la entrevista semiestructurada y la observación no participante a docentes del área de lenguaje. En segundo lugar, los datos recolectados permitieron diseñar la propuesta de intervención con un enfoque socio-formativo de competencias y de aprendizaje significativo. Conceptos como la teoría sociocultural del aprendizaje de Vygotsky, leer según Umberto Eco, la comprensión de lectura desde Fabio Jurado, la lectura crítica de Daniel Cassany y Paulo Freire, la publicidad según Aguaded y Pérez, la crítica de la publicidad según Carlos Lomas y Eco; son algunos referentes teóricos de la investigación. En último lugar, pero no menos importante, se encuentra la fase de implementación de la secuencia didáctica que incorporó el texto publicitario para mejorar la comprensión e interpretación textual y con ello, se inició el proceso de lectura crítica en los estudiantes de 5°

* Trabajo de grado

** Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Educación. Director: Leonardo Raúl Brito. Magíster en Pedagogía

ABSTRACT

TITLE: The advertising text to develop critical reading in a fifth grade student of an official educational institution of the municipality of Barrancabermeja. *

AUTHOR: Rosa Elvira Lagares Mercado **

KEYWORDS: Reading comprehension, critical reading, publicity, teaching pedagogical practice, didactic sequence.

Description:

Advertising appears in today's society as an effective communication strategy, aimed at promoting the consumption of objects and services, ways of understanding the world, lifestyles, stereotypes and other aspects that seek to align the minds of the masses with their attractions persuasive speeches. This article presents the results of a research project, implemented with fifth grade boys and girls of an official educational institution of the municipality of Barrancabermeja, based on a didactic sequence that makes use of the advertising text as a tool to develop critical reading. This qualitative research, framed in Sampieri's action research design, aims to establish how a didactic sequence based on the advertising text develops critical reading in the fifth grade students of an official educational institution in the municipality of Barrancabermeja.

This research proposal was developed in three phases. First, a diagnosis based on the results obtained through an initial reading test and some data collection techniques such as semi-structured interview and non-participant observation of teachers in the language area. Secondly, the data collected allowed us to design the intervention proposal with a socio-formative approach of competences and significant learning. Concepts such as Vygotsky's sociocultural theory of learning, reading according to Umberto Eco, reading comprehension from Fabio Jurado, critical reading by Daniel Cassany and Paulo Freire, advertising according to Aguaded and Pérez, criticism of advertising according to Carlos Lomas and Eco ; they are some theoretical references of the investigation. Last, but not least, is the implementation phase of the didactic sequence that incorporated the advertising text to improve textual comprehension and interpretation, and with that, the critical reading process began in the fifth grade students.

* Graduation project.

** Faculty of Human Sciences. School of Education. Master in Pedagogy. Director: Leonardo Raúl Brito, Magíster en Pedagogía

INTRODUCCIÓN

Pensar que la decodificación del lenguaje escrito es la única forma de comprender el significado de un texto, y que sólo en los libros encontramos el producto de la comunicación humana, es una visión reduccionista y sesgada del proceso de lectura. Cuando realmente en los entornos sociales, escolares y familiares se mueven un sinnúmero de textos que emplean el lenguaje escrito y en ellos se hace uso de la intersemiosis que se da entre las imágenes, los signos y los símbolos empleados en los mensajes que llegan al individuo, esta relación armónica de conceptos hace que el lenguaje se convierta en herramienta poderosa para acceder y generar conocimiento, establecer relaciones con el mundo circundante, darle significado, aprender y aprehender al tiempo.

Esta nueva visión de comunicación humana obliga al sistema educativo y sus diferentes actores a reconocer el potencial pedagógico que poseen los medios de comunicación y otros sistemas simbólicos para la enseñanza del lenguaje; campo que no es ajeno al enfoque semántico-comunicativo del área de Lengua castellana, pues este se encuentra propuesto en los Lineamientos curriculares de Lengua Castellana desde 1998 y en los Estándares Básicos de Competencias del Lenguaje para Colombia desde el año 2001.

Debido a lo anterior, nacen cuestionamientos relacionados con las prácticas de enseñanza y aprendizaje del lenguaje, que se da al interior del aula de clases, especialmente en lo que tiene que ver con la comprensión e interpretación de otros sistemas simbólicos como la pintura, el cine, la caricatura, la publicidad entre otros; formas de comunicación que le permiten al ser humano interpretar y comprender aspectos socio-culturales, éticos, afectivos e ideológicos, enriqueciendo su

competencia simbólica y capacidad crítica. Es así, que el objetivo de la presente propuesta es determinar de qué manera una secuencia didáctica basada en el texto publicitario desarrolla lectura crítica en estudiantes de quinto grado de una institución educativa oficial del municipio de Barrancabermeja. El enfoque de investigación empleado es de tipo cualitativo, con un diseño de Investigación acción. Este documento cuenta con siete capítulos, organizados de manera secuencial y estructurada así:

En el primer capítulo, se encuentra el análisis y formulación del problema objeto de la investigación. En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico, con los respectivos antecedentes de investigación, seleccionados con rigurosidad y teniendo en cuenta los ejes temáticos de la propuesta. Adicional a ello, se encuentran los fundamentos conceptuales, la teoría en torno a la cual se argumenta la investigación y por último en este apartado del proyecto está el marco legal, con una visión desde las normas educativas vigentes en Colombia y que se ajustan a la investigación. El tercer capítulo corresponde a la metodología del proyecto, las técnicas y los instrumentos empleados en cada fase y ciclo del diseño metodológico. Así mismo, se presenta el análisis de la información recolectada por medio de la metodología. En el cuarto capítulo se presenta la propuesta de intervención, el análisis de la implementación y los resultados obtenidos por medio de la aplicación. Del quinto al séptimo capítulo, la investigadora expone los hallazgos, conclusiones y recomendaciones productos del proceso investigativo.

1. PROBLEMA

1.1 ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El lenguaje le ha permitido al hombre construir una variedad de conocimientos, clasificados por él mismo, en áreas, para manejarlos y facilitar su comprensión. Es así, que nace como producto de esta evolución la educación, cuyo objetivo principal radica en dotar al individuo de unos conocimientos, saberes, destrezas y habilidades básicas para que, en primera instancia, pueda entender el mundo en que vive y como segundo se desenvuelva en él con gran facilidad.

Es en este momento, cuando aparece en contexto de concepto de competencia, refiriéndonos como saber (conocimiento), saber hacer (habilidades) y querer hacer (actitudes) en contexto; elementos que deben ser desarrollados en el individuo y relacionados con la forma como está preparado para resolver problemas de su entorno. Solo cuando estos tres elementos se encuentran equilibrados, se puede esperar un individuo con un desarrollo satisfactorio y un ser competente. Tanto no conocer, como no saber hacer, o como no querer hacer son importantes. *Estanislao Zuleta*¹ dice que nadie nos puede obligar a creer o amar. Se nos puede obligar a cualquier cantidad de situaciones no deseadas por nosotros, ante las cuales reaccionamos porque no tenemos más remedio. Pero nadie nos puede obligar a sentir, a amar, o a creer en algo. He ahí la importancia del querer hacer.

Ninguno de los tres elementos son suficientes solos para formar un individuo competente, no basta saber, si no se es capaz de resolver un problema con eso que

¹ ZULETA, Estanislao. Educación y democracia. Un campo de combate. Bogotá: Fundación Estanislao Zuleta, 1995. p. 198, Citado por: ARANGO, Carlos A. Colombia: Las competencias comunicativas de la puesta en escena a la puesta en esencia. 2005. p. 4

se sabe, tampoco basta con saber hacer, porque sin el conocimiento, se queda solo relegado el individuo al mero uso de herramientas y artefactos. Y, por otra parte, con el simple querer tampoco es suficiente, si no se cuenta con la actitud adecuada para hacerlo. Por ello, se concluye que la competencia es una capacidad que se desarrolla para transformar el entorno. Este panorama nos permite comprender las directrices del MEN ² que apuntan hacia la formación y evaluación por competencias.

En el marco de competencias para la enseñanza del lenguaje se pretende desarrollar la *competencia lingüística* del lenguaje, planteada por Dell Hymes y referida al *uso del lenguaje en actos de comunicación particulares, concretos y sociales e históricamente situados*. De este modo, la visión planteada por el autor y retomada en los lineamientos curriculares del área de lengua brinda una visión más pragmática del lenguaje en la que los aspectos socio-culturales resultan determinantes en los actos comunicativos:

El niño adquiere la competencia relacionada con el hecho de cuando si y cuando no hablar, y también sobre qué hacerlo, con quién, dónde y en qué forma. En resumen, un niño llega a ser capaz de llevar a cabo un repertorio de actos de habla, de tomar parte en eventos comunicativos y de evaluar la participación de otros. Aún más, esta competencia es integral con actitudes, valores y motivaciones relacionadas con la lengua, con sus características y usos, e integral con la competencia y actitudes hacia la interrelación de la lengua con otros códigos de conducta comunicativa.³

² Ministerio de Educación Nacional de la Presidencia de la República de Colombia.

³ Tomado de: "Acerca de la competencia comunicativa" de Dell Hymes (1972) publicado en la revista Forma y Función No. 9, Departamento de Lingüística, Universidad Nacional de Bogotá, 1996, Citado en: COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos Curriculares Lengua castellana. Bogotá, 1998. 102 P.

De estos planteamientos se deriva el *enfoque semántico comunicativo*, eje articulador del trabajo por competencias en el área; que reconoce el uso social del lenguaje en situaciones reales de comunicación. De ahí que, el trabajo por competencias en el área del lenguaje cobra sentido en la medida que apunte a desarrollar la competencia comunicativa como tal y también las cuatro habilidades básicas (leer, hablar, escuchar y escribir) en un enfoque orientado hacia la significación.

En este sentido, si los elementos anteriores mencionados son la carta de navegación del área, *¿Cómo se le hace seguimiento y evaluación al desarrollo de la competencia comunicativa en los estudiantes colombianos?* El mejoramiento de la calidad de la educación, como condición para el desarrollo del país y sus ciudadanos es un tema prioritario para el Gobierno Nacional. Existe un consenso alrededor de la necesidad de establecer cuál es el nivel de conocimientos y capacidades que se espera de los estudiantes en diferentes momentos del proceso educativo y saber si ese nivel está siendo alcanzado. Entonces, para determinar estos niveles de desempeño de los estudiantes colombianos, aparece en escena el concepto de “*evaluación*”, desde una perspectiva estandarizada, sistemática y continua, que permita el seguimiento a los aprendizajes en aras de un mejoramiento continuo. Por parte del docente, dicho seguimiento consiste en la sistematización de la información que arroja el acto evaluativo, las evidencias de aprendizaje de los estudiantes, trabajos orales y escritos, pruebas y demás estrategias de evaluación implementadas por el docente y por el lado del estudiante, el seguimiento le permite crear conciencia sobre su proceso de aprendizaje, resultados alcanzados, avances y dificultades.

Para ambos actores el proceso de evaluación les permite retroalimentar su práctica desde las lecturas particulares que llega a hacer cada uno e ir aportando a la *calidad*

educativa del establecimiento educativa al cual pertenecen y por ende a la nación. Es por eso, que el mejoramiento de la calidad de la educación es una tarea que nos compete a todos los actores educativos y por ende estamos obligados a hacer parte del desarrollo del país como ciudadanos capaces de aportar a la transformación de la realidad de nuestro contexto nacional. De ahí, que la escuela se ha convertido en el eje articulador y dinamizador de la formación integral; proceso que debe estar basado en los fines de la educación colombiana previstos en artículo 5º de la ley 115 de 1994.⁴ Según el modelo de educación plasmado en esta ley, la formación integral se da en el ser humano de manera simultánea en cuatro grandes dimensiones: formación física, formación psicológica, desarrollo intelectual y desarrollo social.

Lo anterior lleva a cuestionar entonces, *¿Qué se hace para apuntar hacia esa calidad de la que tanto se habla?* Para iniciar dicho análisis, debemos partir por identificar que para que esta se dé se requieren de varios factores; unos asociados al estudiante y otros al ambiente en donde este se desenvuelve pero que ambos influyen en el proceso de aprendizaje de los estudiantes. De allí que, un estudiante con óptimas condiciones cognitivas, de salud, bienestar, afecto y satisfecho en sus necesidades básicas es un individuo presto a aprender. Por otro lado, el ambiente que en otras palabras es el que le brinda la familia, la escuela y el estado, en donde se encuentra sumergido dicho sujeto, deben garantizarle las condiciones básicas para su aprendizaje.

Existen diversas herramientas con las cuales se miden esos niveles de aprendizaje de los estudiantes del todo el mundo, en los cuales Colombia participa. Una de ellas es el Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la OCDE, más

⁴ LEY 115 DE 8 DE FEBRERO DE 1994, Fines de la educación. Colombia. Artículo 5. P. 1

conocida como las pruebas PISA, por sus siglas en inglés. Esta herramienta tiene por objeto evaluar hasta qué punto los alumnos que están cercanos al final de la educación obligatoria han adquirido algunos de los conocimientos y habilidades necesarias para la participación plena en la sociedad del saber. Las pruebas PISA son aplicadas cada tres años, en ella participan todos los países miembros de la OCDE, así como varios países asociados. Los estudiantes participantes en estas pruebas son seleccionados a partir de una muestra aleatoria de escuelas públicas y privadas de los países participantes. Estos son elegidos de acuerdo a su edad (entre 15 años y 16 años) y no por el grado escolar en el que se encuentran. Más de un millón de alumnos han sido evaluados hasta ahora. Además de las pruebas en papel y lápiz que miden matemáticas, ciencias y la competencia en lectura. Es en esta última área, en donde se presentan las mayores dificultades, puesto que los bajos resultados obtenidos en este tipo de pruebas externas e internacionales, sumados a los datos recolectados producto de las pruebas internas, muestran que los estudiantes de las instituciones educativas nos están mostrando los aprendizajes que poseen frente a las competencias evaluadas y que han podido desarrollar en su paso por el sistema educativo colombiano.

Como condición para el mejoramiento de la calidad de la educación el gobierno nacional ha establecido como meta en el “PND 2014-2018 a Colombia como la más educada 2025”;⁵ y como necesidad de establecer si las instituciones educativas están contribuyendo al mejoramiento de los resultados negativos obtenidos a nivel internacional, nacional y local, ha creado el *ISCE o Índice Sintético de Calidad Educativa*, como un reporte que le brinda el MEN a los colegios para saber cómo está en cada uno de sus niveles: Básica Primaria, Básica Secundaria y Media; y así poder establecer en dónde se encuentran con respecto a otras instituciones de carácter oficial, a su entidad territorial, al departamento y la nación; y con base en

⁵ PND 2014 -2018. Departamento Nacional de Planeación, Bases del Plan Nacional de Desarrollo (Bogotá: 2014), 67.

ellos diseñar planes de mejoramiento y estrategias de intervención pedagógica y didáctica para el mejoramiento de la calidad educativa. De tal manera que lo anterior, nos remite a analizar lo reportes del ISCE del establecimiento educativo seleccionado para esta investigación y poder establecer desde ahí las dificultades que presentan los estudiantes de quinto grado en cuanto al área del lenguaje según las pruebas saber 2015.

TABLA 1. COMPARATIVO ISCE ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO 2014⁶ – 2015.⁷

Reporte de la excelencia		
Índice sintético de calidad educativa		
Año	Componentes	
	Progreso	Desempeño
2014	0,73	2,05
2015	0,38	2,02

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 1, encontramos que, comparando los resultados obtenidos en los componentes de *PROGRESO* y *DESEMPEÑO*, el establecimiento educativo en el 2015 mostró una desmejora en ambos aspectos que son tenidos en cuenta para la evaluación del ISCE anual.

El *PROGRESO*, es el componente que busca medir qué tanto ha mejorado el colegio en relación con los resultados que obtuvo el año anterior. Para este componente se considera el cambio porcentual de estudiantes ubicados en el nivel de desempeño insuficiente de las pruebas Saber 3^o y 5^o en Matemáticas y Lenguaje. Dichas pruebas, permiten generar un conjunto de resultados que posibilitan conocer el estado actual de las capacidades de los estudiantes y hacer seguimiento a su desarrollo, mediante el análisis de los resultados obtenidos. Dicho reporte se convierte en un insumo importante para la formulación de planes de mejoramiento

⁶ Fuente: Reporte de la excelencia 2015 Día E - Establecimiento Educativo San Marcos El Llanito

⁷ Fuente: Reporte de la excelencia 2016 Siempre Día E - Establecimiento Educativo San Marcos El Llanito

y actividades pedagógicas que tengan en cuenta las debilidades y fortalezas de los estudiantes y permitan mejorar su desempeño académico.

Por ello, las pruebas Saber emiten cinco tipos de resultados de diversa índole como son:

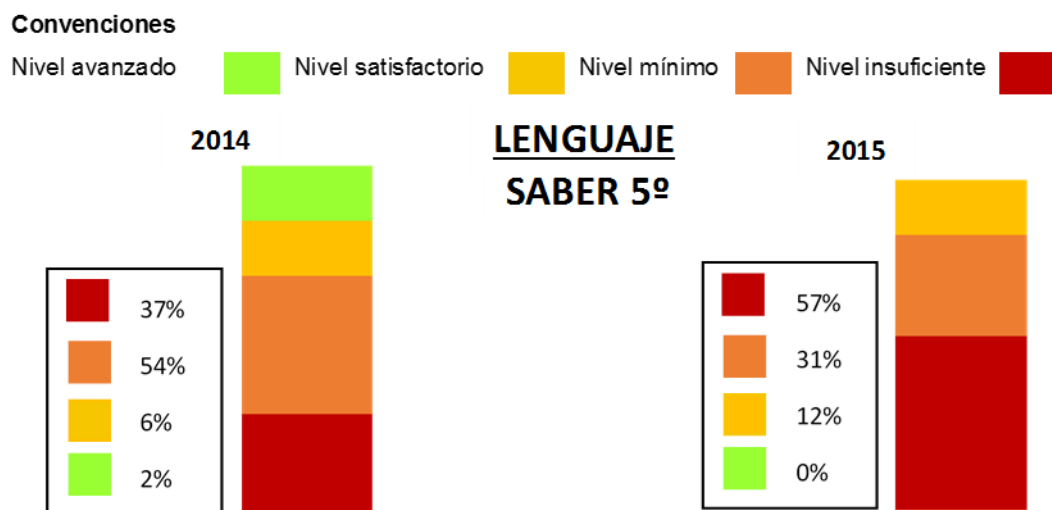
1. Niveles de desempeño
2. Puntaje promedio
3. Margen de estimación
4. Desviación estándar
5. Fortalezas y debilidades en las competencias y componentes

Para esta investigación tomaremos en cuenta los reportes arrojados en el informe de niveles de desempeño y Fortalezas y debilidades en las competencias y componentes como elementos claves fundamentales para la sustentación de la problemática.

Gráfica 1. Porcentaje de estudiantes en nivel insuficiente.

La escala de valores es de 0 a 100%.

Los valores específicos para el colegio se pueden encontrar en el recuadro a la derecha de cada barra.



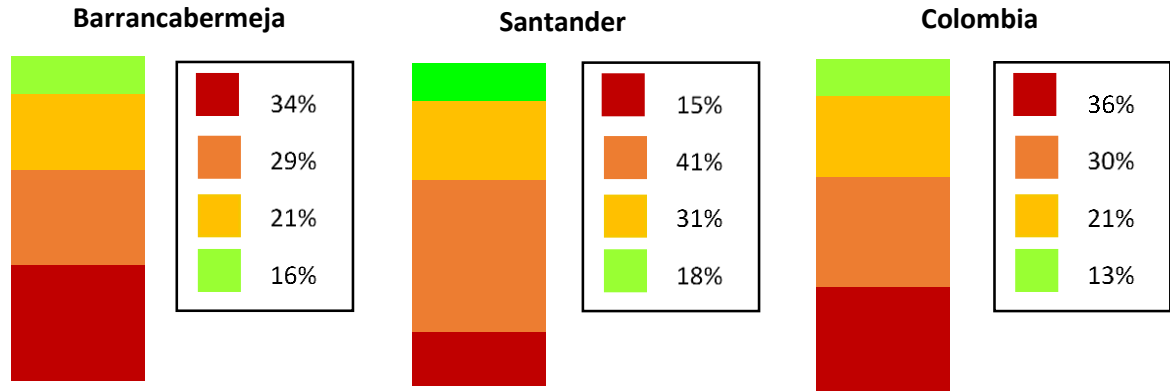
Fuente: Informe por colegio pruebas Saber 3º y 5º: 2014 – 29 de septiembre de 2015. 2015 – 4 de marzo de 2016.

Es de vital importancia para analizar estos resultados conocer el número de estudiantes evaluados por las pruebas Saber, con el fin mostrar la relevancia de los resultados de la prueba para la presente investigación. La población de estudiantes evaluados de quinto grado por las pruebas Saber en 2014 en la institución educativa fueron 43, de los cuales 28 le fue asignada la prueba del área del lenguaje. Para el año 2015, la muestra aumentó a 48 estudiantes de los cuales 32 fueron evaluados en lenguaje.

Podemos observar en la gráfica comparativa, que el establecimiento educativo con relación al año anterior aumentó en un 20% el número de estudiantes ubicados en el nivel de desempeño insuficiente. Esto quiere decir, que los estudiantes ubicados aquí no superan las preguntas de menor complejidad de la prueba. Por tanto, se les dificulta en cuanto a la lectura de textos cotidianos, cortos y sencillos identificar datos explícitos y puntuales del mismo, las referencias, la función del párrafo, el tema o idea central del texto que lee. Así mismo, la construcción de conclusiones y hacer inferencias sencillas sobre partes del contenido. En la escritura, es decir, comprensión de la producción escrita en situaciones familiares y cotidianas de comunicación, el estudiante de quinto grado de este establecimiento educativo presenta dificultad para identificar el propósito que debe cumplir un escrito, el tipo de texto que es, el orden de las ideas en un párrafo, el destinatario de un escrito y el uso básico de signos de puntuación o sentido de lo que escribe.

En cuanto al componente de *DESEMPEÑO* evaluado en el ISCE e insumo de la propuesta, se tienen en cuenta los resultados de Saber 3º y 5º en comparación con el país. Sin embargo, con el objetivo de ampliar la información se toma como referencia el comparativo de los resultados del establecimiento educativo, la entidad territorial, el departamento y el país.

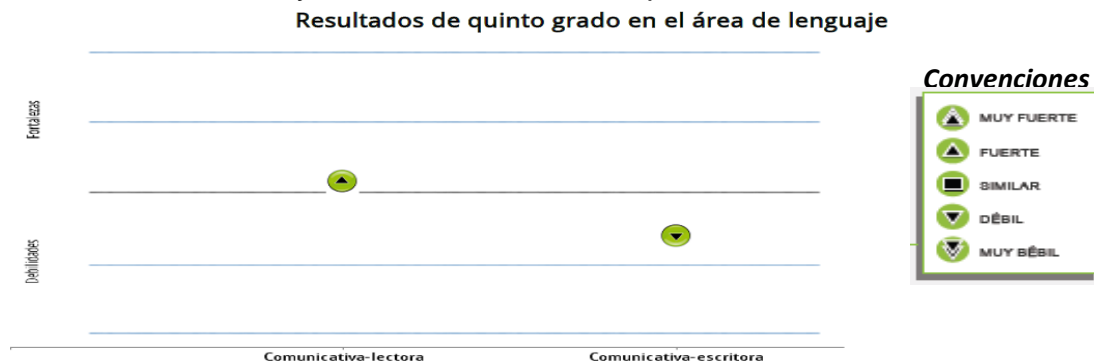
Gráfica 2. Comparación entre la distribución porcentual de estudiantes según niveles de desempeño en el establecimiento educativo. 8



Fuente: Informe por colegio pruebas Saber 3º y 5º: 2015 – 4 de marzo de 2016.

Teniendo en cuenta que el colegio tiene un 57% de sus estudiantes de quinto grado en el nivel insuficiente, inferimos al compararlo con los resultados de la ciudad, el departamento y la nación, que la institución los supera. Otro aspecto importante que se analizó de los resultados del establecimiento educativo es el reporte del desempeño de los estudiantes en cuanto a las competencias y componentes evaluados por la prueba.

Gráfica 3. Fortalezas y debilidades en las competencias



Fuente: Informe por colegio pruebas Saber 3º y 5º: 2015 – 4 de marzo de 2016.

⁸ Tomado de: Reporte Institucional Resultados Pruebas Saber 3º, 5º y 9º de un establecimiento educativo del municipio de Barrancabermeja.

Dicho informe, según el ICFES, para el establecimiento educativo seleccionado en el grado quinto fue el siguiente entre los años 2014 y 2015:

Tabla 2. Comparativo competencia evaluada en la prueba Saber área lenguaje 2014 – 2015.

Competencia comunicativa		
Año	Lectora	Escritora
2014	Fuerte	Débil
2015	Fuerte	Débil

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4. Fortalezas y debilidades en los componentes de la competencia.

Componentes evaluados. lenguaje - quinto grado



Fuente: Informe por colegio pruebas Saber 3º y 5º: 2015 – 4 de marzo de 2016.

Tabla 3. Comparativo componentes de la competencia evaluada en la prueba Saber Lenguaje 5º 2014 – 2015.

Componentes de la competencia comunicativa			
Año	Semántico	Sintáctico	Pragmático
2014	Débil	Débil	Fuerte
2015	Fuerte	Débil	Débil

Fuente: Elaboración propia

Según el reporte, las dificultades que presentaron los estudiantes en el área del lenguaje están ubicadas en la *competencia comunicativa escritora* y en los componentes *sintáctico* y *pragmático*. Sin embargo, la investigadora profundizó aún más en el reporte de las Pruebas Saber para el grado 5^o encontrando que los estudiantes no solo presentan dificultades en la competencia escritora sino también en la competencia lectora. De ahí que los aprendizajes por mejorar se muestran en las siguientes tablas:

Tabla 4. Matriz de aprendizajes por mejorar en la competencia lectora 2015.

APRENDIZAJES POR MEJORAR (Matriz de referencia Prueba Saber)			
<i>COMPETENCIA</i>	<i>COMPONENTE</i>	<i>APRENDIZAJE</i>	<i>EVIDENCIA</i>
LECTORA	<i>PRAGMÁTICO</i>	Reconoce los elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.
	<i>SEMÁNTICO</i>	Recupera información explícita en el contenido del texto.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica el sentido que tienen algunos códigos no verbales en situaciones de comunicación cotidianas. Reconoce la presencia de argumentos en un texto. Reconoce secuencias de acciones, hechos o eventos en los textos que lee. Ubica en un texto escrito información puntual sobre ¿qué?, ¿quiénes?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿cómo? Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos.
		Recupera información implícita en el contenido del texto.	<ul style="list-style-type: none"> Elabora hipótesis de lectura global sobre los textos que lee. Relaciona e integra información del texto y los paratextos, para predecir información sobre posibles contenidos.
	<i>SINTÁCTICO</i>	<ul style="list-style-type: none"> Recupera información implícita de la organización, tejido y componentes de los textos. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica la función de los corchetes, comillas, guiones, raya, signos de admiración, etc. En la configuración del sentido de un texto. Ubica el texto dentro de una tipología o género específico.

Fuente: Elaborado por la investigadora basada en la matriz de referencia de la prueba Saber 5^o.

La tabla anterior, presenta las evidencias de aprendizaje en las cuales los estudiantes mostraron mayores dificultades desde la competencia comunicativa lectora, encontrando que los componentes evaluados están directamente relacionados con los procesos de comprensión de lectura en sus niveles *literal*, *inferencial* y *crítico-intertextual*, desde los tres *componentes semántico, sintáctico y pragmático*.

Tabla 5. Matriz de aprendizajes por mejorar en la competencia escritora 2015.

APRENDIZAJES POR MEJORAR (Matriz de referencia Prueba Saber)			
<i>COMPETENCIA</i>	<i>COMPONENTE</i>	<i>APRENDIZAJE</i>	<i>EVIDENCIA</i>
ESCRITORA	PRAGMÁTICO	Da cuenta de las estrategias discursivas pertinentes y adecuadas al propósito de producción de un texto, en una situación de comunicación particular.	Identifica la correspondencia entre el léxico empleado y el auditorio al que se dirige un texto.
		Da cuenta de los mecanismos de uso y control de las estrategias discursivas, para adecuar el texto a la situación de comunicación.	Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo.
		Prevé el propósito o las intenciones que debe cumplir un texto, atendiendo a las necesidades de la producción textual en un contexto comunicativo particular.	Identifica el propósito que debe tener el texto para cumplir con las condiciones del contexto o las exigencias de comunicación.
	SEMÁNTICO	Comprende los mecanismos de uso y control que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular. Prevé temas, contenidos, ideas o enunciados, para producir textos que respondan a diversas necesidades comunicativas.	Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito. Elije un contenido o tema acorde con un propósito.
		SINTÁCTICO	Da cuenta de los mecanismos de uso y control de la lengua y de la gramática textual que permiten regular la coherencia y cohesión del texto, en una situación de comunicación particular.
	Prevé el plan textual, organización de ideas, tipo textual y estrategias discursivas atendiendo a las necesidades de la producción, en un contexto comunicativo particular.		Elabora un plan textual para producir un texto. Identifica el armazón o estructura del texto. Identifica e tipo de texto que debe escribir.

Fuente: Elaborado por la investigadora basada en la matriz de referencia de la prueba Saber 5°.

Así mismo sucede con los resultados analizados de la prueba que evaluó la competencia escritora, en donde los estudiantes fallaron al responder enunciados que buscaban evaluar la producción de textos escritos respondiendo a diversas necesidades comunicativas y que siguen tres momentos fundamentales en la escritura de un texto: *Planeación, escritura y revisión*. La tabla muestra que estas tres actividades también se encuentran inmersas dentro de los componentes del lenguaje: *semántico, sintáctico y pragmático*.

Este panorama descrito invita a pensar *¿Cómo orientar nuevas prácticas de enseñanza y aprendizaje del lenguaje desde un enfoque hacia la lectura crítica en donde se desarrolle la competencia comunicativa lectora?* Es así, que este proyecto se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿De qué manera una estrategia pedagógica basada en el texto publicitario contribuye al desarrollo de la lectura crítica en los estudiantes de quinto grado de una institución educativa oficial del municipio de Barrancabermeja?

Este interrogante genera nuevas preguntas que orientan esta propuesta de investigación:

¿En qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto grado?

¿Qué estrategias utilizan los docentes para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual?

¿Qué características debe tener un material publicitario para mejorar los procesos de comprensión e interpretación textual en los estudiantes de quinto?

¿Qué elementos debe tener una estrategia didáctica que incorpore la publicidad para mejorar la competencia lectora en los estudiantes de quinto?

1.2 JUSTIFICACIÓN

El lenguaje nos permite comunicarnos, apropiarnos del mundo y aprender cada vez más. Manejar el lenguaje significa expresar nuestros pensamientos y sentimientos, comunicarnos en todas las situaciones de la vida, relacionarnos con todo el mundo y desarrollar nuestro pensamiento.⁹

De acuerdo con la Ley 115 de 1994 y los lineamientos curriculares, se pretende que nos comuniquemos significativamente con palabras y lenguajes no verbales. Escuchar, hablar, leer y escribir cobran sentido cuando sirven para comprender la realidad. Teniendo en cuenta que todos hablamos y pensamos distinto, según nuestro estilo, región y cultura. Es así, que el sistema educativo debe garantizar a los educandos ampliar sus competencias y habilidades comunicativas mediante distintas situaciones en las que el lenguaje ayude primeramente a desarrollarse como persona reflexiva y crítica; y seguido a enriquecerse con los saberes construidos en su entorno y sociedad.

Uno de los componentes evaluados por las pruebas externas diseñadas por el ICFES a nivel nacional y que miden desde el MEN la calidad de las instituciones educativas en la actualidad, está constituido por la comprensión e interpretación de textos en un nivel crítico. De ahí que, el tema de la *lectura crítica* se ha convertido en un aspecto decisivo en los procesos de formación en todos los niveles de educación del país: preescolar, primaria, secundaria, media y superior. Por ende, la lectura crítica se asume como el nivel más alto de comprensión de lectura que posee un individuo, que el nivel básico, es el literal y el intermedio el inferencial. Es este panorama nacional en cuanto a la evaluación de los aprendizajes, lo que hace necesario que los docentes inicien una reflexión sobre cómo desarrollar la lectura crítica en el contexto educativo particular en el área de lengua castellana.

⁹ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Estándares básicos de competencias en lenguaje, matemáticas, ciencias y ciudadanas. Bogotá: 2006. 184 p.

Con lo anterior, un compromiso fundamental de la escuela actual consiste en analizar las prácticas de enseñanza y aprendizaje que se realizan al interior de las aulas de clase y que tiene que ver con la formación de lectores críticos, dicho concepto no puede solo puede asociarse a la libre opinión sobre un texto leído; sino al ejercicio intelectual y uso de destrezas superiores de comprensión e interpretación textual, que dependen de las inferencias y asociaciones que hacen los lectores con relación a los conocimientos previos que posee y los que le promueve el texto. De esta manera, la diversidad textual –cuentos, afiches, recetas, poesía, publicidad- cobran sentido a la hora de enriquecer el quehacer pedagógico del maestro y permitir a través de su intertextualidad, garantizar la formación del lector crítico, es decir, la formación de un ciudadano con criterio.

En consecuencia, Barragán¹⁰ afirma que:

Tal parece que ante el empuje y la fuerza alcanzados por los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías de la información, no ha quedado más remedio para que – al fin – nuestros planificadores educativos hayan incluido la enseñanza de los lenguajes no verbales (imágenes, códigos audiovisuales y publicidad, entre otros) en los documentos que trazan las políticas educativas del estado colombiano en relación con la enseñanza de lengua materna y la literatura (materializadas, fundamentalmente en la ley 115 de 1994, los lineamientos curriculares y los Estándares Básicos de Competencia de Calidad en Lenguajes)¹¹

Por ello, es fundamental formar lectores y escritores de diversos tipos de textos que permitan soñar, sentir, imaginar, conocer y con ellos despertar el gusto por la lectura. De tal manera, que a medida que los estudiantes disfruten de ella, irán

¹⁰ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos Curriculares Lengua castellana. Bogotá, 1998. 102 P.

¹¹ BARRAGÁN, Rafael. Presencia de los lenguajes no verbales en el área de lengua castellana. En La didáctica de la lengua materna. Universidad del valle. 2005. p. 253.

aprendiendo a diferenciarlos, a relacionarlos con la vida; a comentarlos, analizarlos y criticarlos hasta llegar a escribir sus propios textos. Por consiguiente, tal como afirma Carlos Lomas¹²: hoy las industrias de la comunicación y los usos de la persuasión publicitaria invitan a la infancia y a la adolescencia a consumir cierto tipo de situaciones, a contemplar ciertos estilos de vida en detrimento de otros y a conservar ciertas formas de entender la sociedad. En otras palabras, son los medios de comunicación y la publicidad quienes en últimas, están modelando las mentes de las personas con sus discursos persuasivos y de dominación. De tal manera que, es conveniente crear en las aulas de clases escenarios pedagógicos que permitan desarrollar en los estudiantes modos de leer críticamente estos tipos de textos, desmenuzando de ellos sus formas de persuasión, a través de las cuales venden el mundo a las masas de una manera determinada.

La presente investigación tiene entonces como propósitos fundamentales, iniciar procesos de lectura crítica en los estudiantes de quinto grado de Básica Primaria en una institución educativa rural del municipio de Barrancabermeja; por medio de la implementación de una secuencia didáctica basada en el texto publicitario como medio de exploración, comprensión e interpretación textual de diferentes manifestaciones del lenguaje verbal y no verbal empleados en la publicidad. Reconocer adicionalmente, el potencial pedagógico que poseen los medios de comunicación y en especial los textos publicitarios para la enseñanza del lenguaje y el desarrollo de lectura crítica del entorno cultural. Así mismo, brindar elementos didácticos para la implementación de la estrategia en otros contextos educativos donde exista un interés y necesidad por mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje de la lectura.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

¹² LOMAS, Carlos. El espectáculo del deseo. Crítica de la publicidad y la educación crítica. Bogotá: Magisterio, 2008. p. 14.

- Establecer de qué manera una secuencia didáctica basada en el texto publicitario desarrolla lectura crítica en los estudiantes de quinto grado de una institución educativa oficial del municipio de Barrancabermeja.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar en qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto grado.
- Determinar qué estrategias utilizan los docentes para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual.
- Especificar las características que contiene el texto publicitario para favorecer los procesos de comprensión e interpretación textual en los estudiantes de quinto grado.
- Definir los elementos que debe tener una secuencia didáctica que incorpora el texto publicitario para mejorar la competencia lectora en los estudiantes de quinto grado.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Como producto de la indagación de los antecedentes de la presente investigación, se puede concluir que son variados los proyectos de investigación, libros y artículos que se han realizado sobre la lectura crítica y como desarrollarla por medio del uso de otros sistemas simbólicos como es la publicidad. Es así que, a continuación se presentan algunas de las investigaciones realizadas al respecto a nivel internacional, nacional y local, que se convierten en antecedentes importantes para esta investigación.

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Como primer antecedente de este proyecto mencionamos la investigación titulada **“LA LECTURA CRÍTICA EN LOS LIBROS DE TEXTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA: CONCEPCIÓN Y TRATAMIENTO METODOLÓGICO”**¹³; este fue un trabajo realizado por Adolfo Zárate Pérez para optar a su título de Máster en lingüística y aplicaciones tecnológicas de la universidad Pompeu Fabra en el año 2010; cuyo director de proyecto fue el Dr. Daniel Cassany. El autor es de nacionalidad peruana, quién realizó esta investigación con el objetivo de analizar y comparar la concepción de la lectura crítica y su tratamiento metodológico en los libros de texto del MED y de las editoriales privadas de educación secundaria en el Perú. La metodología utilizada es descriptiva y explorativa, sustentada en el análisis cuantitativo y cualitativo. La investigación se desarrolló desde la perspectiva de los nuevos estudios de la *literacidad* y *literacidad crítica*; y con su desarrollo se concluyen tres aspectos importantes:

¹³ ZÁRATE, Adolfo. La lectura crítica en los libros de texto de educación secundaria: concepción y tratamiento metodológico. Perú. 2010. 105.

- Que no existen diferencias significativas entre los dos tipos de manuales; pues en ellos predomina la concepción psicolingüística de la lectura y es sobre esta que se realizan las actividades de lectura.
- La lectura crítica no es priorizada en las actividades de comprensión y la literacidad es aún incipiente.
- Queda demostrado cómo se ejerce el poder a través de los libros de texto, puesto que en ellos se transmiten visiones del mundo, prejuicios, ideologías, estereotipos etc.

En segundo lugar, se presenta la Tesis doctoral: “**ARTÍSTICA Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL: ESPACIOS COMUNES**”¹⁴; realizada por Rafael Marfil Cardona. La investigación finalizó en noviembre de 2015 y se desarrolló a través de las estrategias metodológicas de corte cualitativo del análisis de contenido y de la narración (Auto) biográfica docente de 10 estudios de caso. Esta referencia ofrece una perspectiva en torno a la impartición de contenidos relacionados con el análisis de la imagen y el análisis de textos audiovisuales en los grados universitarios de comunicación en la Escuela Superior de Comunicación y Marketing de Granada (España). El propósito de la investigación está relacionado con el fomento de la capacidad crítica en la sociedad audiovisual y digital. Las conclusiones principales son:

- ✓ La importancia de la creatividad integrada en el propio proceso de análisis de la imagen, con la conveniencia de analizar mediante la propia creación visual y audiovisual.
- ✓ Es recomendable un sistema de enseñanza inductivo-deductivo que fomente el aprendizaje por descubrimiento y una enseñanza activa, significativa y dialógica.

¹⁴ MARFÍL CARDONA, Rafael. Educación Artística y comunicación audiovisual: Espacios comunes. Tesis doctoral. España. 2015. p. 750.

Como tercer antecedente, se encuentra la tesis doctoral del año 2014 titulada **“HIPERTEXTO Y CRITICIDAD. DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS DIGITAL Y MEDIAL A TRAVÉS DEL CINE”**, de la española María de los Ángeles Galindo Ruíz de Chávez. Este trabajo tuvo un enfoque mixto de investigación, tanto cuantitativo como cualitativo. Para el primero se utilizó un cuestionario y para el segundo el análisis de contenido de las respuestas de una entrevista semiestructurada. Los resultados obtenidos producto de la investigación y que se encuentran relacionados con la dimensión comunicativa permiten visualizar que los medios que los estudiantes consideran sumamente importantes para interactuar con ellos son las redes sociales y que visitan de a cuatro o más veces por semana son YouTube, Facebook y Google Maps. En cuanto a los hallazgos encontrados desde una dimensión social y cultural se encuentran:

- El reconocimiento del internet como favorecedor del acceso a la información y cómo este contribuye a la educación como apoyo didáctico. Sin embargo, según los estudiantes reconocen lo adictivo que puede ser este al convertirlo en vicio o distractor.
- El análisis social, reflexivo y analítico que los estudiantes realizaron en torno a la relación de los medios con la cultura y la sociedad, es de resaltar cómo ellos consideran que la publicidad tiene un papel preponderante.

Como cuarta y última referencia internacional, tenemos la investigación realizada en el año 2013 titulada **“PROPUESTA DIDÁCTICA PARA EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS SEMIOLÓGICA Y TELEVISIVA EN EDUCACIÓN SECUNDARIA. Análisis de programas televisivos y mediante el uso de redes sociales¹⁵**, de los autores Juan José Sánchez Campos, Ana Martín Romera y Ana

¹⁵ SANCHEZ C. Juan J.; MARTÍN R. Ana. Y JURADO T. Ana A. Propuesta didáctica para el desarrollo de las competencias semiológica y televisiva en educación secundaria. En: TEXTOS. Revista internacional de Aprendizaje y Cibersociedad. 2013. V. 17, N°2, p.15. ISSN 1577-3760

Almudena Jurado Torres de nacionalidad española. En este trabajo se presenta una propuesta didáctica dirigida al desarrollo de las competencias semiológica y televisiva como una forma de capacitar al alumnado para un uso crítico y responsable de los medios de comunicación. A través de este trabajo los autores analizaron diversos programas presentes en la parrilla de la televisión española tomando como soporte tecnológico las redes sociales. La metodología utilizada estuvo basada en el enfoque globalizador e interdisciplinar que pretende favorecer en el alumnado la construcción de aprendizajes significativos, toma como base los elementos propios de la lengua castellana y la literatura y trascendiendo a otros referentes curriculares, como es la informática y tecnología.

2.1.2 Antecedentes Nacionales: Como primer antecedente de tipo nacional, se presenta la investigación titulada **“ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS PARA FOMENTAR LA LECTURA CRÍTICA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA TRANSVERSALIDAD”**¹⁶, cuyas autoras son Diana Raquel Benavides Cáceres (Colombiana), Doctora en Educación de la Universidad Santo Tomás y Gloria María Sierra Villamil (Colombiana), también Doctora en Educación del Instituto Central de Ciencias Pedagógicas. Desarrollada en el año 2013 en la Universidad EAN, Colombia.

El proyecto se inscribe en el contexto de la investigación educativa, de tipo cualitativo, cuyo enfoque epistemológico es crítico social. El objetivo de la misma radica en implementar una propuesta pedagógica para promover la lectura crítica de los estudiantes de la Universidad EAN (Escuela de Administración de Negocios) como aporte al modelo pedagógico en el desarrollo de competencias transversales. Dentro de los resultados obtenidos producto de la investigación cabe resaltar que para fortalecer la alfabetización académica y la lectura crítica en los estudiantes es

¹⁶ BENAVIDES C. Diana R. ; SIERRA V. Gloria M. Estrategias didácticas para fomentar la lectura crítica desde la perspectiva de la transversalidad. En: REICE. Revista Iberoamericana sobre calidad, eficiencia y cambio en educación. Mayo 2013. V.11. 3. P. 31. ISSN: 1696-4713

necesaria mayor inter y transdisciplinariedad, unidad y criterios de exigencia de la universidad frente al acompañamiento de los procesos de lectura y escritura, para que tenga la misma relevancia en todas las facultades.

En cuanto a los procesos de lectura y escritura deben ser transversales en todas las disciplinas y no se debe considerar que es responsabilidad de un área específica. Se evidenció también que los criterios frente a la evaluación de la lectura y la escritura no son claros ni explícitos, además falta acompañamiento individual a los procesos. Para finalizar, concluyen que las acciones educativas deben estar articuladas e impactar el currículo, desde los campos de formación docente, acompañamiento estudiantil e investigación, donde se promuevan redes internas en torno a la alfabetización académica y al desarrollo de la lectura crítica, con espacios de socialización de experiencias y capacitación en las distintas facultades y programas de forma presencial y en entornos virtuales de aprendizaje, favorecedores de las habilidades en comprensión y producción de textos de las disciplinas.

En segundo lugar, de antecedentes nacionales, se presenta el proyecto **“ESCRIBAMOS EL ARTE”**, desarrollado por Carlos Alfonso Serrano Acosta (colombiano) investigador, dibujante e ilustrador; y la candidata a Magister en tecnología Educativa y Medios Innovadores para la Educación del Instituto Tecnológico de Monterrey Nidia Gineth Acevedo Contreras en el año 2009. Ambos docentes del Colegio Atenas IED. Su metodología es la Investigación acción aplicada a estudiantes de 8º grado del Colegio al cual pertenecen. El proyecto toma como referentes teóricos cuatro categorías en las que concurren analogías entre los códigos del arte y los códigos del lenguaje escrito u oral, en una secuencia metodológica estratégicamente organizada que parte de estimular la comprensión de un texto o discurso, continúa con el estudio de la imagen como una forma de lectura y escritura para luego, una vez asimilados los criterios y generadas las

destrezas, iniciar la producción textual antes de transformarla en producción audiovisual. De esta manera se cierre un ciclo, en el que la continúa transformación de códigos y lenguajes que van de lo oral a lo escrito y de lo escrito a lo icónico, conducen a resultados apreciables en una renovada disposición hacia la lectura y adquisición de criterios para la apreciación y producción artística y literaria dentro de contextos generacionales coherentes.

En aras de continuar sustentando la necesidad de iniciar a los estudiantes en el enfoque de lectura crítica, se presenta el tercer antecedente nacional titulado: ***UNA PRÁCTICA DE LECTURA CRÍTICA CON LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN***; realizado entre los años 2009 a 2010, financiado por la Universidad de Medellín, cuya autora es Lina María Maya Rico. Con esta propuesta investigativa de tipo descriptivo, cualitativo y cuantitativo, la investigadora buscaba determinar la comprensión de lectura crítica a partir del reconocimiento de las características del texto escrito; igualmente buscó reforzar el impacto o incidencia que tiene los enfoques teóricos y metodológicos de la lingüística textual y el análisis crítico del discurso en los procesos de cultura escrita, especialmente en lectura crítica. Se propuso un modelo de lectura crítica basado en la propuesta de Daniel Cassany, *Veintidós técnicas para leer un texto críticamente*. El modelo fue aplicado en estudiantes de primer y segundo semestre. La investigadora logró demostrar que los cursos basados en estos enfoques obtienen mejores resultados en análisis e interpretación textual contribuyendo así a la formación de lectores críticos e independientes.

Por último, dentro de los antecedentes nacionales se presenta como referencia un artículo publicado por la Universidad de Manizales en el 2013, titulado “***ANÁLISIS SOCIOLINGÜÍSTICO DE LITERACIDAD EN JÓVENES DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO***”; cuyo autor es el doctor en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud David Alberto Londoño Vásquez. El objetivo del estudio consistió

en determinar las variables como estrato social, edad, sexo y nivel educativo de los padres, como factores que influyen sobre los niveles de literacidad de los estudiantes y así describir tales niveles y su correlación con los factores sociolingüísticos previamente señalados. Para ello, el investigador decidió trabajar desde un marco cualitativo-descriptivo, puesto que buscaba mejorar los niveles de literacidad de los estudiantes de los programas de Psicología y derecho. Como resultados de la investigación obtuvo que:

- Los niveles de literacidad de los jóvenes que ingresan a la institución universitaria de Envigado son bajos.
- Los cursos que son orientados desde la lingüística textual, el análisis crítico del discurso y la argumentación pragmatológica permiten mejorar los niveles de literacidad de los estudiantes que participan activamente de ellos.
- Los jóvenes que conforman la unidad de análisis, en su mayoría, son estudiantes que laboran, realidad social de nuestro país que afecta la atención, la interacción y el desarrollo académico. Por consiguiente, son jóvenes con bajos niveles de literacidad, con poco tiempo para leer y para escribir debido a las responsabilidades laborales, pero que, además de todos estos problemas, se añade la falta de compromiso.

2.1.3 Antecedentes Locales: Como antecedente local se presenta en primer lugar la investigación **“PRÁCTICAS DE COMPRENSIÓN E INTERPRETACIÓN DE OTROS SISTEMAS SIMBÓLICOS EN CLASE DE LENGUA CASTELLANA EN LA BÁSICA SECUNDARIA Y MEDIA”**, desarrollada por María del Pilar Vargas Daza, para optar al título de Magister en Pedagogía de la Universidad Industrial de Santander UIS en el año 2015. Investigación de corte cualitativo, tipo etnográfica, que fue desarrollada con estudiantes de los grados sextos a undécimo de una institución pública de Bucaramanga.

Su objetivo radicó en reconstruir las actividades que se desarrollan cotidianamente para comprender e interpretar otros sistemas simbólicos y determinar cuáles son los conceptos que manejan los maestros de esa institución al respecto y de qué manera estos imaginarios influyen en el tipo de textos y las actividades de lecturas que se desarrollaban en las clases de lengua castellana. Como conclusión de la investigación se logró determinar que los docentes no tienen las herramientas conceptuales suficientes para brindar a los alumnos la información necesaria para hacer una lectura apropiada de otros sistemas simbólicos.

Seguidamente se encuentra el antecedente más reciente que posee esta propuesta, titulado “**LECTURA DE HISTORIETAS: APUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA ARGUMENTACIÓN CON ESTUDIANTES DEL SECTOR RURAL**”, de autoría Yannit Irene Armenta Castellanos, para optar al título de Maestría en Pedagogía. Año de la investigación 2016. Con un enfoque cualitativo y diseño metodológico desde la investigación acción, esta investigación tiene como objetivo determinar de qué manera la lectura de historietas contribuye en el desarrollo de la argumentación en jóvenes de una institución rural.

- ✓ Una de las dificultades que tienen los estudiantes para argumentar son la reducida enciclopedia con la que cuenta.
- ✓ Algunos maestros podrían clarificar mejor la diferencia entre actividades y estrategias.
- ✓ Los maestros podrían aprovechar más los espacios extracurriculares para fomentar el desarrollo de la competencia argumentativa.

La superestructura textual de las historietas desde cada uno de los elementos que la componen hace parte fundamental para la comprensión de la situación que en ella se describe y por ende realizar la transposición a las propias realidades y de esta manera debatir las mismas.

El siguiente antecedente tiene por título: **“PROPUESTA PEDAGÓGICA PARA HACER DE LA CLASE DE LENGUA CASTELLANA UN ESPACIO GENERADOR DE PENSAMIENTO CRÍTICO”**, cuyo autor es Luis Alfredo Mantilla Forero en el año 2009, con un diseño de investigación cualitativa y enfoque de investigación acción. El objetivo principal de esta investigación radicó en afianzar en los estudiantes la interpretación y producción textual para llegar a desarrollar habilidades de pensamiento crítico. Dentro de los hallazgos encontrados producto de la investigación surge la necesidad de fomentar el pensamiento crítico en los educandos para que de manera responsable logren emitir juicios justos, tener en cuenta diferentes puntos de vista y llegar a generar reflexión sobre su entorno cultural.

El siguiente antecedente local del año 2006, tiene como título **“FORMACIÓN EN LECTURA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA ESCOLAR: UNA MIRADA AL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL”**, propuesta de la comunicadora social y periodista Sandra Milena Delgado Alonso, para optar al grado de especialista en teorías, métodos y técnicas de investigación social. Esta propuesta presenta como objetivo explorar el panorama de formación en lectura crítica de medios al interior de la cultura escolar, a partir de un análisis en los avances y experiencias pedagógicas del contexto nacional e internacional, para la formulación de lineamientos metodológicos y pedagógicos que contribuyan al diagnóstico y alfabetización mediática en el aula. La investigación presenta varias etapas en su diseño metodológico que combinan lo cualitativo y lo cuantitativo, a partir del análisis biográfico y estudios estadísticos. Dentro de las conclusiones la autora resalta:

- El proceso cognitivo y metodológico para la lectura crítica de medios tiene gran similitud al proceso de lectura verbal escrita, por lo tanto, sus niveles de comprensión (literal, inferencial y crítico) son los mismos.

- Existe en el entorno nacional e internacional experiencias pedagógicas valiosas para la alfabetización mediática que pueden servir de orientación a los docentes locales para formar en lectura crítica de medios.
- Las prácticas pedagógicas para la alfabetización mediática deben ser creativas y tener un enfoque constructivista.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Dado que la presente investigación tiene como objetivo primordial determinar de qué manera una secuencia didáctica basada en el texto publicitario desarrolla lectura crítica en los estudiantes de quinto grado de Básica Primaria; por ello se conceptualizan algunos elementos que son de vital importancia para determinar la pertinencia de este sistema simbólico en la formación de lectores críticos en el área del lenguaje.

En este apartado se analizan diversos conceptos que sustentan la importancia de desarrollar en la escuela desde la Básica Primaria, un lector crítico no únicamente de textos narrativos y literarios, sino también de diversidad de textos que circulan en la cultura como es la publicidad. Por ello, se hace necesario referenciar algunos teóricos relacionados con el aprendizaje y la lectura, la comprensión de lectura, aproximaciones al concepto de lectura crítica, estrategias de enseñanza de la lectura y por último, pero no menos importante, cómo leer críticamente la publicidad y su uso pedagógico como estrategia potencializadora para el desarrollo de destrezas superiores de comprensión e interpretación textual.

2.2.1 Pensamiento, lenguaje y aprendizaje:

Lev Semionovich Vygotsky, psicólogo, autor de la teoría sociocultural del aprendizaje y del desarrollo de los procesos psicológicos superiores, señala que el pensamiento y el lenguaje, como funciones mentales superiores, tienen raíces genéticas diferentes, es decir, en el desarrollo del habla del niño se puede establecer, inicialmente, una etapa *preintelectual* y en su desarrollo intelectual una etapa *prelingüística*; estos procesos se dan en el individuo de manera independiente hasta cierto tiempo o edad. Seguidamente, el autor afirma que ambas capacidades en un momento determinado del desarrollo del ser humano se unen y entonces, “*el pensamiento se torna verbal y el lenguaje racional*”¹⁷. Y es en esta relación recíproca, en donde Vygotsky pensaba además que el lenguaje podía determinar el desarrollo del pensamiento. Así que, en palabras del psicólogo ruso el desarrollo evolutivo del niño, de hecho, es el resultante no tanto de cambios en las dos funciones como en los cambios en las conexiones mutuas entre ellas.

Al ser el lenguaje verbal una capacidad netamente humana que nos diferencia de otros seres vivos como los animales, quienes pueden poseer inteligencia, pero no cuentan con la herramienta del lenguaje para expresar lo que piensan, sienten o aprenden. Basados en lo anterior, podemos decir que el desarrollo del lenguaje y el pensamiento es propio del ser humano, y que no se da en los demás seres vivos. Para esta investigación, el factor social mencionado por Vygotsky y su influencia en los procesos de aprendizaje, es de vital relevancia, pues siendo la publicidad un producto de tipo social, esta teoría da sustento al objetivo formulado por la investigación, pues desde ésta se busca inicialmente establecer de qué manera una estrategia pedagógica basada en este sistema simbólico desarrolla la lectura crítica y a su vez logra mejorar los procesos de aprendizaje de los estudiantes del grado quinto de básica primaria en un establecimiento educativo oficial de la ciudad de Barrancabermeja.

¹⁷ CARRERA, Beatriz; MAZZARELLA, Clemen. Vygotsky: Enfoque sociocultural. En: Educere, artículos. Junio, 2001. n°.13, p. 41.

Con relación a lo anteriormente expuesto, Vygotsky¹⁸ señala que todo aprendizaje en la escuela siempre tiene una historia previa, todo niño ya ha tenido experiencias antes de entrar en la fase escolar, por tanto, aprendizaje y desarrollo están interrelacionados desde los primeros días de vida del niño. Por esta razón el psicólogo ruso habla de dos niveles: uno **evolutivo real** y el otro, **de desarrollo potencial**. El primero referido al nivel de las funciones mentales del niño, es decir, lo que él puede hacer solo sin ayuda de nadie. En el caso que el niño requiere de ayuda o se le muestra cómo encontrar la solución al problema, esto constituye el nivel de desarrollo potencial. De ahí que, se desprende el concepto que Vygotsky denominó como **ZDP o zona de desarrollo próximo**. Este concepto no es otra cosa que la distancia entre las zonas anteriormente mencionadas, que se encuentran determinadas por aquello que se realiza de manera independiente o en colaboración con un adulto u otro compañero más capaz.

De esta manera, se considera que a la luz de la teoría sociocultural de Vygotsky, el aprendizaje es un proceso mental que se va desarrollando y formalizando en el marco de la interacción, tanto con las otras personas como con el contexto, proceso que es mediado siempre por el *lenguaje*.

El desarrollo del lenguaje según Vygotsky¹⁹: El lenguaje es un proceso que se adquiere a través de la relación del individuo y su entorno, ya que la naturaleza lo ha dotado de las herramientas necesarias para expresarse a través del mismo. Tal como lo afirma Vygotsky: “El lenguaje tiene un desarrollo específico con raíces propias en la comunicación prelingüística y que no depende necesariamente del desarrollo cognitivo, si no de la interacción con su medio. Es así, que el lenguaje se convierte en herramienta de interacción y por medio de la cual el hombre se adapta a su entorno, estableciendo relaciones con quienes lo rodean y estos a su vez actúan como elementos de enriquecimiento lingüístico para el individuo.

¹⁸ *Ibíd.*, p. 43

¹⁹ ZEGARRA, Claudia y GRACÍA, Jahir. Pensamiento y Lenguaje: Piaget y Vygotsky. Trabajo final seminario sobre Piaget. Disponible en: http://www.academia.edu/1370404/Pensamiento_y_Lenguaje_Piaget_y_Vygotsky

Vygotsky consideró el lenguaje como el instrumento más importante del pensamiento y les dio relevancia a las funciones cognitivas superiores. El autor considera que el lenguaje del niño es esencialmente social, producto de la relación con su entorno más cercano, y para que más adelante sus funciones comiencen a diferenciarse y con ello su lenguaje se encuentre dividido en forma *egocéntrica* y *comunicativa*, las mismas que el autor señala que son sociales. El lenguaje social aparece cuando el niño transfiere las formas de comportamientos sociales, participantes a la esfera personal, al interior de las funciones psíquicas. El lenguaje egocéntrico, extraído del lenguaje social, conduce a su debido tiempo al habla interiorizada, que sirve tanto al pensamiento autista como al simbólico. Esta habla interiorizada, se desarrolla gracias a la abstracción que hacen los individuos de los símbolos y que estos a su vez permiten su comprensión.²⁰ Por ello, podemos concluir desde la teoría del autor que primero el lenguaje es social, luego egocéntrico y finalmente interiorizado.

Concepción Vygotskiana del pensamiento: De igual manera que el lenguaje, el desarrollo del pensamiento es una construcción social, esta se hace posible a través de la interacción con el medio que nos rodea, para luego ser procesado a través del lenguaje. Este a su vez, evoluciona en los seres humanos desde el lenguaje verbal al interiorizado. Y para explicar este fenómeno desde la teoría de Vygotsky, se debe comprender que los procesos mentales que se dan en los niños para el desarrollo del lenguaje tiene como función específica dotarlos del conocimiento del mundo a partir del contacto que el infante hace con el mismo a través de los sentidos y por los estímulos que recibe del contexto donde se desenvuelve. Es así que, de acuerdo a como se den estos procesos en la infancia del ser humano, así mismo se desarrollarán en el individuo el pensamiento y las posibilidades de comunicarse o en palabras del autor externalizar el lenguaje.

²⁰ ZEGARRA, Claudia y GRACÍA, Jahir. Pensamiento y Lenguaje: Piaget y Vygotsky. Trabajo final seminario sobre Piaget. Disponible en: http://www.academia.edu/1370404/Pensamiento_y_Lenguaje_Piaget_y_Vygotsky

Por consiguiente, es a través de esas relaciones de doble vía entre el pensamiento y el lenguaje es que se produce el aprendizaje. Como un primer intento de definir qué es aprender, se puede afirmar que el aprendizaje humano es un producto de la interacción que tienen los individuos con el medio que los rodea, puede ser definido también como un resultado de la experiencia de dicho contacto con el mundo. En ambos casos, es un proceso natural, que comienza a desarrollarse en el seno familiar y seguidamente, mediado por en el entorno social. Tal como afirma Gagné: *“El aprendizaje consiste en un cambio de la disposición o capacidad humana, con carácter de relativa permanencia y que no es atribuible simplemente al proceso de desarrollo”*²¹. Es así, que según el autor el *aprendizaje* es un cambio que se da en el sujeto modificando sus estructuras cognitivas. Por ello, se dice que algo se ha aprendido, cuando, el resultado de este proceso se manifiesta desde el interior del individuo hacia el exterior, a través de un proceso que incluye la incorporación de nuevos conocimientos que estimulan las habilidades y destrezas en los sujetos, producto de las nuevas experiencias de aprendizaje.

2.2.2 Constructivismo, aprendizaje significativo y la función mediadora del docente: Es ampliamente reconocido en la comunidad educativa el enfoque constructivista y de aprendizaje significativo como carta de navegación de la mayor parte de los procesos de enseñanza y aprendizajes ejecutados por los docentes. Por lo tanto, esta investigación expone los aspectos más relevantes de esta visión, con el fin de establecer los elementos constitutivos sobre los cuales se sientan las bases para el diseño e implementación del plan de acción correspondiente a la metodología de la investigación. Se inicia la conceptualización de esta temática por dos ejes importantes, uno que tiene que ver con la concepción constructivista del aprendizaje escolar y dos la intervención del maestro como mediador de dicho aprendizaje.

²¹ ZAPATA-ROS, Miguel. Teorías y modelos sobre el aprendizaje en entornos conectados y ubicuos. Bases para un nuevo modelo teórico a partir de una visión crítica del “conectivismo”. En: EKS[online], abril 2015, n°1. [citado 3, septiembre, 2016]. Disponible en: <http://search.proquest.com/openview/785018d21ca7ed1d5bc0a9700a88d423/1?pq-origsite=gscholar>

La concepción constructivista parte de la idea que el aprendizaje en el ser humano es un proceso de construcción entre el sujeto, el conocimiento y el entorno. Los instrumentos que emplea la persona para que este proceso se dé, fundamentalmente son los esquemas mentales que posee, y que construyó en su relación con el medio que lo rodea. Dicho proceso de construcción podemos decir que depende de dos aspectos fundamentales:

- Los conocimientos previos que posee el sujeto del nuevo saber, concepto o tarea a realizar.
- De la actividad interna (motivación intrínseca) o externa (motivación extrínseca) que el aprendiz hace o recibe.

Por tanto, tal como Carretero argumenta sobre ¿Qué es el constructivismo?:

Es la idea que mantiene que el individuo – tanto en los aspectos cognitivos y sociales del comportamiento como en los afectivos- no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción entre esos dos factores. En consecuencia, según la posición constructivista, el conocimiento no es una copia fiel de la realidad, sino una construcción del ser humano.²²

De tal manera que, basados en estos principios resulta pertinente comenzar a comprender que la educación debe promover en los individuos de una sociedad letrada, procesos de crecimiento personal e intelectual dentro de un marco de la cultura del grupo al que pertenece. Por ende, dos aspectos importantes intervienen para que esto se dé. Por un lado, los procesos psicológicos implicados en el

²² BARRIGA A. Frida D; HERNÁNDEZ R. Gerardo. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. 1 ed. México: McGraw-Hill, 1998. 232 p.

aprendizaje de los niños, niñas y jóvenes; y por el otro, las estrategias que se están empleando en la escuela para promover, guiar y orientar el proceso de aprendizaje.

Lo anterior implica que de acuerdo con la concepción constructivista del aprendizaje y como marco de referencia para la presente investigación; las acciones de intervención planteadas deben girar en torno a tres elementos fundamentales, tal como lo afirma Coll²³:

1. *El alumno es el responsable último de su propio proceso de aprendizaje. Él es quién construye y reconstruye su propio conocimiento.*
2. *La actividad mental constructiva del alumno se aplica a contenidos que posee ya en un grado considerable de elaboración. De hecho, los estudiantes no descubren o inventan el conocimiento en la escuela en todo momento. En variadas ocasiones lo que el maestro le permite al estudiante es reconstruir sus conocimientos previos y comprenderlos desde otra perspectiva.*
3. *La función del docente es conectar los procesos de construcción del alumno con el saber colectivo culturalmente organizado.*

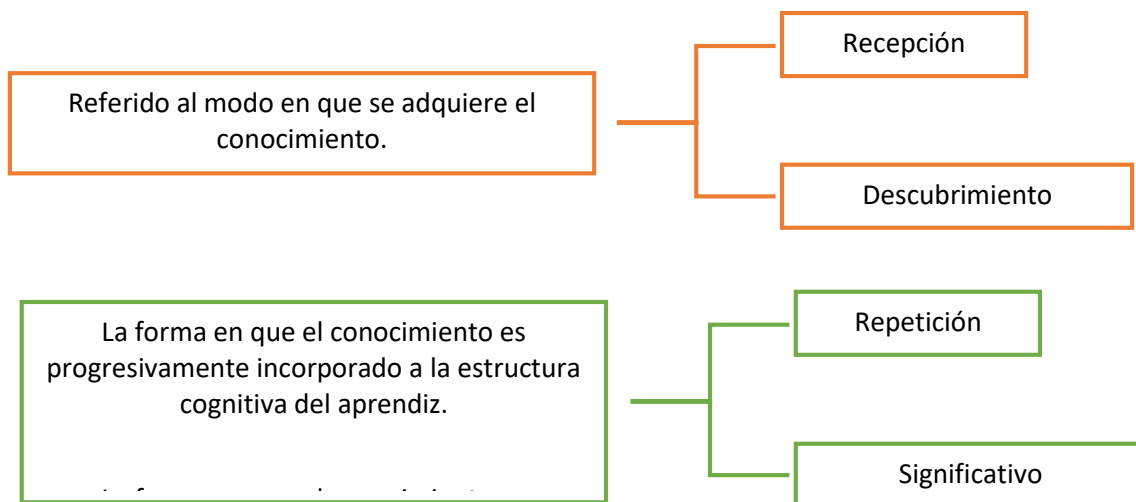
Ausubel²⁴, como otros teóricos cognitivistas, postula que el aprendizaje implica una reestructuración activa de las percepciones, ideas, conceptos y esquemas que el aprendiz posee en su estructura cognitiva; permitiéndole ser un procesador activo de la información. Según el autor, hay que diferenciar los tipos de aprendizaje que pueden darse en un salón de clases, los cuales se encuentran representados en la figura 1.

²³ *Ibíd.*, p. 16.

²⁴ *Ibíd.*, p. 18

De manera que, las situaciones planteadas por el docente para el aprendizaje podrán ser, por *recepción repetitiva*, *descubrimiento repetitivo*, *recepción significativa* o *descubrimiento significativo*.

FIGURA 1. Situaciones de aprendizaje escolar.²⁵



Fuente: Adaptación de la investigadora de las estrategias docentes para un aprendizaje significativo.

Desde esta visión se debe reconocer la función central del maestro en el proceso de aprendizaje, que consiste en orientar y guiar toda actividad constructivista, teniendo en cuenta el manejo del conocimiento didáctico o saberes que posee sobre lo que desea enseñar y la intención de mejorar su práctica docente como consecuencia de procesos constructivos y reflexivos. Así, estos elementos de autoevaluación le permiten al docente manejar una serie de estrategias (de aprendizaje, de motivación, de manejo de grupo, etc) flexibles y adaptables a las diferencias de sus estudiantes y al contexto, de tal forma que pueda promover en los individuos el aprendizaje y decidir qué metodología emplear en casos particulares de enseñanza. Tal como Coll²⁶ afirma: “el profesor gradúa la dificultad

²⁵ BARRIGA A. Frida D; HERNÁNDEZ R. Gerardo. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. 1 ed. México: McGraw-Hill, 1998. 19 p.

²⁶ BARRIGA A. Frida D; HERNÁNDEZ R. Gerardo. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. 1 ed. México: McGraw-Hill, 1998. 232 p.

de las tareas y proporciona al alumno los apoyos necesarios para afrontarlas, pero esto sólo es posible porque el alumno, con sus reacciones, indica constantemente al profesor sus necesidades y su comprensión de la situación”.

Por tanto, la perspectiva constructivista y de aprendizaje significativo brinda elementos al docente sobre los cuales diseñar sus clases; es así, que estas deberán estar enmarcadas en unas características esenciales como:

- Proporcionar al estudiante una relación entre la información que tiene, que en otras palabras son sus conocimientos previos y el nuevo conocimiento.
- Estructurar una secuencia de actividades o tareas con una visión integradora o de conjunto.
- Incentivar la participación e interacción con los demás, sean compañeros, adultos, menores y el mismo docente.

En conclusión, esta teoría da soporte al propósito de esta investigación, pues fundamenta la importancia de las acciones que realiza el docente para estimular el aprendizaje en los estudiantes, es decir, las herramientas, estrategias y recursos que puedan facilitar los procesos de aprendizaje, con el fin de desarrollar habilidades de interpretación y comprensión textual.

2.2.3 Leer: enfoques, concepciones y proceso de comprensión de lectura:

Son muchos los enfoques que los docentes han empleado para la enseñanza de la lectura, este aspecto nos demuestra que por ende no existe una forma estandarizada para enseñar, ni mucho menos para leer. A través de los años, la experiencia nos ha indicado que ya no leemos como antes (decodificación); tampoco comprendemos lo que leemos de la misma manera que años atrás. Puesto que la influencia de la cultura y sociedad han hecho que los procesos, estrategias y

herramientas empleadas para la enseñanza y el aprendizaje de la lengua se transformen. Esto implica entender la lectura desde varios puntos de vista. Daniel Cassany,²⁷ distingue tres concepciones sobre lectura, la lingüística, psicolingüística y sociocultural.

La concepción lingüística. Según el autor, el significado se aloja en el escrito. Leer es recuperar el valor semántico de cada palabra y relacionarlo con el de las palabras anteriores y posteriores.

Desde esta visión, se concibe la lectura como decodificación. Está basada en un enfoque vinculado al aprendizaje mecánico desde la concepción positivista. Las prácticas escolares de lectura en el aula se centran sobre todo en la oralización, corrección lingüística, memorización y repetición de los contenidos del texto leído.

La concepción psicolingüística. Bajo este paradigma leer no solo exige conocer las unidades y las reglas combinatorias del idioma. También requiere desarrollar las habilidades cognitivas implicadas en el acto de comprender: aportar conocimiento previo, hacer inferencias, formular hipótesis y saberlas verificar o reformular, etc. Esta concepción esta basaba en investigaciones psicolingüísticas, cambia el paradigma lingüístico, conceptualizando la lectura como una construcción de significados, resultado de la interacción entre el lector y el texto. Por lo tanto, esta es un proceso constructivo e inferencial, caracterizado por la formulación y la comprobación de hipótesis acerca del texto. El significado de hecho no reside en las palabras ni en el texto, sino en la mente del lector, que construye activamente la información del texto acomodándola a su conocimiento del mundo. ²⁸

La concepción sociocultural, esta visión pone énfasis en otros puntos también relevantes sobre la lectura:

²⁷ CASSANY, Daniel. Tras las líneas sobre la lectura contemporánea. Barcelona: Anagrama, 2006. p. 25

²⁸ *Ibíd.*, p. 29

1. Tanto el significado de las palabras como el conocimiento previo que aporta el lector tienen origen social.
2. El discurso no surge de la nada. Siempre hay alguien detrás. El discurso refleja sus puntos de vista, su visión del mundo. Comprender el discurso es comprender esta visión del mundo.
3. Discurso, autor y el lector tampoco son elementos aislados. Los actos de literacidad, las prácticas de lectura y escritura se dan en ámbitos e instituciones particulares. Cada comunidad, cada ámbito y cada institución usan el discurso de modo particular, según su identidad y su historia; los propósitos con que se usan son irrepetibles, propios; el rol que adoptan el autor y el lector varía; la estructura del texto o las formas de cortesía son las específicas de cada caso, el razonamiento y la retórica también son particulares de la cultura, así mismo como el léxico y el estilo.

Para concluir, esta concepción, no cuestiona que el significado se construya en la mente del lector, pero prioriza aspectos sociales y culturales de la comunidad, externos al acto cognitivo de comprender. Esta visión es más amplia y sostiene que la comprensión se construye en la interacción social y un artefacto cultural; la lectura construye y es construida por el contexto al mismo tiempo.²⁹

Esta última visión de la lectura es la que nos resalta la importancia que leer no es sólo un acto de decodificación del signo lingüístico o el producto de un proceso mental de inferencias; adicional a ello, es una práctica integradora en donde se complementa el conocimiento que poseen tanto el autor como el lector sobre el mundo. De tal manera, que leer y escribir sean la suma de dos prácticas sociales

²⁹ ZÁRATE, Adolfo. La lectura crítica en los libros de texto de educación secundaria: concepción y tratamiento metodológico. Perú. 2010. 105.

que varían según el contexto en donde se encuentren inmersos los sujetos – autor y lector – y en el uso que se les dan a dichos discursos.

De modo similar, María Eugenia Dubois³⁰ coincide con Daniel Cassany, en que existen tres concepciones teóricas en torno al proceso de lectura; concebida primeramente como *un conjunto de habilidades* o como una mera transferencia de información. La segunda concepción plateada por la autora, considera que la lectura es el producto de la interacción entre el pensamiento y el lenguaje. Y en último lugar, pero no menos relevante nos presenta el acto de leer como un proceso de transacción entre el lector y el texto. Igualmente Frank Serafini distingue tres perspectivas teórico prácticas en la educación lectora:

Cuadro 1. Perspectivas teórico-prácticas de lectura según Frank Serafini.³¹

	<i>MODERNISTA</i>	<i>TRANSACIONAL</i>	<i>CRÍTICA</i>
<i>Leer</i>	El significado se aloja en el texto y leer consiste en descubrir su “esencia”.	Es un proceso individual que ocurre a un lector único, con un texto y un contexto particulares.	El texto está <i>situado socio-históricamente</i> , es un artefacto cultural con propósitos y contexto social, histórico, político, cultural.

Fuente: Adaptado por la investigadora.

La lectura abarca un complejo conjunto de procesos mentales que incluyen información de dos clases:

³⁰ DUBOIS, María E. La enseñanza de la comprensión lectora. *En*: Psicología de la educación para padres y profesionales. [online], septiembre, 2016. Disponible en: <http://www.psicopedagogia.com/articulos/?articulo=394>

³¹ CASSANY, Daniel. Los significados de la comprensión crítica. Citado por: BRITO, Leonardo. Material de apoyo al colectivo de investigación didáctica del lenguaje. Universidad Industrial de Santander, 2016.

- Lingüística (sobre el significado, la sintaxis, el vocabulario, la forma del texto, las letras, etc.);
- Extralingüística (sobre la situación comunicativa, el objeto al que el texto se refiere, al modo de tratar la información, etc.)

Para comprender un texto el lector debe activar los conocimientos lingüísticos y extralingüísticos que tiene almacenados en la memoria e integrarlos con los que el texto expresa de manera explícita e implícita.³² Van Dijk y Kinstch³³, dos autores muy influyentes, plantearon que la lectura se realiza en niveles secuenciales, porque la capacidad de memoria o recuerdo no permite retener toda la información de una vez. Los procesos que describen estos autores son automáticos, es decir, el lector los realiza sin darse cuenta.

- Primero el lector toma como información que entra en su memoria la superficie del texto, es decir, las palabras, sus relaciones y las ideas que van expresando el significado del texto, en el mismo orden en que aparecen en él.
- Posteriormente elabora una representación mental de esa superficie. Una prueba de que el lector es sensible a la superficie del texto es que realiza pausas en los finales de frases y oraciones, segmentando mentalmente unidades de información. En la superficie del texto hay muchas ideas, que estos autores llaman “*microestructuras*”.
- Luego el lector verifica a qué se refieren las microestructuras o ideas leídas. Si encuentra que esa lista de ideas se refiere coherentemente a algo, la conserva para seguir procesándola mentalmente. Si encuentra que le falta información, inicia procesos para completarla, que se conocen como

³² UNESCO. Aportes para la enseñanza de la lectura. En: SERCE: Segundo estudio regional comparativo y explicativo. Salesianos Impresores S.A. Enero, 2009. p.17

³³ *Ibíd.*, p. 17.

“inferencias”. El resultado de hacer inferencias es complementar informaciones y volver el texto más coherente. A esta segunda reconstrucción que hace el lector se le conoce como *“texto base”*.

- Desde el principio el lector construye hipótesis y, a medida que avanza en la lectura, las confirma o desecha. Por esta razón, algo que pensó al iniciar la lectura, al final resulta siendo otra cosa diferente ha pensado al comienzo.
- Pronto, las informaciones se reacomodan en la memoria según su importancia. De este modo, en cada ciclo, se reducen las microestructuras y se va formando una *“macroestructura”*. La macroestructura no tiene forma de lista, sino que es jerárquica está organizada de acuerdo a la importancia de las informaciones y es, por lo tanto, más breve. La macroestructura que más reduce el texto suele ser el título o una frase que extrae su contenido principal.

Por lo anterior, la comprensión de lectura se inicia en niveles primarios y con el tiempo dicho nivel va aumentando de complejidad en el individuo, desarrollando la capacidad de pasar de lo literal a lo inferencial, problemática que se presenta en los estudiantes con bajos resultados en las pruebas estandarizadas o externas.

Referente al proceso inferencial, Bruner menciona que la mente humana es como una *“máquina de hacer inferencias”*³⁴, en alusión a su destreza para activar el conocimiento ya almacenado en el cerebro y utilizarlo en el momento de organizar e interpretar la nueva información entrante. El conocimiento del lector y su relación con lo que lee son el motor que pone en marcha la realización de inferencias. Además, el autor sostiene que escritor y lector deben participar de un espacio común de conocimiento: los textos se comprenden porque existe un conjunto de conocimientos compartidos. Esto evita al escritor la imposible tarea de explicitar

³⁴ *Ibíd.*, p. 17.

todas y cada una de las ideas que el lector necesita para captar un mensaje. Como resultado de este acuerdo, el texto ofrece claves suficientes para activar la información no dicha o implícita.³⁵

De acuerdo con lo anterior, concluimos que al leer no basta solo con decodificar los signos gráficos, ni el reconocimiento de las palabras dentro de una oración y ésta en un párrafo; se hace necesario que además de estos elementos, el lector les dé un significado, interprete el mensaje del texto y su propósito, haciendo uso de sus conocimientos previos.

Sobre el tema, Umberto Eco³⁶ expone que un *texto* está incompleto por dos razones fundamentales, la primera referida al mensaje, las oraciones y los términos aislados que lo componen. Y la segunda tiene que ver con la correlación que se hace gracias al código empleado y el contenido establecido por convención. Es así que, todo mensaje (texto) postula una competencia gramatical por parte del destinatario y este se distingue de otros tipos de expresiones por su mayor complejidad. El motivo principal de esa complejidad es precisamente el hecho de que está plagado de elementos *no dichos*.

Para Ducrot³⁷, mencionado por Eco en *Lector in fabula*, lo “*No dicho*” significa no manifiesto en la superficie, por ello requiere para su interpretación de ciertos movimientos cooperativos, activos y consientes, por parte del lector.

Bajo esta visión un texto presenta espacios en blanco que hay que rellenar, por ello, se concibe de dos maneras. Una, como un mecanismo perezoso que vive del aumento del valor del sentido que el destinatario introduce en él y dos, un texto quiere que alguien lo ayude a funcionar. Es así, que el texto postula a su destinatario, como condición indispensable no sólo de su propia capacidad

³⁵ *Ibíd.*, p. 17

³⁶ ECO, Umberto. *Lector in fabula*. La cooperación interpretativa en el texto narrativo. 3 ed. España: Lumen, 1993. 329 p.

³⁷ *Ibíd.*, p. 82

comunicativa concreta, sino también de la propia potencialidad significativa. Un texto se emite para que alguien lo actualice; incluso cuando no se espera que ese alguien exista concreta y empíricamente.

En la historia de la teoría de las comunicaciones, el modelo creado y difundido por los primeros teóricos de la información; es criticado actualmente por presentar a la comunidad una visión reducida y primitiva del proceso comunicativo (emisor, mensaje y destinatario) donde el mensaje se genera y es interpretado sobre la base de un código. En contravía, ahora sabemos que los códigos del destinatario pueden inferir, totalmente o en parte, de los códigos empleados por el emisor; y que dicho código no es solo el lingüístico, sino un complejo sistema de sistemas de reglas que trabajan armoniosamente para la comprensión de un mensaje. Esto es lo que Eco ha denominado como *la cooperación textual*. En una conversación (texto oral) intervienen infinitas formas de reforzamiento extralingüístico para su interpretación (gesticular, kinésico, proxémico, de retroalimentación, etc). Pero en el caso de un texto escrito en donde el autor genera y entrega una variedad de actos de interpretación; el texto se convierte en un producto cuya suerte interpretativa debe formar parte de su propio mecanismo generativo, es decir; el autor debe aplicar una estrategia que incluya las previsiones de los movimientos del posible lector.

Es en este momento, que Umberto Eco³⁸ introduce el concepto de *lector modelo* y *autor modelo*; el primero referido al sujeto capaz de cooperar en la actualización textual de la manera prevista por él y de moverse interpretativamente, igual que él se ha movido generativamente. Los medios que usa el autor para lograr esto, van desde la elección de un tipo de enciclopedia (lector modelo específico) hasta la escogencia del patrimonio léxico y estilístico. De ahí que, el autor no puede esperar que exista el *Lector Modelo* de su texto solamente, sino también debe mover el texto

³⁸ *Ibíd.*, p. 73

para construirlo, de igual manera que el texto debe permitirle al lector sino posee una competencia; la lectura le contribuya a producirla.

Otro elemento importante a resaltar sobre la *cooperación textual*, es el uso que le da el lector al texto: hacer lo que se quiera con él e interpretarlo de infinitas formas. Como producto de ello, Eco habla de la existencia de *textos cerrados* y *textos abiertos*. En la primera clase de texto, este se las arreglará para que cada término, cada modo de hablar, cada referencia sea lo que previsiblemente puede comprender su lector. Mientras que, en el segundo, el autor vigila la *cooperación del lector*, de tal manera, que lo conduce a una aventura interpretativa libre; teniendo en cuenta que por muchas interpretaciones posibles que se susciten en el lector, unas repercutan sobre otras de modo tal que no se excluyan, sino que, en cambio, se refuercen recíprocamente.

Como lectores debemos distinguir entre el uso libre que le damos a un texto y la interpretación de un texto abierto, teniendo en cuenta que en el segundo es importante fijar ciertos límites en la interpretación. Sin embargo, cuando sucede esto se está recurriendo a la estética del uso libre, es decir, a partir de un texto escribimos otro con cierto grado de alteridad, en donde lo que se hace es criticar al texto original o descubrirle posibilidades y valores ocultos que en cierto modo no es malo.

Umberto Eco insiste en su teoría que existe el *Autor y el lector modelo*; y que todos estos elementos descritos con anterioridad convergen con los planteamientos que hace el autor en su obra “Los límites de la interpretación” en donde coincidentalmente dice dos aspectos fundamentales que debemos diferenciar con claridad.

1. El *Lector Modelo*, sujeto que pone en escena su capacidad intelectual y cuyo perfil está determinado sólo por el tipo de operaciones interpretativas que se supone (y se exige) que debe saber realizar, articulando a ellas el conjunto de *condiciones de felicidad*, establecidas textualmente, que se deben satisfacerse para que el contenido potencial de un texto quede plenamente

actualizado. Inicialmente se habla de un *lector empírico* (sujeto concreto de los actos de cooperación) que se fabrica una hipótesis de autor que la deduce precisamente de los datos de la estrategia textual. Dicha hipótesis que se formula no es otra que la del *Autor Modelo*. *La cooperación textual*, vista desde el lector no es más que las intenciones que el enunciado contiene virtualmente.

2. En cuanto al *Autor Modelo*, definido por Eco como el sujeto de la enunciación textual, y que se presenta también en un inicio como un *Autor empírico* que se formula una hipótesis de *Lector Modelo* y, al traducirla al lenguaje de su propia estrategia, se caracteriza a sí mismo en cuanto sujeto el enunciado, con un lenguaje igualmente “estratégico”, como modo de operación textual. Desde la visión del Autor, la cooperación textual toma una connotación diferente puesto que es referida al fenómeno que se realiza entre dos estrategias discursivas y no entre dos sujetos individuales.

Entonces, ¿Cuál será la cooperación textual correcta? Esta supone una caracterización de las interpretaciones sociológicas o psicoanalíticas de los textos, en donde se intenta descubrir lo que el texto dice en realidad. Podemos distinguir dos estrategias cooperativas diferentes; una de rechazo y otra de aceptación. La *estrategia cooperativa de rechazo* es la que pone en tela de juicio las condiciones de producción de los enunciados, la identidad entre el sujeto del enunciado y el sujeto de la enunciación. Y todo lo contrario es, la *estrategia cooperativa de aceptación* pues aquí no se pone en tela de juicio el sujeto de la enunciación, así este cambio de fisonomía o de estrategia; sigue siendo reconocido como el *Autor Modelo*.

En su obra “Los límites de la interpretación”; Umberto Eco añade otros elementos que intervienen en el acto de interpretación de un texto escrito. Nos habla que el primer nivel de significado del mensaje es el *literal*. Seguidamente a ella, Eco nos

establece diferencias marcadas entre la interpretación semántica y la interpretación crítica, por ende, ambas requieren de un tipo diferente de lector:

El *lector modelo ingenuo* (semántico) es quien hace la *interpretación semántica o semiótica*, que no es otra cosa que el resultado del proceso por el cual el lector, ante la manifestación lineal del texto, la llena de significado.

El *lector modelo crítico* es quien hace la *interpretación crítica o semiótica*, que es aquella por la que se intenta explicar por qué razones estructurales el texto puede producir esas interpretaciones semánticas. Estas dos concepciones convergen en que un texto puede ser interpretado tanto semántica como críticamente, pero sólo algunos textos (en general aquellos con función estética) prevén ambos tipos de interpretación.

Basados en las conceptualizaciones de nos brindan los textos, podemos decir que a través de la síntesis hemos expuesto la distinción que hace Humberto Eco entre interpretación y uso de un texto. Pero cabe diferenciar también las intenciones de los textos desde tres visiones:

Cuadro 2. Intenciones del autor, del texto y el lector, según Umberto Eco.

<p>Un Intentio auctoris (intenciones del autor) Formula la conjetura sobre el tipo de lector postulado por el texto o como estrategia textual tiende a producirlo.</p>	<p>Un Intentio Operis (intención del texto) Estas son las interpretaciones aprobadas en cierto punto del texto y que pueden ser aceptadas si son confirmadas en otro punto por el mismo texto.</p>	<p>Un Intentio lectoris (intenciones del lector) Consiste en formular una conjetura sobre la intención del texto leído.</p>
---	---	--

Fuente: Diseño de la investigadora.

Las teorías de Umberto Eco sirven como bases para comprender un poco más la visión de la enseñanza del lenguaje con un enfoque más abierto al infinito número de interpretaciones y usos que le damos a los textos que leemos. De allí que hablamos hoy en día de la lectura crítica como el camino para desarrollar pensamiento crítico en el ser humano.

Esa concepción actualizada no está muy lejos de la teoría de la interpretación de Eco, puesto que a la luz de esos aportes lleva a comprender aún más los nuevos elementos que aparecen en escena y que tiene que ver con la competencia en lectura crítica. Entendiendo, la competencia de lectura crítica como la capacidad que tiene un lector para dar cuenta de las relaciones entre los discursos y las prácticas socioculturales que las involucran y condicionan, lo cual significa que el lector debe reconstruir el sentido profundo de un texto en el marco del reconocimiento del contexto en el que se produce y de las dimensiones discursivas en las que se emite.

2.2.4 Lectura crítica: Los docentes tienden a asociar el término crítica, con el simple acto de opinar libremente sobre lo que dice un texto. En la presente investigación interesa profundizar en este concepto de lectura crítica y el reconocimiento del mismo como eje fundamental de la propuesta de intervención, pues esta busca desarrollar a través de una estrategia pedagógica basada en la lectura crítica de la publicidad, procesos de interpretación y comprensión textual.

Se ha asumido la lectura crítica como el nivel más alto alcanzado por un individuo y en especial los estudiantes, en la comprensión de lectura; puesto que al llegar a este se encuentra en la capacidad de verificar enunciados que se encuentran en el texto y los diferentes mundos posibles que se hayan en él; por ende, se ha asumido que el nivel básico de lectura es el literal, y el intermedio es el inferencial. Así lo estipula el MEN en la evaluación estandarizada llamada Prueba Saber 3°, 5°, 9° y 11°; este último grado de escolaridad es en donde se asume que los estudiantes han alcanzado el máximo nivel de comprensión lectora. Los niveles graduales de lectura son explicados en los lineamientos curriculares del área de lengua castellana (MEN).

Tabla 6. Categorías para el análisis de la comprensión lectora según los Lineamientos Curriculares del área de lengua castellana.³⁹

<i>Categorías para el análisis de la comprensión lectora</i>	
NIVEL A: NIVEL LITERAL	El estudiante en este nivel, percibe el texto como una serie de fragmentos a partir de los cuales no es posible sacar conclusiones. Por ello, solo puede hallar expresiones que se encuentran literalmente en el texto.
NIVEL B: NIVEL INFERENCIAL	En este nivel el estudiante comprende los elementos del texto, reconoce diferentes tipos de discursos, identifica lo que dos textos tienen en común y es capaz de organizar la estructura global del mismo.
NIVEL C: NIVEL CRÍTICO- INTERTEXTUAL	Aquí el estudiante identifica la estructura del texto, comprendiendo su sintaxis y haciendo analogías e inferencias que trascienden el texto. En este nivel se espera que el estudiante sea capaz de realizar un análisis intra e intertextual.

Fuente: Adaptado por la investigadora.

Estas categorías fueron determinadas en 1997 por parte del MEN, como resultado del estudio realizado por Fabio Jurado, Mauricio Pérez Abril y Guillermo Bustamante, sobre la evaluación de impacto del plan de universalización. Por consiguiente, podemos inferir de lo anterior que la lectura crítica surge del ejercicio intelectual de hacer inferencias, y que estas son elaboradas por el individuo de

³⁹ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos Curriculares Lengua castellana. Bogotá, 1998. 102 P.

acuerdo a las asociaciones que hace entre los conocimientos que le promueve el texto y los conocimientos que el lector posee.

Pero, hablar de lectura crítica y pensamiento crítico no es algo reciente en el ámbito educativo y pedagógico mundial, ya que sus raíces se pueden encontrar en desde la *Teoría crítica de la escuela de Frankfurt*; la cual rechazaba la aceptación abnegada del mundo tal cuál es, con sus desigualdades e injusticias, con la dominación de unas clases sobre otras. En consecuencia, con esto, para esta escuela un mundo mejor es posible.

Para Paulo Freire⁴⁰, pedagogo de los oprimidos y transmisor de la pedagogía de la esperanza; impacto indudablemente en el desarrollo del pensamiento crítico o literacidad. *Con él, lo crítico penetra la educación con un sentido más social, comprometido y político.* Para el autor la educación es una forma de liberación del ser humano y la literacidad, una herramienta esencial para vivir. De este modo, la literacidad *da poder o empodera a los individuos de una sociedad* para que puedan modificar sus realidades.

Dos son los rasgos característicos del pensamiento crítico según Giroux⁴¹:

- a) El conocimiento es un medio para problematizar constantemente los hechos;
- b) Resulta fundamental adoptar diversidad de puntos de vista y desarrollar el pensamiento dialéctico.

De modo similar, Klooster aporta cinco características de lo que sí es un pensamiento crítico:

- 1) Es *independiente*, el sujeto lo construye a partir de su individualidad,
- 2) Requiere *conocimientos o información*;

⁴⁰ FREIRE, Paulo. Pedagogía de la esperanza. Ed: Siglo XXI. 267 p.

⁴¹ CASSANY, Daniel. Los significados de la comprensión crítica. Citado por: BRITO, Leonardo. Material de apoyo al colectivo de investigación didáctica del lenguaje. Universidad Industrial de Santander, 2016.

- 3) Arranca con *preguntas o problemas* que interesan al sujeto y que debe resolver;
- 4) Busca *argumentaciones razonadas*, con tesis, argumentos, pruebas, etc.;
y
- 5) Es *social*, puesto que compara, contrasta y comparte las ideas con otros – aunque inicialmente sea individual-.

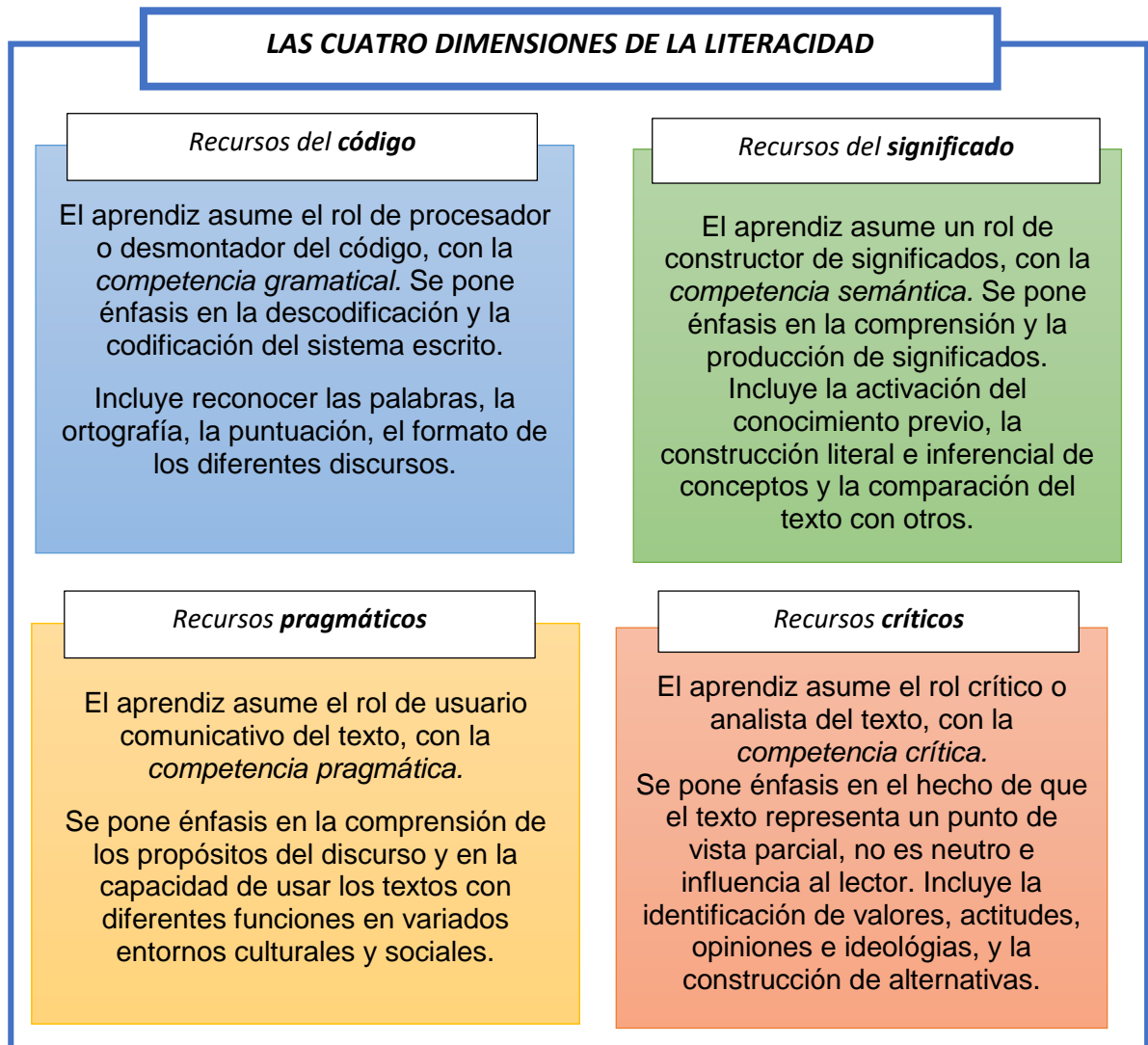
Según este autor, desarrollar un pensamiento crítico fortalece la responsabilidad y construcción de las ideas propias, la tolerancia a las demás y el intercambio libre de opiniones, de modo que constituye un elemento básico en la formación de la ciudadanía. Este es el elemento por el cual, la presente investigación perfila la lectura crítica de la publicidad como una estrategia pedagógica que permite el análisis de discursos empleados en los medios de comunicación, como elementos persuasivos de la realidad y el contexto. Es a través de los elementos anteriormente descritos, que llegamos a distinguir cuándo estamos formando lectores críticos, de otros que no lo son.

Para Cassany⁴², la lectura crítica es un tipo complejo de lectura, que exige del lector los más altos niveles de comprensión. Así mismo considera, que un lector crítico comprende automáticamente el propósito y las intenciones del texto y toma conciencia del contexto del mismo y del autor. Es así que, este enfatiza que *leer críticamente es adquirir las destrezas cognitivas que permitan detectar las intenciones del autor, extraer el contenido que aporta un texto y verificar si es correcto o no*. Por ello, termina diciendo Daniel Cassany que *la educación se encamina a desarrollar la conciencia crítica del lector para que valore si está de acuerdo o no con las representaciones y la distribución del poder que reproduce el discurso*.

⁴² CASSANY, Daniel. *Tras las líneas, sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama, 2006.

Por último, esta investigación presenta la propuesta de Allan Luke y Peter Freebody, para sintetizar aspectos importantes que el docente debe tener en cuenta para el diseño de currículos, materiales didácticos y demás actividades para el desarrollo de la lectura crítica, pensamiento crítico o literacidad crítica.

Cuadro 3. Los componentes de la literacidad, propuesta de Luke y Freebody.⁴³



Fuente: Elaboración propia.

⁴³ CASSANY, Daniel. Los significados de la comprensión crítica. Citado por: BRITO, Leonardo. Material de apoyo al colectivo de investigación didáctica del lenguaje. Universidad Industrial de Santander, 2016.

2.2.5 Estrategias para la comprensión crítica de un texto: Partiendo de la concepción construida a través de la presente investigación, se puede afirmar que leer es una forma de comprender e interiorizar el mundo, convirtiéndose en una actividad donde se pone en manifiesto los conocimientos adquiridos, las inferencias e hipótesis realizadas de lo que se lee para darle una nueva interpretación o sentido, es así que, el ser humano a través de la lectura desarrolla ideas y pensamientos que lo van convirtiendo en un ser reflexivo y autónomo de sus actos.

Para Daniel Cassany⁴⁴ “Leer es comprender y para que esto se logre es necesario desarrollar varios procesos como son la anticipación de lo que diría un escrito, aportar conocimientos previos, hacer hipótesis y verificarlas, elaborar inferencias y construir un significado”. De igual manera, para Frank Smith⁴⁵, aporta desde otra perspectiva el concepto de lectura y establece que ésta no es sólo una actividad visual, tampoco una simple cuestión de descodificar el sonido, sino que para leer son esenciales dos fuentes de información, la visual y la no visual. Es decir, la información visual es lo que está impreso, y la no visual se refiere a los conocimientos previos. En el mismo sentido, Kenneth Goodman, expone que la lectura consiste en dar sentido a lo que está impreso. Además, el autor señala que cada lector construye su propio significado de lo que lee y a medida que lo hace utiliza sus propios conocimientos y experiencias.

Partiendo de estas concepciones teóricas de la lectura, para esta investigación es de vital importancia, especificar algunos elementos que permiten hacer un proceso de comprensión de lectura con un enfoque crítico. Dentro de ellas se presenta la teoría de las 22 técnicas de lectura crítica del Dr. Daniel Cassany⁴⁶.

⁴⁴ *Ibíd.*, p. 25

⁴⁵ COOPER, David. El desarrollo de la información previa, cómo mejorar la comprensión lectora. Ed. Antonio Machado. 461 p.

⁴⁶ *Ibíd.*, p. 115.

Por lo tanto, el autor organiza dichas técnicas en los siguientes grupos:

1. Mundo del autor.
2. Género discursivo
3. Predecir interpretaciones.

A continuación, se presenta una tabla, que resume los aportes del autor frente al tema:

Tabla 7. Daniel Cassany: Técnicas para fomentar la lectura crítica.⁴⁷

LAS 22 TÉCNICAS DE DANIEL CASSANY PARA FOMENTAR LA LECTURA CRÍTICA		
MUNDO DEL AUTOR	EL GÉNERO DISCURSIVO	LAS INTERPRETACIONES
1. Identificar el propósito o intención	9. Identificar el género y describirlo	17. Definir tus propósitos
2. Descubrir las conexiones	10. Enumerar a los contrincantes	18. Analizar la sombra del lector
3. Retratar al autor	11. Hacer un listado de voces	19. Acuerdos y desacuerdos
4. Describir su idiolecto	12. Analizar las voces incorporadas	20. Imaginar que eres...
5. Rastrear la subjetividad	13. Leer los nombres propios	21. En resumen...
6. Detecta posicionamientos	14. Verificar la solidez y la fuerza	22. Meditar tus reacciones
7. Descubrir lo oculto	15. Hallar las palabras disfrazadas	
8. Dibujar el mapa sociocultural	16. Analizar la jerarquía informativa	

Fuente: Elaboración propia.

De modo similar, según Díaz Barriga y Hernández Rojas⁴⁸, las actividades que se realizan para la identificación de las ideas principales de un texto, son las siguientes:

- a) Construcción de la representación global del texto.

⁴⁷ Elaboración propia.

⁴⁸ DÍAZ BARRIGA, Frida y HERNÁNDEZ, R. Gerardo. Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo, Una Interpretación Constructivista. México: Mc GRAW-HILL Interamericana Editores, 1998. 229 p.

b) Hacer juicios sobre la importancia de la información y reducir la información trivial, secundaria y redundante.

c) Consolidar la idea principal después de hacer un análisis reflexivo sobre el peso de aquellas ideas que se consideran relevantes.

d) El macroprocesamiento requiere de las siguientes acciones:

- Jerarquizar la información más relevante y eliminar la irrelevante.

- Usa la paráfrasis al activarse los conocimientos previos y los conocimientos psicolingüísticos.

- Realizar arreglos por medio de los nexos para dar coherencia local y global que tenga sentido para los posibles lectores.

2.2.6 La publicidad: educación social y medio persuasivo. Los docentes de Lengua Castellana, tienen como objetivo principal el estudio y enseñanza del lenguaje, como actividad humana, medio de comunicación personal e interpersonal y herramienta que posibilita la comprensión de la realidad. Debido a esta gran importancia, los alumnos deben aprender a usar el lenguaje como instrumento de integración social, de acceso a la comunidad del conocimiento, de construcción del pensamiento y a su vez, como eje articulador del entorno.

A partir de esta visión del lenguaje, es importante hacer énfasis en la realidad cultural en la que viven los estudiantes hoy en día, debido a las nuevas tecnologías y la difusión a gran escala de la información y la comunicación. Por ello, la enseñanza de la lengua no puede estar ajena a esta cultura. La literatura, los textos y los medios de comunicación amplían los espacios en los cuales diseñar modelos de enseñanza y aprendizaje de la lengua castellana que permitan la comprensión de diferentes tipos de mensajes, códigos, contextos y situaciones comunicativas, dentro de un enfoque hacia la lectura crítica del discurso que nos presenta la sociedad.

Es en este nuevo escenario social de los medios de comunicación, en donde surge la publicidad como agente socializador de gran importancia para los niños, niñas y jóvenes, compitiendo con la familia, la escuela, la religión y hasta los partidos políticos. Es tal, la fuerza persuasiva de los mensajes publicitarios, que alcanza a individuos de cualquier estrato social, ya sea por la radio, televisión o el internet y sus redes sociales. Por ello, la escuela debe comenzar a emplear la publicidad con fines pedagógicos porque con uso en las aulas de clase, se podría llegar a potenciar o inhibir el aprendizaje.

Esta investigación está basada en cuanto a la lectura crítica de la publicidad en ámbitos educativos importantes:

1. **Educación en entornos persuasivos**, es decir, capacitar a los estudiantes en la toma de decisiones racionales, autónomas y críticas.
2. **Educación en el consumo**, o sea, formar su pensamiento para reconocer que la publicidad es una invitación constante al consumo, muchas veces de lo que no necesitamos.

2.2.7 Importancia educativa de la publicidad:

Los medios de comunicación de masas, incluida la publicidad, forman parte de los dispositivos configuradores más potentes que existen en la actualidad en la tarea de creación, difusión y refuerzo de modelos culturales de tipo simbólico a partir de los cuales, y junto a otras variables, los individuos de hoy construyen sus propias identidades, su imagen de la realidad y su escala de valores.

Esto es posible, entre otros motivos, porque:

- 1) La publicidad tiene un grado de penetración exorbitante que alcanza todos los rincones del planeta.
- 2) Está especialmente dotada para la persuasión de las masas.

3) Muchos de los mensajes tienen un común denominador que subsiste y se repite insistentemente, lo que facilita el recuerdo, la actualización y puesta en práctica de lo aprendido.

4) No suelen ser mensajes coercitivos sino persuasivos, adaptados a la demanda, divertidos y desinhibidores.⁴⁹

Todos los medios de comunicación cumplen un importante papel educativo: como potenciadores de los aprendizajes que contribuyen a que los sujetos construyan, a lo largo de su desarrollo, personalidades autónomas y equilibradas en todas las dimensiones del ser humano.

2.2.8 Método para la lectura crítica de la publicidad:

Los medios de comunicación especialmente la publicidad, han aportado a la sociedad unos nuevos lenguajes audiovisuales que poseen una sintaxis y semántica propia, que hay que conocer y utilizar para poder comprender e interpretar sus mensajes. Por ello, se hace imperante la necesidad de promover desde la escuela y especialmente desde el área de lengua castellana el análisis crítico de los mensajes publicitarios haciendo uso de diferentes técnicas y metodologías, con el fin de alcanzar niveles más elevados de comprensión de lectura e interpretación textual en los estudiantes. Además del acto de leer la publicidad, para comprender críticamente el interior de sus discursos se hace necesario poner a los alumnos en situación de crear nuevos mensajes publicitarios utilizando diferentes elementos del lenguaje.

Según Aguaded y Pérez⁵⁰, autores españoles, para hacer un análisis crítico de la publicidad, se deben tener en cuenta cuatro estrategias básicas:

⁴⁹ VERA VILA, Julio. Educación social e impacto educativo de os medios persuasivos: Publicidad y propaganda. 1998. N°316, p. 193-213

⁵⁰ AGUADED G. José I. y PÉREZ R. María A. Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuesta desde los medios. En: Grupo pedagógico Andaluz "Prensa y educación". 1993. p. 64-68.

1. **Análisis crítico y creativo de los mensajes publicitarios.** Develar los mecanismos persuasivos y estereotipos que la publicidad transmite. Esto puede desarrollarse a partir de un estudio de cómo están presentes cada uno de estos elementos: ¿quién emite?, ¿Cuál es su finalidad?, ¿hacia quién se dirige?, ¿cómo es el mensaje que transmite?, ¿qué recursos lingüísticos y gráficos emplea?, ¿en qué contexto se sitúa el mensaje?, ¿qué canales emplea y por qué? Así mismo, se pueden emplear otras estrategias de lectura que incidan sobre la lectura crítica.
2. **Estudio del medio.** Enseñanza del medio publicitario, que permita conocer los mecanismos semióticos, gráficos y lingüísticos que ponen en funcionamiento los mensajes publicitarios. Algunos de estos elementos son: las técnicas de creación de mensajes publicitarios, relaciones gráficas, etc.
3. **Lectura crítica de imágenes.** Roberto Aparici⁵¹ propone diferenciar en la lectura de las imágenes una fase objetiva, dedicada al análisis de los elementos básicos de la imagen (línea, punto, forma, luz, color, tono, encuadre, movimiento, tiempo, sonido); seguidamente otra fase enfocada a la descripción conceptual de la misma (objetos, personas, localizaciones, ambientes) y por último y de vital importancia como el primero, un estudio descriptivo global de las imágenes, en función de sus características elementales (iconicidad, simplicidad, monosemia o polisemia, originalidad o redundancia).

2.3 MARCO LEGAL

Esta investigación está enmarcada en cuatro normas educativas vigentes y que tiene relación directa con el objetivo de la propuesta. Ante todo, la educación como

⁵¹ APARICI, Roberto. Lectura de Imágenes. Citado por: AGUADED G. José I. y PÉREZ R. María A. Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuesta desde los medios. En: Grupo pedagógico Andaluz “Prensa y educación”. 1993. p. 64-68.

derecho fundamental que se establece en la **Constitución política de Colombia**⁵², en su **Artículo 67**:

“La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente...”

Seguidamente, se toma como segundo referente legal la **Ley 115**⁵³ **de 1994**, en sus artículos 5 y 20.

Artículo 5. Fines de la Educación Colombiana: Numerales 1 y 9 en donde se establece:

- El pleno desarrollo de la personalidad sin más limitaciones que las que le imponen los derechos de los demás y el orden jurídico, dentro de un proceso de formación integral, física, psíquica, intelectual, moral, espiritual, social, afectiva, ética, cívica y demás valores humanos.
- El desarrollo de la capacidad crítica, reflexiva y analítica que fortalezca el avance científico y tecnológico nacional, orientado con prioridad al mejoramiento cultural y de la calidad de la vida de la población, a la participación en la búsqueda de alternativas de solución a los problemas y al progreso social y económico del país.

Artículo 20: Objetivos generales de la educación básica, en el inciso B, establece:

- Desarrollar las habilidades comunicativas para leer, comprender, escribir, escuchar, hablar y expresarse correctamente.

⁵² COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución política. (20, julio, 1991). Bogotá, 1991. 125 p.

⁵³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 115 (8, febrero, 1994). Por la cual se expide la ley general de educación. Bogotá, 1994. 50 p.

En tercer lugar, dentro del marco legal de la investigación se enmarcan específicamente las consideraciones que a la luz de **Lineamientos Curriculares de Lengua Castellana**⁵⁴, se establecen en cuanto al área objeto de intervención de la presente propuesta.

En este documento se afirma la importancia del lenguaje y sus diferentes manifestaciones como herramientas extraordinarias para establecer relaciones sociales e instrumentos para la comunicación. De esta manera, habla entonces de *lenguaje verbal* y *lenguaje no verbal* – otros sistemas simbólicos – creados como resultado de acuerdos sociales establecidos por la humanidad. Dentro de las grandes metas en la formación del lenguaje en la educación básica y media, se encuentran ahora, los **Estándares Básicos en Competencias de Lengua Castellana**⁵⁵, que proponen que la formación en el área se debe orientar hacia el enriquecimiento de seis dimensiones:

1. La comunicación
2. La transmisión de información
3. La representación de la realidad
4. La expresión de los sentimientos y las potencialidades estéticas
5. El ejercicio de la ciudadanía responsable y por último y no menos importante,
6. El sentido de la propia existencia.

Dentro de dichas dimensiones, es de interés de la propuesta el desarrollo de la **pedagogía de otros sistemas simbólicos**, que tiene que ver con la enseñanza de lo *verbal* (*lenguaje formal*) y el *lenguaje no verbal* (*gestualidad, cine, video, radio, graffiti, música, pintura, publicidad entre otros*) como manifestaciones del lenguaje y medios de expresión e interacción entre los miembros de la cultura y sociedad.

⁵⁴ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos curriculares de Lengua Castellana, Áreas Obligatorias y Fundamentales.1998.

⁵⁵ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Estándares Básicos de Competencias en Lenguaje. 2006. p. 34.

Finalmente, se ubica el conjunto de grados correspondiente a 4º y 5º los factores de organización de los Estándares Básicos de Competencias del Lenguaje sobre los cuales se enfoca la investigación:

- Comprensión e interpretación textual, factor en el cual se desarrolla la lectura de diferentes textos, el reconocimiento de la función social de los mismo, la identificación de las siluetas textuales o formatos que estos presentan, para facilitar su comprensión; y
- Medios de comunicación y otros sistemas simbólicos, como herramientas para desarrollar procesos de comunicación verbal y no verbal en un mismo elemento, y por medio del cual se pretende el desarrollo de la competencia simbólica y la expresión gráfica entre otros aspectos.
- Ética de la comunicación, visto como factor transversal y que puede ser articulado al trabajo con los otros dos factores.

Con respecto a estas normativas vigentes se contextualiza el trabajo de la presente investigación apuntando hacia el fortalecimiento de los procesos de lectura, comprensión e interpretación de *medios de comunicación y otros sistemas simbólicos*, campo de exploración muy relevante en la actualidad para la enseñanza del lenguaje.

3. METODOLOGÍA

La investigación hace parte de la humanidad desde los inicios de su existencia y dicha acción es la que ha permitido la construcción del conocimiento humano; por ende, esta actividad se ha convertido en un quehacer cotidiano y único del hombre para acceder al conocimiento. Dicha necesidad por conocer o intentar explicar todo aquello que lo rodea, hace que se cree una relación entre el *sujeto* y el *objeto de conocimiento*; y es en esta interacción donde se construyen los nuevos conocimientos. Así, para iniciar la descripción del método de investigación que se empleó en esta propuesta, se hizo necesario hacer un recorrido a través de los conceptos más relevantes de la misma y establecer los elementos constitutivos de la metodología de investigación.

Teniendo en cuenta que la presente investigación tuvo como objetivo principal determinar cómo a través del texto publicitario se puede desarrollar la lectura crítica en estudiantes del grado quinto de un establecimiento educativo oficial en la ciudad de Barrancabermeja, se inició el estudio de la realidad de dicha institución educativa en cuanto a los bajos resultados obtenidos por los estudiantes en las pruebas saber 2015, en el área del lenguaje; por ende esta problemática exigió una explicación y análisis; desde un corte cualitativo. Es así, que en este capítulo de la propuesta se estableció el enfoque, el tipo de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos e información y demás elementos con los que se le dió sustento a las acciones pedagógicas a implementar.

3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO

Un enfoque es la perspectiva o el horizonte de sentido desde el que se observa la realidad. Por lo tanto, en éste, cuentan los intereses, las intencionalidades y los conocimientos con los que el investigador percibe, categoriza y conceptualiza los

fenómenos estudiados.⁵⁶ Por ello, se puede decir que todos los individuos inmersos en una sociedad comparten realidades comunes, que los determinan, configuran y les permite percibirla de manera objetiva, dinámica y consiente; debido a esta interacción pueden vivir dichos fenómenos de manera diferente, y por ende, para analizarlos se requieren de enfoques investigativos variados con los cuales tratar de interpretar o explicar dicha realidad. Por tanto, la investigación se enmarcó dentro del *enfoque de tipo cualitativo* con un diseño metodológico: *(IA) Investigación acción*.

La investigación con *enfoque cualitativo*, busca la *comprensión e interpretación* de la realidad humana y social, con un interés práctico, es decir, con el propósito de *ubicar y orientar* la acción humana y su realidad subjetiva.⁵⁷ Debido a ello podemos afirmar que en los estudios cualitativos, se pretende llegar a comprender la singularidad de las personas y las comunidades, dentro de su propio contexto histórico y cultural; para así, examinar la realidad tal como ellos la experimentan y a partir de la interpretación de sus propios significados, sentimientos, creencias y valores intentar explicarla.

Podemos señalar algunas características esenciales de este tipo de investigación:

- No se parte de hipótesis, ni se pretenden demostrar teorías.
- El investigador estudia las personas y los grupos, desde los contextos en los que se hallan, en su ambiente natural y vida cotidiana.
- Se producen datos *descriptivos*, empleando técnicas como la observación participante, la entrevista no estructurada, la entrevista biográfica, las historias de vida, las entrevistas grupales, etc.
- La relación que el investigador establece con las personas y con los grupos es cercana y empática; es decir, basada en una interacción de tipo dialógico y

⁵⁶ MARTÍNEZ, Jorge. Métodos de investigación cualitativa. En: Silogismos de investigación. Julio – Diciembre 2011. N°8(1), 43. ISSN 1909955X

⁵⁷ *Ibid.*, p. 16

comunicativo. Adicionalmente, debe estar en capacidad de poder adaptarse al lugar y a las personas objeto de estudio.

- Su metodología es flexible, por cuanto puede ser redefinida en el transcurso de la misma.

3.2 DISEÑO METODOLÓGICO

Teniendo en cuenta que el problema de la investigación estuvo relacionado específicamente con los bajos resultados obtenidos por los estudiantes en las pruebas externas de la institución educativa en el área de Lenguaje; aspecto que se pudo denominar como una problemática específica y como una necesidad de cambio que exigió de una estrategia pedagógica de intervención que permitió determinar si a través de la publicidad se logra desarrollar lectura crítica en los estudiantes de grado quinto del establecimiento. Para esta propuesta de intervención se seleccionó como diseño metodológico *la investigación acción del enfoque cualitativo*.

Tal como afirma Rincón Igea⁵⁸: “La investigación-acción se revela como uno de los modelos de investigación más adecuados para fomentar la calidad de la enseñanza e impulsar la figura del profesional investigador, reflexivo y en continua formación permanente” , refiriéndose el autor al docente como sujeto promotor de cambios en el contexto educativo en donde se encuentra. Así mismo, lo dice Kemmis cuando afirma que, esta metodología tiene como fin último mejorar la realidad vivida, buscando evaluar para cambiar la realidad desde la realidad misma. Una forma de comprender los procesos de enseñanza y aprendizaje, no solo es querer investigar sobre ellos, si no también que desde este diseño metodológico la problemática

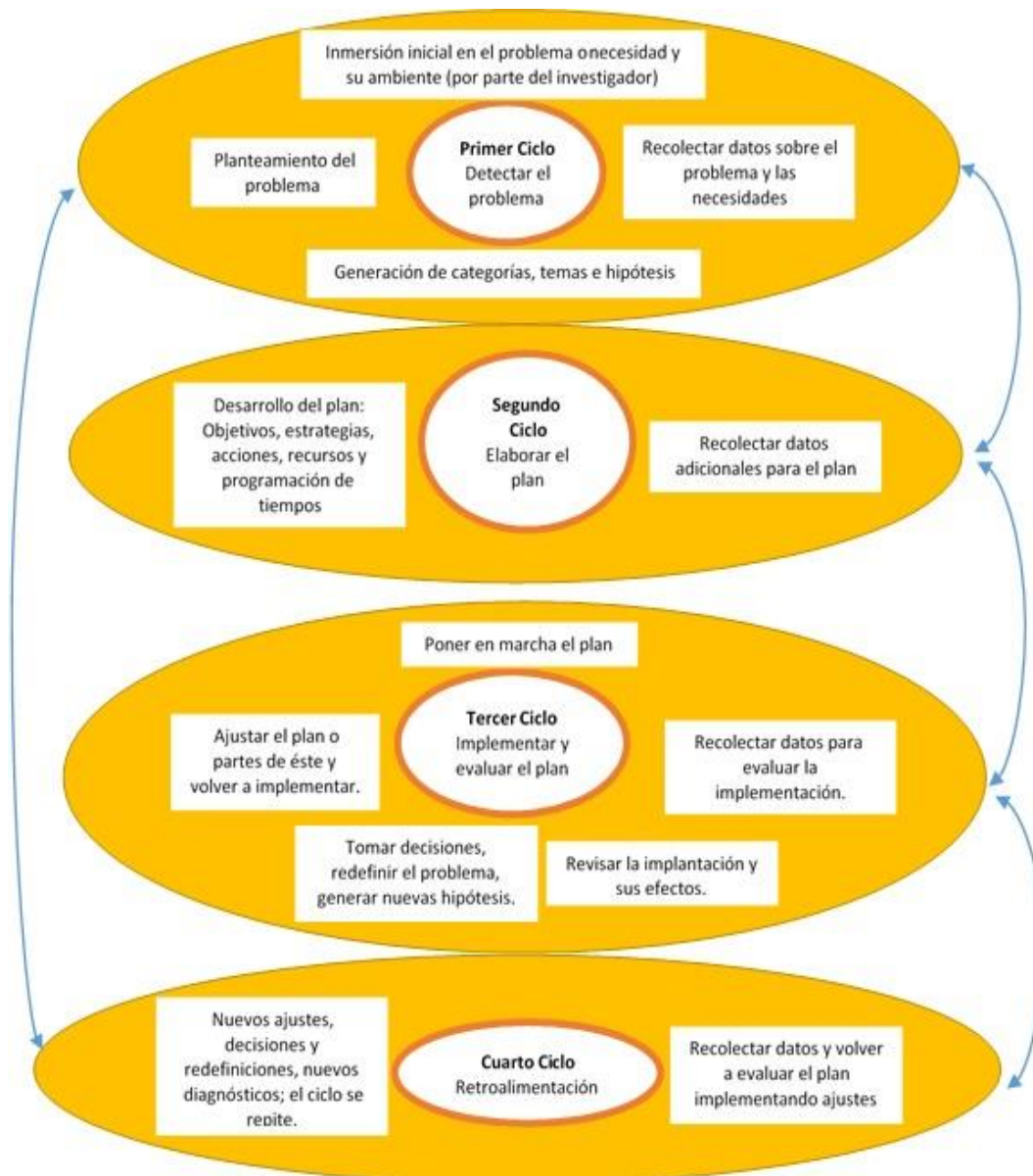
⁵⁸ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. México: Abril, 2006. p.

detectada guíe la acción, elemento que hace que el investigador desde la práctica (plan de acción) introduzca mejoras progresivas.

El propósito principal de la *investigación-acción* tal como lo señala Sadín, pretende esencialmente, propiciar el cambio social, transformar la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación. Así mismo lo afirman León y Montero, quienes la representan como el estudio de un contexto social donde mediante un proceso de investigación con pasos “en espiral”, se investiga al mismo tiempo que se interviene. Es este carácter cíclico, lo que permite determinar que es el diseño metodológico adecuado para el presente proyecto.

La *investigación – acción* desarrollada por *Kurt Lewin*, quien define el trabajo a través de ella como un proceso cíclico de *exploración, actuación y valoración de resultados*. Por ello, partiendo de la visión del fundador de este diseño metodológico de investigación, se han desarrollado otros modelos y para esta investigación se adopta el construido por HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar.

FIGURA 2. Principales acciones para llevar a cabo la investigación-acción. 59



Fuente: Fases y ciclos de la IA según HERNÁNDEZ SAMPIERI, FERNÁNDEZ COLLADO y BAPTISTA LUCIO.

Basado en ese modelo de investigación acción, se determinaron los ciclos y fases de la investigación, teniendo en cuenta los objetivos planteados en la propuesta; cuyo horizonte se centró en aportar información valiosa que guíe a la institución en

⁵⁹ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. México: Mc Graw Hill. 2006. 839 p.

el mejoramiento de la calidad educativa que brinda a su comunidad. Por lo tanto, a continuación se presentó la tabla diseñada por la autora del proyecto que permitió comprender el carácter cíclico del diseño de la Investigación acción en esta propuesta. Este proceso tomó como referencia las cuatro fases que plantea Sampieri pero la autora realiza una adaptación o rediseño de las mismas para quien retome la investigación como antecedente pueda continuar con el último ciclo de la investigación.

Tabla 8. Ciclos y fases de la investigación

CICLO	FASE	OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÉCNICA	INSTRUMENTO
1 DIAGNÓSTICO	Detectar el problema	Identificar en qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto.		Prueba inicial Entrevista semiestructurada Observación no participante	Rejilla de valoración Guía de entrevista Guía de observación no participante
2 DISEÑO	Elaborar el plan	Determinar qué estrategia pedagógica permite el desarrollo de la comprensión e interpretación textual. Establecer las características que debe contener dicha estrategia para mejorar los procesos de comprensión e interpretación textual en los estudiantes de quinto grado.	Secuencia didáctica		
3 IMPLEMENTACIÓN	Implementar el plan	Implementar la estrategia didáctica que incorpora la publicidad para mejorar los procesos de comprensión e interpretación textual en los estudiantes de quinto grado.	Secuencia didáctica	Observación participante Prueba final	Diario de campo Rejilla de valoración

Fuente: Elaboración propia.

3.3 ESCENARIO Y PARTICIPANTES

La presente investigación se desarrolló en una institución educativa oficial, ubicada en el sector rural del municipio de Barrancabermeja – Santander; específicamente en el Corregimiento El Llanito, población de estrato 1 y 2 con una actividad socio económica basada en la pesca, la gastronomía típica del lugar y el comercio propio de su clasificación como sitio turístico de la ciudad.

La propuesta de intervención se implementó con estudiantes de quinto grado de básica primaria, cuyas edades oscilan entre los 10 y 15 años en el área de Humanidades y lengua castellana, en donde el objeto de investigación se debe a los bajos resultados obtenidos en el año 2015 por dichos estudiantes en esta área. A partir de esta problemática, inicialmente se proyectaron en las fases y ciclos de la investigación y poder determinar como a través de la publicidad se desarrolla la lectura crítica en los estudiantes y de qué forma a través de dicha estrategia pedagógica se interviene la problemática para interpretarla e intentar lograr algún tipo de cambio o avance en los aprendizajes y destrezas superiores para la comprensión de lectura.

3.4 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En este aparte del capítulo se presentan las técnicas e instrumentos que se emplearon para la recolección de la información de la realidad social objeto de análisis de la presente investigación. Por ello, para la selección de estas estrategias metodológicas se tuvo en cuenta el tipo de información que se pretende recolectar, las características de la fuente de la misma y finalmente el tiempo del que se dispuso para realizar todo el proceso investigativo.

3.4.1 Técnicas de recolección de la información. Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de

Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata⁶⁰. En este sentido, puede entenderse como un conjunto de herramientas orientadas a recoger, generar, analizar y presentar la información sobre una situación que amerita ser observada y conocida por parte de los participantes de la investigación.

3.4.1.1 Prueba inicial y final de lectura.

Jorba y Sanmartí definen la evaluación diagnóstica o evaluación inicial como: “técnica orientada a determinar la situación de cada alumno antes de comenzar un determinado proceso de enseñanza-aprendizaje, para poderlo adaptar a sus necesidades.⁶¹ La información recolectada a través de esta técnica permitió determinar los niveles de comprensión e interpretación en los que se encontraban los estudiantes de quinto grado.

Por consiguiente, el objetivo de la primera prueba fue identificar las dificultades que presentaban los estudiantes en cuanto a los componentes y competencias evaluadas con el objeto de promover acciones de mejora dentro de la implementación de la propuesta. Así mismo, Casanova⁶², define la prueba final como “aquella que se realiza al terminar un proceso de enseñanza y aprendizaje, aunque éste sea parcial. Una evaluación o prueba final puede estar referida al finalizar un ciclo, curso o etapa educativa, pero también al término del desarrollo de una unidad didáctica o del proceso habido a lo largo de un trimestre o año. Estas pruebas tienen dos funciones: una de carácter formativo y otra de tipo sumativo; en cuanto a la primera, sirve para retroalimentar y adecuar la enseñanza al modo del

⁶⁰CENTTY VILLAFUERTE, Deymor B. Director General de Nuevo Mundo & Docente Universitario. Manual metodológico para el investigador científico. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Facultad de economía. 2006. Capítulo VI p.41

⁶¹JORBA, Jaume y SANMARTÍ, Neus. La función pedagógica de la evaluación. Universidad Autónoma de Barcelona. p 4

⁶² CASANOVA, María Antonia. Capítulo 3. Evaluación: Concepto, tipología y objetivos. 1998. Disponible: ursa.ihmc.us/rid=1303160302515_965178929_26374/EvaluacionConceptoTipologia_Y_Objeto.pdf

aprendizaje de los estudiantes. Y en cuanto a su función sumativa, es imprescindible para tomar la decisión última sobre el grado de lo alcanzado por un alumno y determinar el nivel de logro con relación a los objetivos de aprendizaje propuestos.

Teniendo en cuenta lo anterior, este proyecto de investigación empleó esta técnica, dirigida a estudiantes del grado quinto con el objetivo de determinar en ambos casos (inicial o final) cómo se encontraban los estudiantes en cuanto a los procesos de comprensión e interpretación textual y conocer al final grado de avance con relación al estado inicial.

3.4.1.2 Entrevista semiestructurada a docentes. Es una técnica empleada para obtener información de manera oral y personalizada, sobre acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona, como las creencias, las actitudes, las opiniones, los valores, en relación con la situación que se está estudiando⁶³. Para la cual, se parte de un guión determinado para saber qué información es relevante y necesaria para la investigación. Por consiguiente, la entrevista semiestructurada se hizo de manera espontánea dando la oportunidad de interactuar y de recibir información, entrelazando los temas que se deseaban conocer, utilizando por lo general una grabadora de audio como herramienta para capturar todos los detalles que habla el entrevistado.

La entrevista semiestructurada se aplicó con el objetivo de determinar cuáles eran las concepciones sobre las prácticas pedagógicas que tenían los maestros sobre la lectura crítica y que estrategias de comprensión de lectura se encontraban empleando para desarrollar el pensamiento crítico en sus estudiantes.

⁶³BISQUERRA ALZINA, Rafael. Metodología de la investigación educativa. Universidad de Barcelona. Editorial la Muralla. 2004. p.336

3.4.1.3 Observación no participante. Como su nombre nos indica, es la técnica de observación en donde el observador/investigador permanece ajeno a la situación que observa. Aquí el observador estudia el grupo y permanece separado de él. Tal como afirma Sandoval Casilimas⁶⁴; la observación no participante permite apoyar el “mapeo”, sin exponer al investigador a una descalificación por “incompetencia cultural”, es decir, sin poner en evidencia su posible desconocimiento del objeto observado. Contar con un registro de lo observado, permitió al investigador comprender la realidad estudiada objeto de análisis y focalizar la atención en los aspectos más relevantes durante la siguiente etapa de la observación que fue la observación participante.

Para la presente investigación esta técnica se utilizó con fines evaluativos, es decir, para identificar aspectos, elementos o estrategias que empleaba el docente de lenguaje en el proceso de enseñanza del área, en cuanto a la lectura de otros sistemas simbólicos y a la lectura crítica, haciendo uso de una guía estructurada de observación o lista de chequeo.

3.4.1.4 Observación participante.

Esta técnica fue seleccionada por la investigadora con el firme propósito que, de una vez terminado el proceso de la observación no participante, realizar la misma tarea, pero esta vez desde adentro de la realidad que se pretende abordar. Rafael Bisquerra define la observación participante como *“la técnica que consiste en observar al mismo tiempo que se participa en las actividades propias del grupo que se está investigando”*⁶⁵, es así que el investigador debe convivir, compartir, acompañar al grupo en todas las situaciones cotidianas que conforman esta realidad

⁶⁴ SANDOVAL CASILIMAS, Carlos A. Módulo de investigación social. Bogotá: Arfo, 2002. p, 139.

⁶⁵BISQUERRA ALZINA, Rafael. Metodología de la investigación educativa. Universidad de Barcelona. Editorial la Muralla. 2004. p.332

objeto de estudio y de igual manera, comprometerse con el grupo para superar la problemática a investigar.

La técnica se desarrolló en el aula de clase del grado quinto de la institución educativa oficial seleccionada; con el propósito de observar y analizar el cómo se ejecutan las clases de lengua castellana y poder determinar el enfoque y estrategias pedagógicas que empleó el docente para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual.

3.4.2 Instrumentos de recolección de la información.

Los instrumentos son los objetos concretos que facilitan la aplicación precisa de la técnica y aunque poseen características propias deben adecuarse al objeto de estudio⁶⁶. Este se convierte entonces, en las herramientas que se utilizaron para desarrollar las técnicas, empleadas para orientar y organizar el proceso. Ahora, los instrumentos que se emplearon para cada una de las técnicas son:

3.4.2.1 Rejilla de evaluación prueba inicial y final.

La rejilla o rúbrica buscó identificar las evidencias necesarias para valorar lo que se realizó durante el desarrollo de una actividad. Esta sirvió para evaluar o supervisar el estado en que se encontraba un estudiante con relación a sus aprendizajes específicos de la tarea a realizar. Stone define la rúbrica como *“un instrumento que emerge del enfoque de formación por desempeños, ya que este enfoque propone que al estudiante se le evalúe la integración de conocimientos, habilidades y actitudes por medio de evidencias, ejecuciones, actuaciones o desempeños donde el evaluado demuestre lo que sabe, hace y representa como sujeto social e*

⁶⁶REGALADO LOPEZ, Oscar. Metodología de la investigación científica. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de información. Chiclayo, febrero 2014. Disponible en : <http://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/marco-metodolgico-38046737>

*individual*⁶⁷. Por consiguiente, las rúbricas ayudaron a la investigadora a organizar, planificar, articular los indicadores y niveles de desempeño de los aprendizajes evaluados. Se diseñaron dos tipos de rúbricas: holísticas o analíticas. La holística, permitió hacer una valoración global del desempeño del estudiante sin especificar los aspectos que secuencialmente debe ir demostrando para alcanzar la meta planteada.

Por otra parte, la rúbrica analítica fue más detallada y en ella se definieron las competencias, criterios y niveles de comprensión lectora, con sus categorías de análisis, para desde allí, valorar, calificar y emitir los conceptos frente al desempeño de los estudiantes⁶⁸. Se tuvo en cuenta en el diseño de la rúbrica que, los criterios evaluados podían ser o no alcanzados por un estudiante (cumple, no cumple), que sirvieron para identificar, interpretar y determinar cuál era el estado o grado de avance al que había llegado un estudiante después de la implementación de la propuesta.

3.4.2.2 Guía de la entrevista semiestructurada a docentes. La guía fue un esquema rígido, sino, un medio que aseguró, que la información fluyó de manera espontánea y flexible sin descuidar los objetivos propuestos⁶⁹. La estructura de la entrevista fue aparentemente informal, dado que la información recibida incidió en la investigación. Por lo tanto, se tuvo en cuenta el lugar donde se realizó la misma, evitando que existieran factores que la perturbaran, se manejó un tiempo con el fin de garantizar el éxito de la misma. Para la elaboración de la entrevista se debió tener en cuenta el inicio, el proceso y la finalización, para lograr cumplir con el propósito⁷⁰. En la

⁶⁷Adolfo León Arenas Landínez, Kelly Johana Gómez Jiménez Las Rúbricas o Matrices de Valoración, Herramientas de Planificación e Implementación de una Evaluación por Desempeños. Fecha de aprobación: 16/06/2013. Revista DE LA FACULTAD DE INGIENERIA FISICOMECHANICAS.UIS. disponible en <file:///C:/Users/EVELYN%20Y%20SAID/Downloads/3714-15507-1-PB.pdf>.

⁶⁸Ibíd., p.83.

⁶⁹CASTRO BONILLA, Elsy. RODRIGUEZ S. Penélope. La investigación en ciencias sociales. Más allá del dilema de los métodos. Editorial norma. Colombia. 1997. ISBN 958-9057-72-1. p.220.

⁷⁰Ibíd.,p.115

presente investigación el guion de la entrevista se implementó en la fase de planeación, con el objetivo de crear un ambiente armónico y de confianza con el maestro.

3.4.2.3 Registro estructurado de observación no participante. Teniendo en cuenta que el diseño de investigación de la presente propuesta fue de tipo cualitativo, la investigadora diseñó el registro estructurado de observación como una guía que permitió explorar el ambiente y contexto escolar, en aspectos sociales que influyeron en la problemática objeto de estudio; y así mismo, poder comprender los procesos de enseñanza y aprendizaje en el área de lengua castellana que se presentaban en el establecimiento educativo. Con respecto a estos elementos específicos a observar se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

- Objetivos de aprendizaje
- Material didáctico empleado en la clase
- Momentos de la clase: Apertura, desarrollo y cierre
- Evaluación de los aprendizajes

3.4.2.4 Diario de campo. Rafael Bisquerra define este instrumento como un sistema de registro de la situación natural que recoge la interpretación de la realidad desde la perspectiva del observador⁷¹. Es así, que este se convirtió en una narración minuciosa y periódica de las experiencias y hechos observados por el investigador en la realidad objeto de estudio.

Se tuvo en cuenta que este instrumento no debía convertirse en sólo una recopilación de información sino en la elaboración de un informe final. Para ello, se consideraron tres aspectos fundamentales:

⁷¹ BISQUERRA ALZINA, Rafael (coordinador). Metodología de la investigación educativa. Universidad de Barcelona. Editorial la Muralla. 2004. p.335.

- a) La descripción, con la cual se detalló objetivamente el contexto donde se desarrolló la acción.
- b) Se describió de forma breve, las relaciones y situaciones de los sujetos que intervinieron en ese contexto y esa cotidianidad.
- c) La interpretación, comprendida en dos aspectos: la comprensión y la interpretación⁷². En el diario de campo se evitaron los comentarios y análisis subjetivos ya que este instrumento debió conservar el rigor y la objetividad que requiere.

3.5 PROCESO DE ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

3.5.1 Análisis de la información fase diagnóstica. La fase de diagnóstico tuvo como fin responder a dos de las preguntas directrices planteadas en la presente investigación. La primera tenía que ver con los niveles de comprensión e interpretación textual en que se encontraban los estudiantes de quinto grado, y la segunda qué estrategias utilizaba el docente para el desarrollo de estos procesos. Por tal motivo, la investigadora para el análisis de la información recopilada “más que seguir una serie de reglas y procedimientos concretos sobre cómo analizar los datos, la investigador construyó su propio análisis” a partir de ellos tal como lo afirma Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar en el texto metodología de la Investigación. En consecuencia, se usaron tres técnicas de investigación cualitativa que se administraron con el siguiente orden:

- Prueba inicial de lectura.
- Entrevista semiestructurada.
- Observación no participante.

⁷² MARTÍNEZ R, Luis Alejandro. La Observación y el Diario de Campo en la definición de un tema de Investigación. Fecha de Aceptación: 16 /04 /07. Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/551125/2015II/La_observacion_y_el_diario_de_Campo_en_la_Definicion_de_un_Tema_de_Investigacion.pdf

Para iniciar esta etapa de análisis de la información, se tuvo en cuenta que dentro del enfoque metodológico de esta investigación que es de tipo cualitativo, la recolección de la información y el análisis de los mismos, se hizo prácticamente al mismo tiempo, puesto que la investigadora de manera autónoma y basada en su interiorización de la metodología de la investigación acción, estableció unas categorías y subcategorías de análisis de acuerdo a los datos recogidos.

Para ello, distinguió entre categorías, que denotan un tópico en sí mismo, y subcategorías, que detallan dicho tópico en microaspectos⁷³. Las categorías y subcategorías en la prueba inicial, prueba final de lectura y en la observación no participante son apriorísticas, es decir, construidas antes del proceso recopilatorio de la información; mientras que en la entrevista semiestructurada son emergentes, es decir, que surgen desde de la propia indagación, como lo establece Jhon Elliot⁷⁴ cuando diferencia entre “conceptos objetivadores” y “conceptos sensibilizadores”, en donde las categorías apriorísticas corresponderían a los primeros y las categorías emergentes a los segundos.

En este aparte de la investigación la investigadora realizó el análisis detallado de los datos obtenidos por medio de los instrumentos utilizados en la fase diagnóstica y los cuales fueron preparados para su análisis usando diferentes herramientas como matrices, cuadros, gráficas, esquemas, etc. Este proceso permitió a la investigadora generar relaciones, significados e hipótesis e ir contrastarlos con la teoría y obtener similitudes o diferencias entre ellos, para de esta manera determinar los hallazgos producto del proceso de investigación.

⁷³ CISTERNA C. Francisco. Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *Theoria*, Vol. 14 (1): 61-71, 2005 ISSN 0717-196X p. 64 Departamento de Ciencias de la Educación, Facultad de Educación y Humanidades. Universidad del Bío-Bío, Chillán

⁷⁴ CISTERNA C. Francisco. Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *Theoria*, Vol. 14 (1): 61-71, 2005 ISSN 0717-196X p. 64 Departamento de Ciencias de la Educación, Facultad de Educación y Humanidades. Universidad del Bío-Bío, Chillán

3.5.1.1 Análisis de la prueba inicial de lectura:

Se realizó con 16 estudiantes del grado quinto, en una sesión de dos horas. Este número de estudiantes son los niños y niñas del curso que participaron de manera voluntaria con el aval de sus padres de familia. Teniendo en cuenta que la investigadora realiza las labores de tutoría del Programa Todos a Aprender del MEN en la institución educativa y por directrices de la rectoría, se determinó que el desarrollo de la investigación se realizara en el horario contrario de clases. Por tal motivo, algunos padres de familia decidieron no dejar participar a sus hijos e hijas de esta investigación, puesto que algunos de los estudiantes no viven en el corregimiento, sino, en veredas aledañas al mismo y los desplazamientos son difíciles por la zona en la que se encuentra ubicada cada una de sus viviendas (Anexo G).

La prueba inicial de lectura contó con 26 preguntas de opción múltiple, en las cuales los estudiantes debían seleccionar una única opción. Dichas preguntas fueron seleccionadas de los cuadernillos de preguntas liberadas de las pruebas Saber de los años 2009, 2012 y 2015. Las preguntas evaluaron la competencia comunicativa en sus procesos de lectura y escritura; dentro de los cuales se buscó identificar desde la lectura, aspectos claves como la comprensión e interpretación textual desde los tres componente del lenguaje: semántico, pragmático y sintáctico⁷⁵; y desde la competencia escritora, lograr establecer los elementos que tienen en cuenta los estudiantes a la hora de evaluar un escrito desde los momentos de planeación, escritura y revisión⁷⁶.

A continuación la investigadora presenta un análisis detallado de los datos obtenidos a través de los resultados de la prueba inicial de lectura por cada una de las preguntas.

⁷⁵ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Caja de materiales Siempre Día E ¿Qué aprendizajes evalúan las pruebas Saber? Matriz de referencia lenguaje 5º. Bogotá. 2016. 4 p.

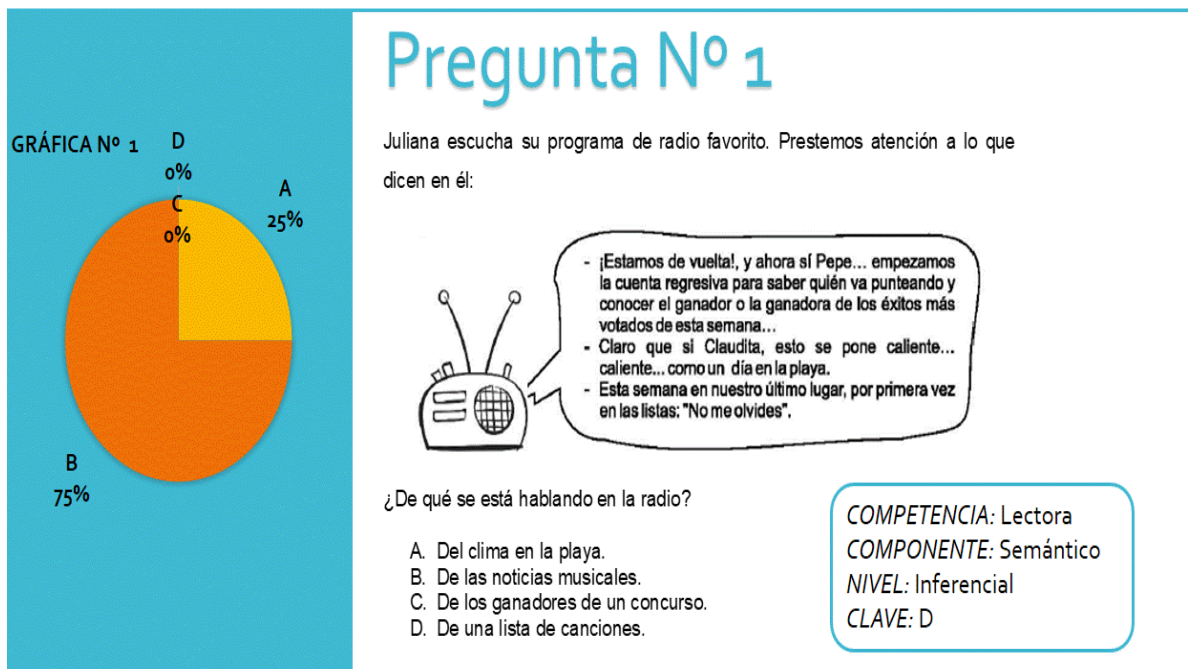
⁷⁶ MINISTERIO DE ECUCACIÓN NACIONAL. Icfes mejor saber: Guía de interpretación y uso de resultados de las pruebas SABER 3º, 5º y 9º. Colombia. 2015. 47 p.

Tabla 9. Descripción de la población evaluada

GRADO	5º	GENERO		EDAD			
ESTUDIANTES EVALUADOS	16	FEMENINO	13	9	10	11	12
		MASCULINO	3	3	5	4	1
				0	1	2	0

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5. Resultados prueba inicial pregunta N° 1.



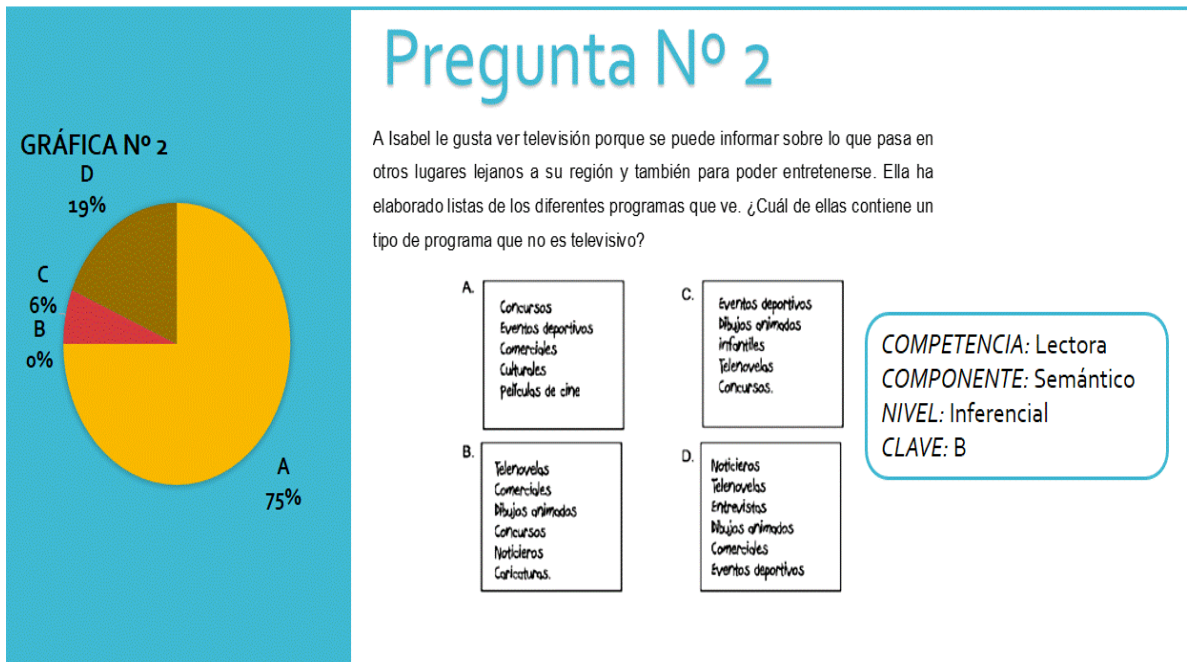
Fuente: Elaboración propia.

El gráfico muestra que el 0% de los estudiantes evaluados escogieron la opción D, la cual es la respuesta correcta. El 25% seleccionó la respuesta A y el 75% la opción B, afirmando que, de lo que se habla en la pregunta es de las noticias musicales o del clima en la playa y no de las posiciones que ocupan las canciones en un listado de un programa de radio. De manera que, los 16 estudiantes muestran dificultades para recuperar información explícita en el contenido del texto, aspecto que se

evidencia cuando no ubica datos puntuales sobre el ¿Qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué? y ¿Cómo? del texto leído.

Nuevamente en la segunda pregunta de la prueba inicial de lectura, el 0% de los estudiantes seleccionaron la opción B como la respuesta correcta. Es así que de ellos se puede inferir que no reconocen las caricaturas como un tipo de texto no televisivo. De ahí que, los 16 estudiantes evaluados tienen dificultades en reconocer este tipo de texto y movilizar sus saberes previos para ampliar referentes y contenidos ideológicos especialmente en la integración del contenido de un texto con otros textos de la cultura.

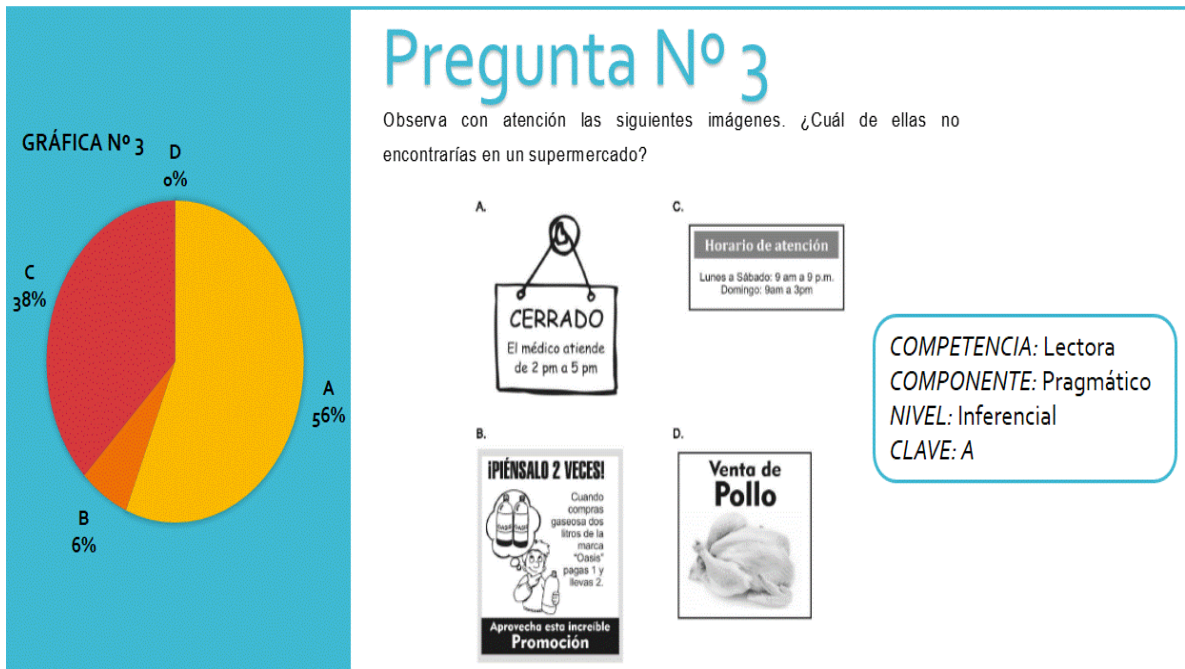
Gráfica 6. Resultados prueba inicial pregunta N° 2.



Fuente: Elaboración propia.

Las preguntas 1 y 2 se encuentran relacionadas con la Categoría I “comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico” y la Subcategoría “sentido y significado del texto”.

Gráfica 7. Resultados prueba inicial pregunta N° 3.

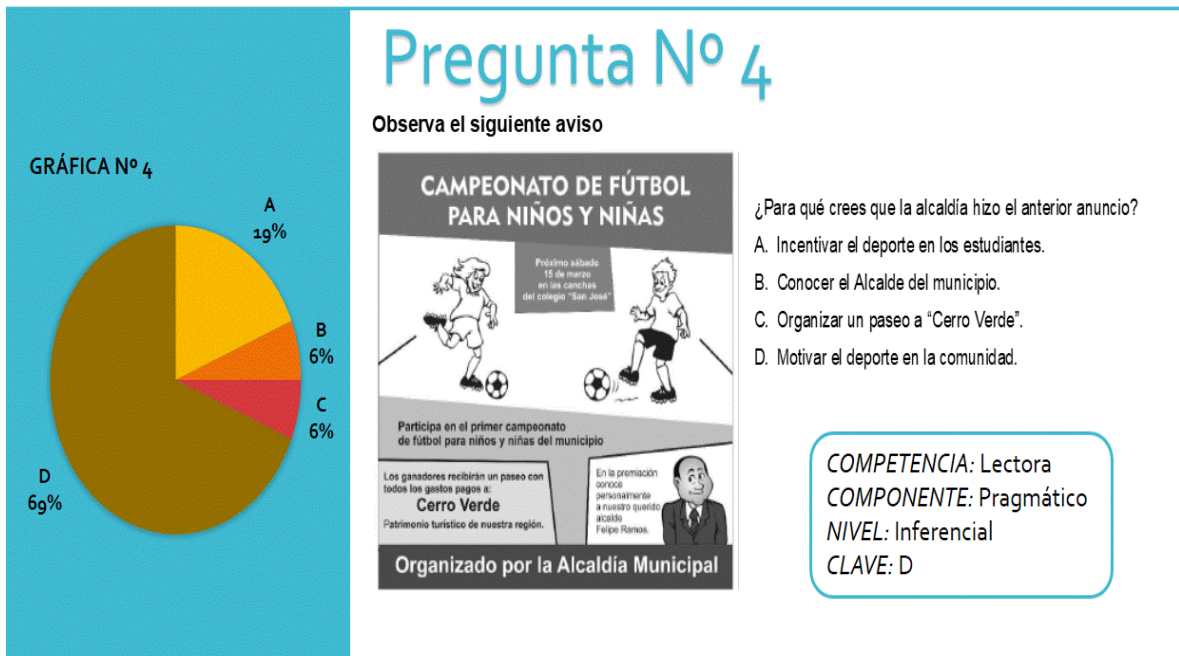


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la pregunta N° 3, el 56% de los estudiantes acertaron en la selección de la respuesta y el 44% respondieron incorrectamente, dichos estudiantes (E-01, E-02, E-03, E-04, E-12, E-13, E-14, E-15 y E-16), no identifican las intenciones y propósitos de los textos que lee, teniendo en cuenta que deben reconocer los elementos implícitos de la situación comunicativa del texto. Esta pregunta corresponde a la Categoría I “comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico” y la Subcategoría “Uso del texto en contexto”.

Como resultado del análisis de los resultados obtenidos de la pregunta 4, de los 16 estudiantes evaluados el 69% respondió correctamente, mientras que el 31% no lo hace. Esto quiere decir, que los estudiantes no reconocen los elementos implícitos de la situación comunicativa del texto, especialmente en lo que tiene que ver con el propósito del mismo.

Gráfica 8. Resultados prueba inicial pregunta N° 4.

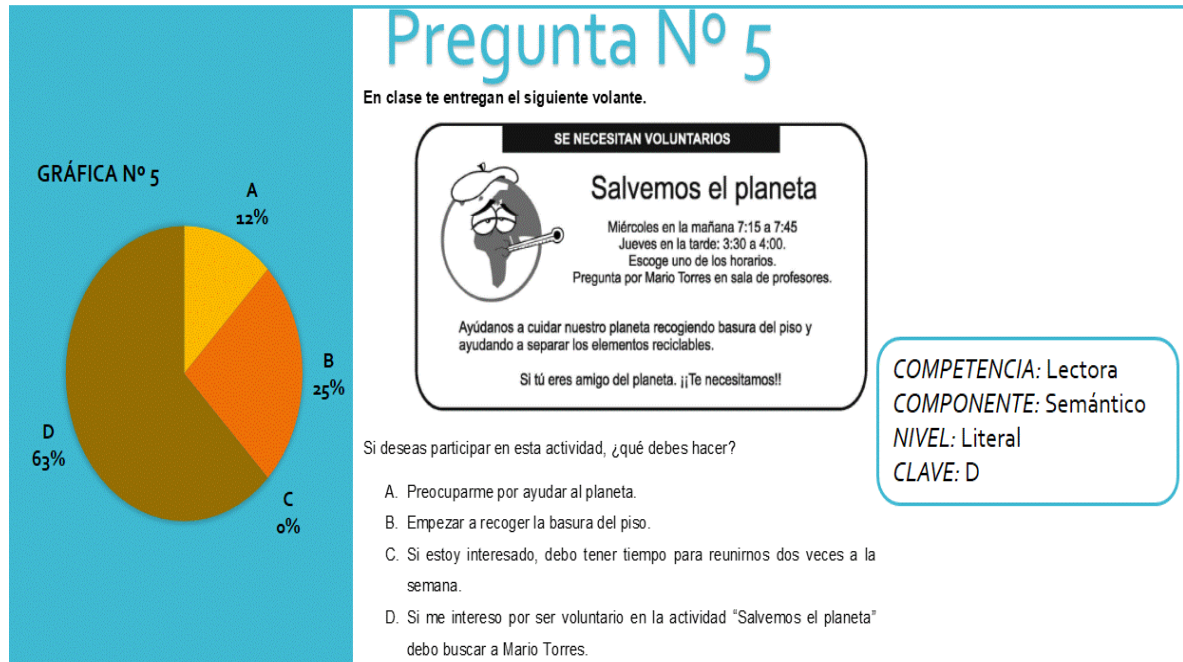


Fuente: Elaboración propia.

Las preguntas 3 y 4 requieren que el estudiante realice un proceso de comprensión de lectura en el nivel Inferencial, de tal manera que pueda reconocer los elementos implícitos de la situación comunicativa del texto. En cuanto a la pregunta 5, se requiere que el estudiante extraiga información explícita del contenido del texto y por ende el nivel de comprensión que exige del estudiante es Literal. De acuerdo con los resultados obtenidos, el 63% de los estudiantes evaluados responden acertadamente a ella (E-01, E-03, E-04, E-05, E-06, E-07 y E-08), al mismo tiempo un 37% no cumple con este criterio de evaluación.

En cuanto a la pregunta 6, de acuerdo a la gráfica el 50%, de los estudiantes evaluados que equivalen a 8 (E-02, E-06, E-08, E-10, E-12, E-15 y E-16), responden adecuadamente a la pregunta. No obstante, el otro 50% (E-01, E-03, E-04, E-05, E-07, E-09, E-10, E-11, E-13 y E-14) se les dificulta la recuperación de información explícita del contenido del texto, esta pregunta requiere un nivel de comprensión Literal.

Gráfica 9. Resultados prueba inicial pregunta N° 5.

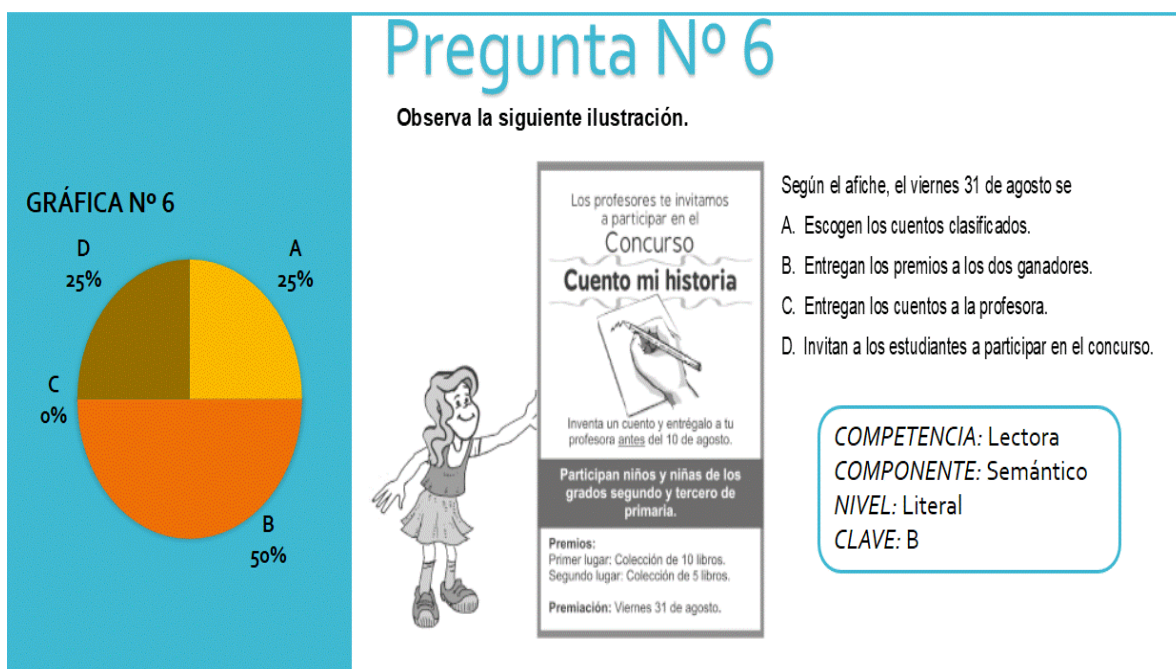


Fuente: Elaboración propia.

Las preguntas 6 y 7 evaluaron en el estudiante el reconocimiento de la secuencia de acciones, hechos y eventos en el texto que lee, adicionalmente la recuperación de información explícita en el contenido del texto. Estas preguntas indagan sobre la competencia lectora Categoría I "Comprensión de textos" y la Subcategoría I que tiene que ver con el componente semántico "Sentido y significado del texto".

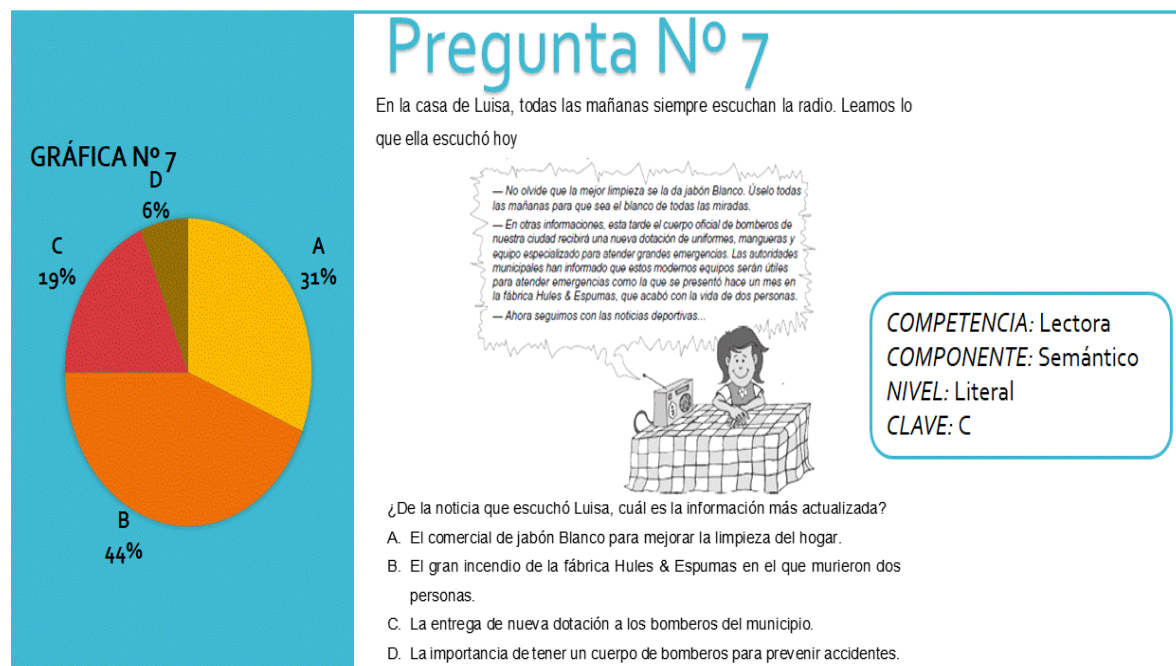
En la gráfica 12 se puede observar la forma como respondieron los estudiantes a la pregunta 8, de tal manera que un 38% (E-4, E-9, E-10, E-12, E-13 y E-15) de ellos seleccionaron la opción D, siendo esta la respuesta correcta. El 62% fallaron en la selección demostrando que al inferir la respuesta no reconocieron los elementos implícitos en la situación comunicativa y de esta manera no determinaron el propósito del texto.

GRÁFICA 10. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 6.



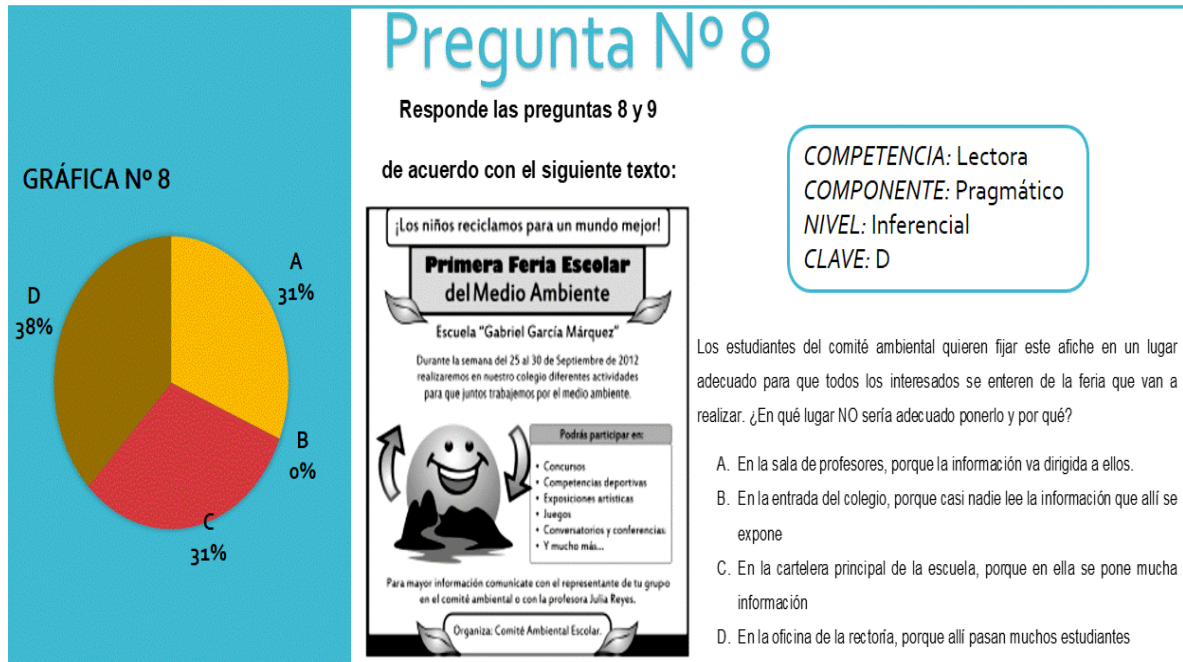
Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 11. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 7.



Fuente: Elaboración propia.

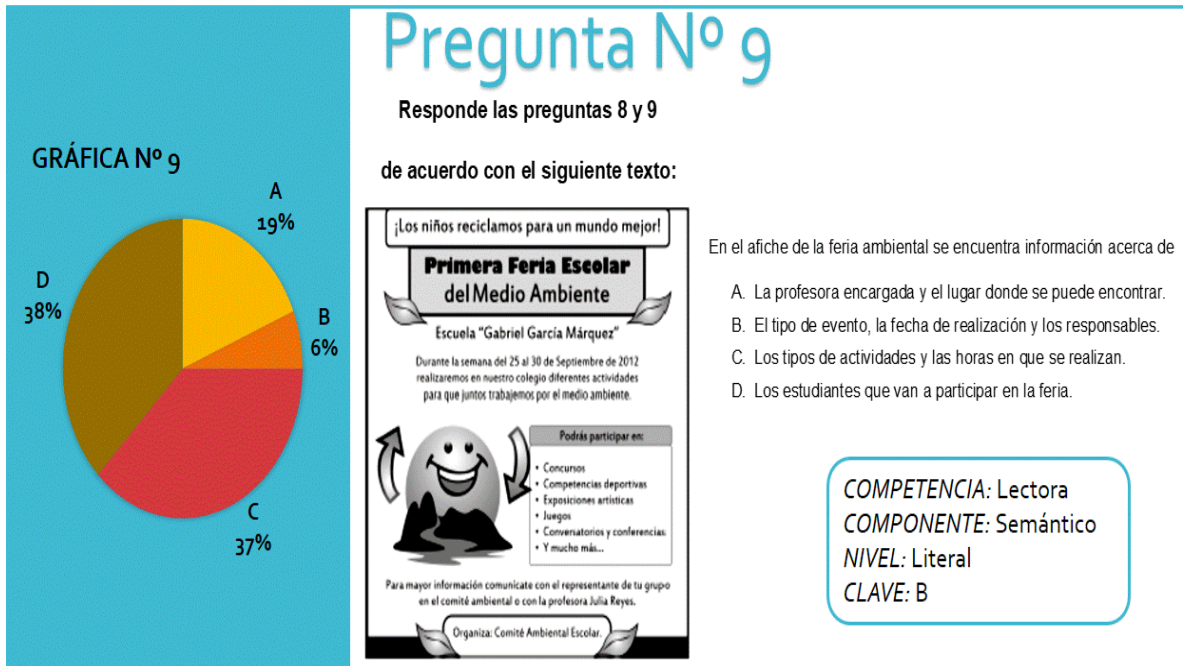
GRÁFICA 12. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N° 8.



Fuente: Elaboración propia.

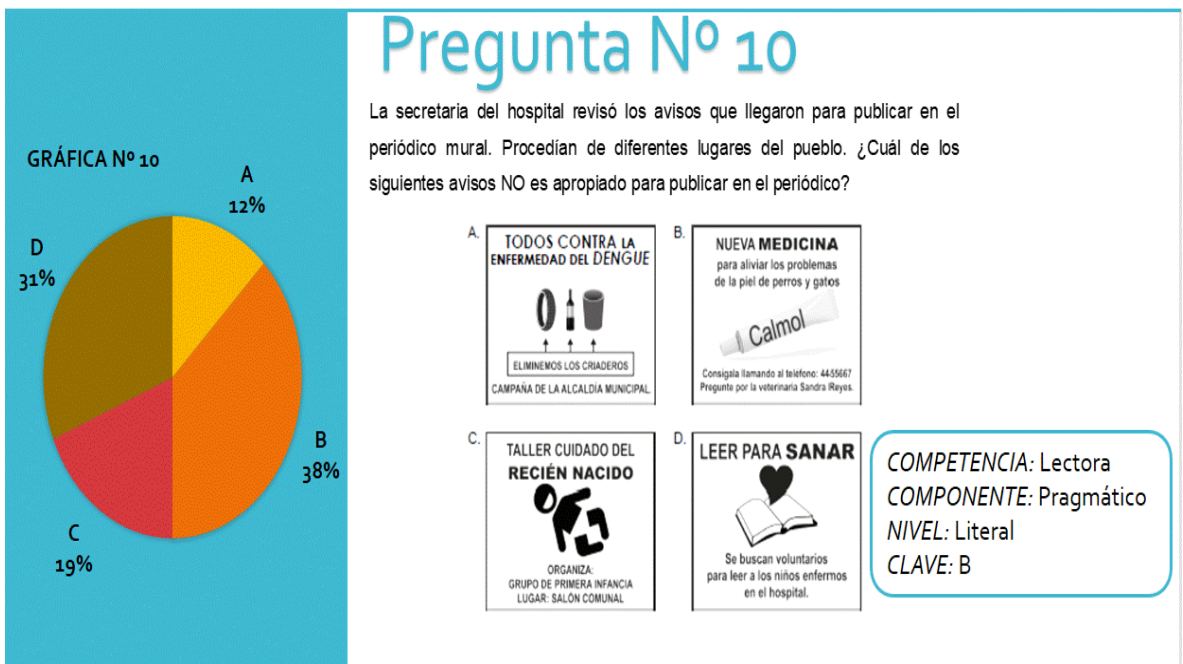
En cuanto a la pregunta 9, sólo un estudiante correspondiente al 6% (E-15) respondió correctamente el enunciado, demostrándose con ella las dificultades que tiene el 94% de los estudiantes para recuperar información explícita en el contenido del texto, aspecto que se evidencia cuando no ubica datos puntuales como el ¿Qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, ¿Cómo? del mismo. En el ítem 10 se evaluó en los estudiantes si ellos identifican quién habla en el texto, reconociendo con ello los elementos explícitos de la situación de comunicación. Por ello, la gráfica muestra que un 38% (E-2, E-3, E-8, E-11, E-12 y E-13) de los estudiantes seleccionaron la respuesta correcta y un 62% no reconocen que existía un aviso dentro de las opciones que no era apropiado publicarlo en el periódico mural de un hospital.

GRÁFICA 13. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°9.



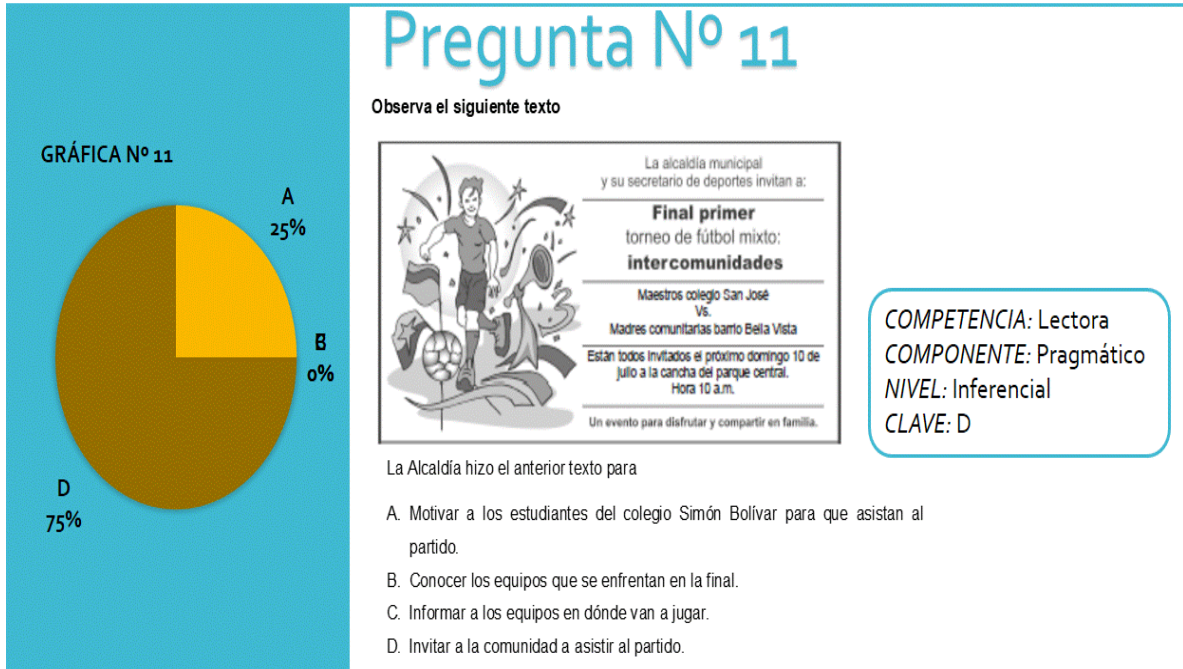
Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 14. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°10.



Fuente: Elaboración propia.

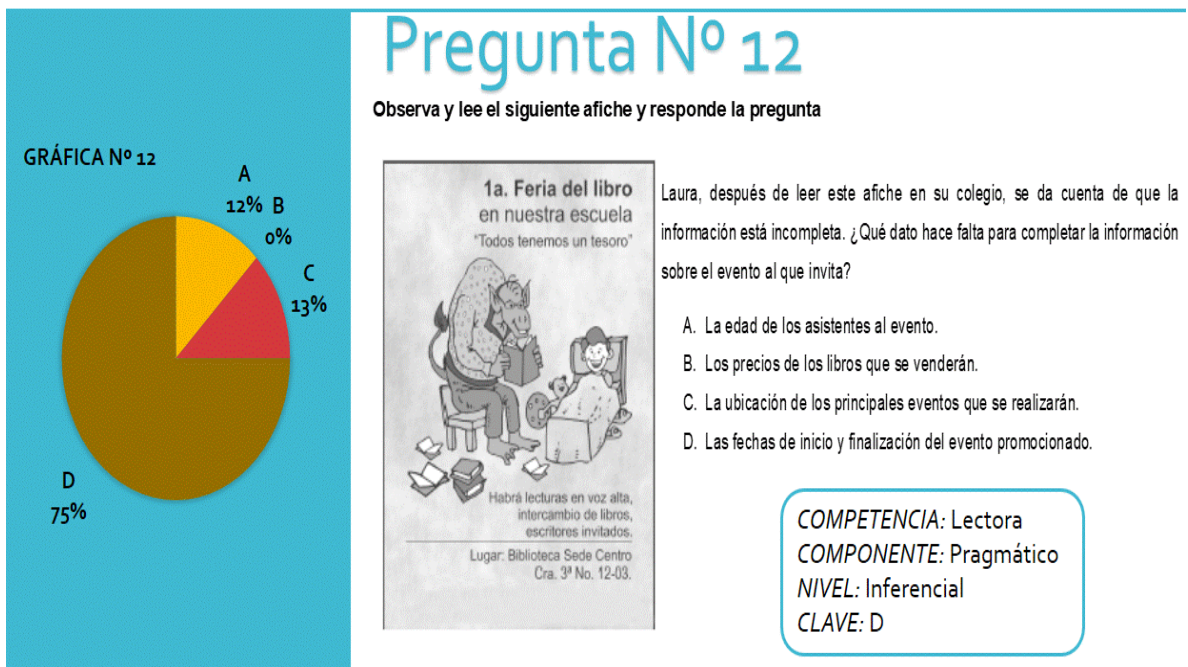
GRÁFICA 15. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°11.



Fuente: Elaboración propia.

El 75% de los 16 estudiantes evaluados respondió la pregunta 12 acertadamente demostrando que infieren las intenciones o propósitos de los textos que lee recuperando con ello elementos implícitos de la lectura. Por el contrario un 25% correspondiente a 4 estudiantes (E-09, E-10, E-14 y E-16) no lograron hacer este proceso respondiendo que la intención de texto era motivar a los estudiantes del colegio Simón Bolívar para que asistan al partido. El ítem 13 evaluó, cómo los estudiantes comprenden los mecanismos de uso y control que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular y así mismo evalúan la pertinencia del contenido en relación con el propósito que tiene el texto. De ahí que el 75% de los estudiantes infieren que el dato faltante en la invitación al evento del cual habla la pregunta, se encuentra en la opción D correspondiente a las fechas de inicio y finalización del evento promocionado. Adicionalmente esta pregunta está ubicada en la Categoría II “Producción de textos” y desde la Subcategoría del momento de “revisión”.

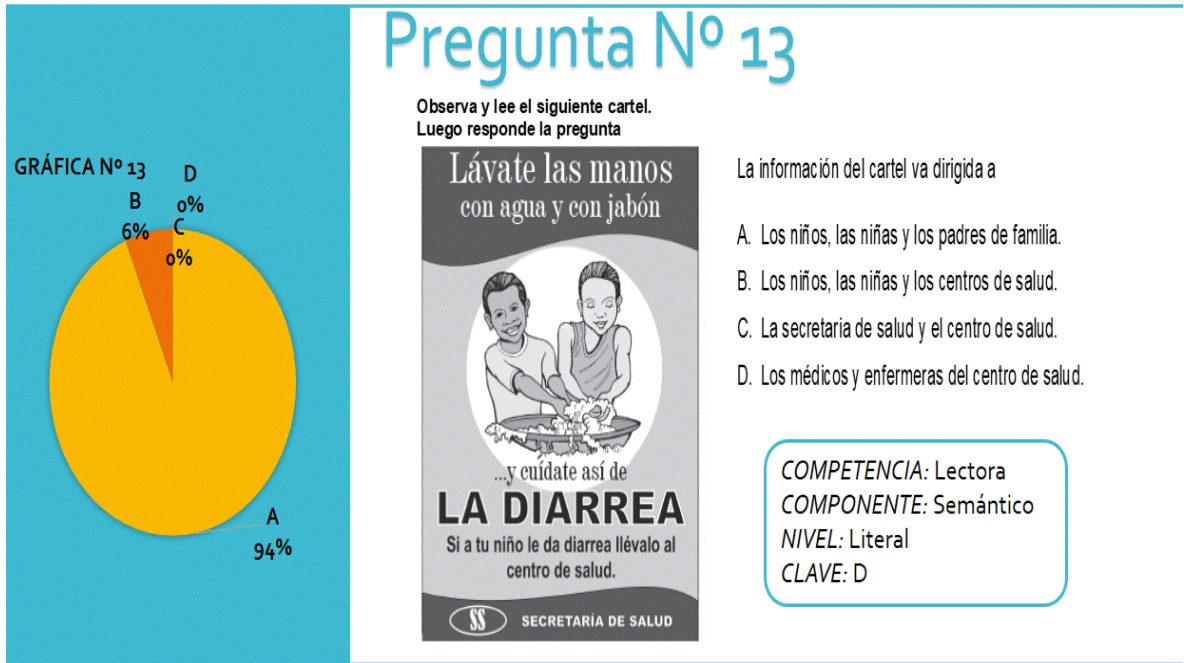
GRÁFICA 16. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°12.



Fuente: Elaboración propia.

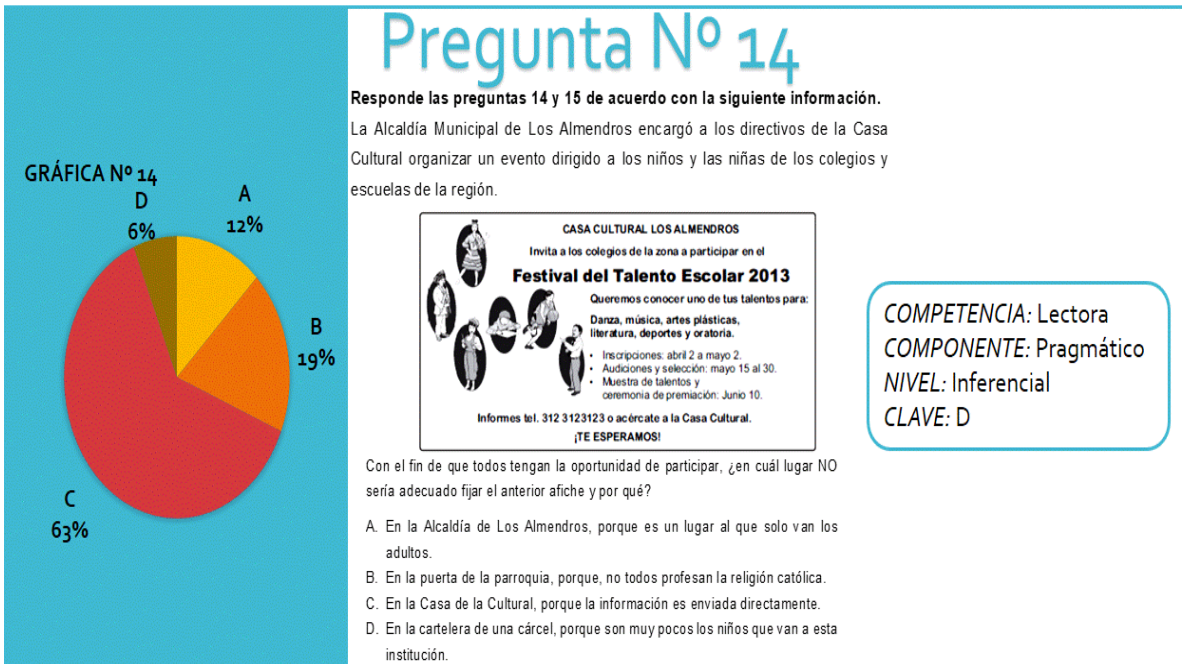
El grado de dificultad de la pregunta 13 fue bajo, por consiguiente el 94% de los estudiantes lograron ubicar información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos y así recuperar la información explícita en el contenido del texto. Mientras el 6% correspondiente a 1 estudiante (E-03) que no lo logró hacerlo. Contraria a la pregunta anterior, el grado de dificultad del ítem 14 fue alto para los estudiantes, ya que la gráfica muestra que sólo un 6% (E-02) de ellos lograron identificar la intención y propósito comunicativo del texto y un 94% presentan dificultades con reconocer los elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.

GRÁFICA 17. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°13.



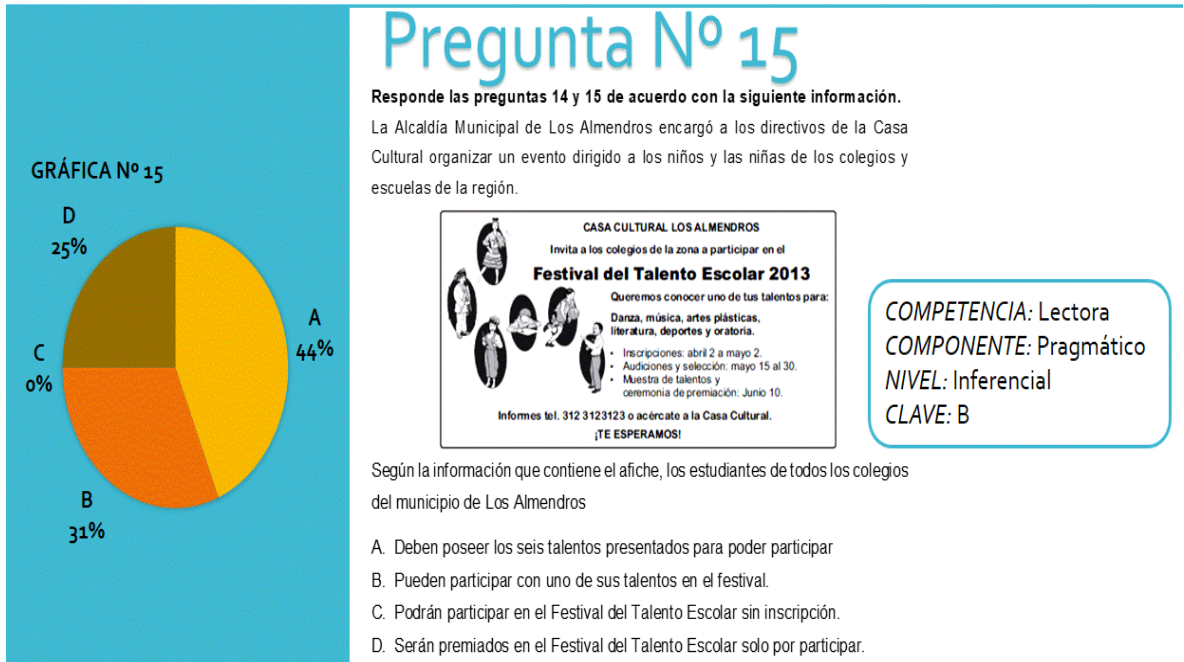
Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 18. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°14.



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 19. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°15.

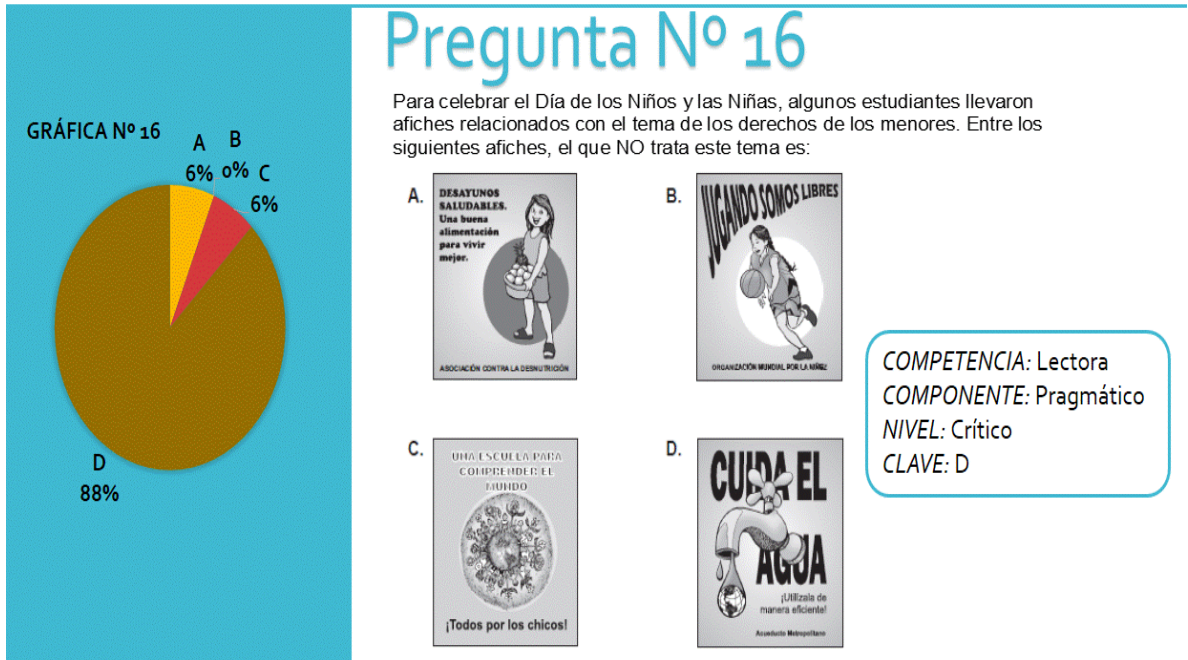


Fuente: Elaboración propia.

Según la gráfica un 31% de los estudiantes evaluados contestaron acertadamente esta pregunta, mientras el 69% presentan dificultades para hacerlo. Las preguntas 14 y 15 están ubicadas en la Categoría I y buscan evaluar la “Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico”, específicamente en la Subcategoría “Uso del texto en contexto”.

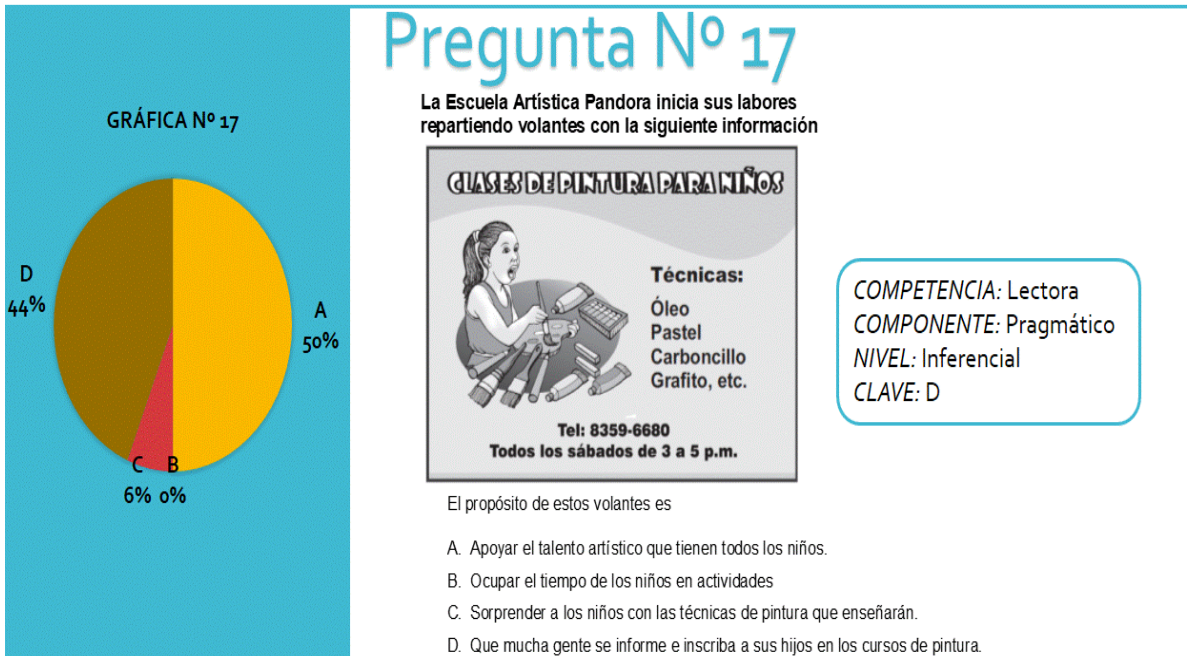
La pregunta 16 exige del estudiante un nivel de comprensión lectora crítica buscando que este evalúe la información explícita e implícita de la situación de comunicación caracterizando al posible enunciatario del texto, el 88% de los estudiantes respondieron acertadamente y solo un 12% de ellos muestran dificultades. Este enunciado indaga sobre aspectos pragmáticos del lenguaje y por ende pertenece a la Categoría I “Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico” y la Subcategoría “Uso del texto en contexto”.

GRÁFICA 20. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°16.



Fuente: Elaboración propia.

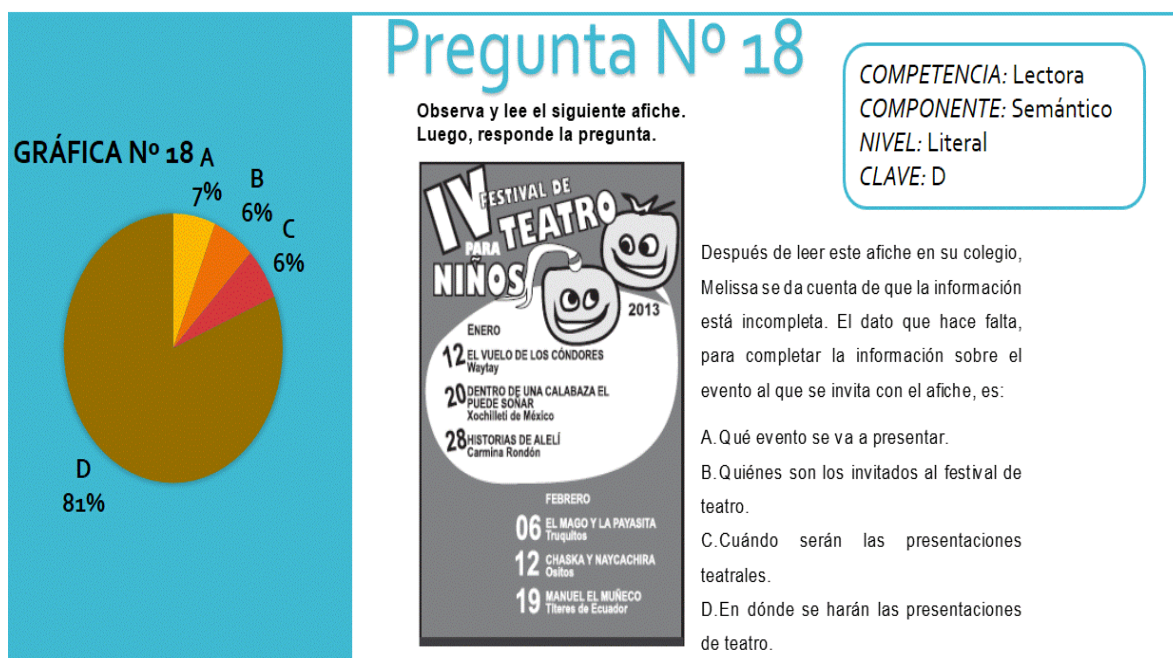
GRÁFICA 21. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°17.



Fuente: Elaboración propia.

A la pregunta anterior, respondieron acertadamente 7 estudiantes que corresponden al 44% de los 16 evaluados. De manera que se puede afirmar que estos estudiantes identificaron la intención y propósito del texto leído, reconociendo elementos implícitos de la situación comunicativa. Por medio de esta pregunta los estudiantes realizaron un nivel de lectura Inferencial.

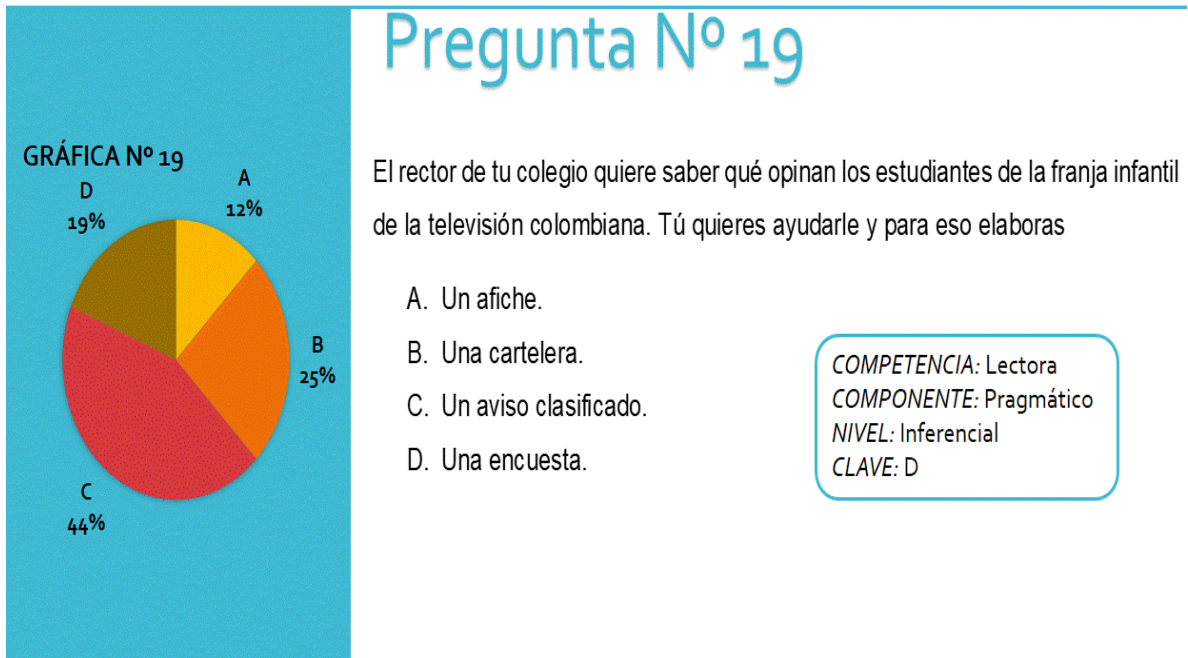
GRÁFICA 22. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°18.



Fuente: Elaboración propia.

La gráfica 22 muestra que el 81% de los estudiantes acertaron en la selección de la opción correcta mostrando un nivel de comprensión lectora de tipo Literal, siendo capaces de recuperar información explícita en el contenido del texto y respondiendo a ubicar en el escrito información puntual sobre ¿Dónde? se harán las presentaciones de teatro; por el contrario, el 19% de ellos equivalente a tres estudiantes (E-09, E-15 y E-16), muestran dificultades en la identificación de información explícita del texto leído.

GRÁFICA 23. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°19.

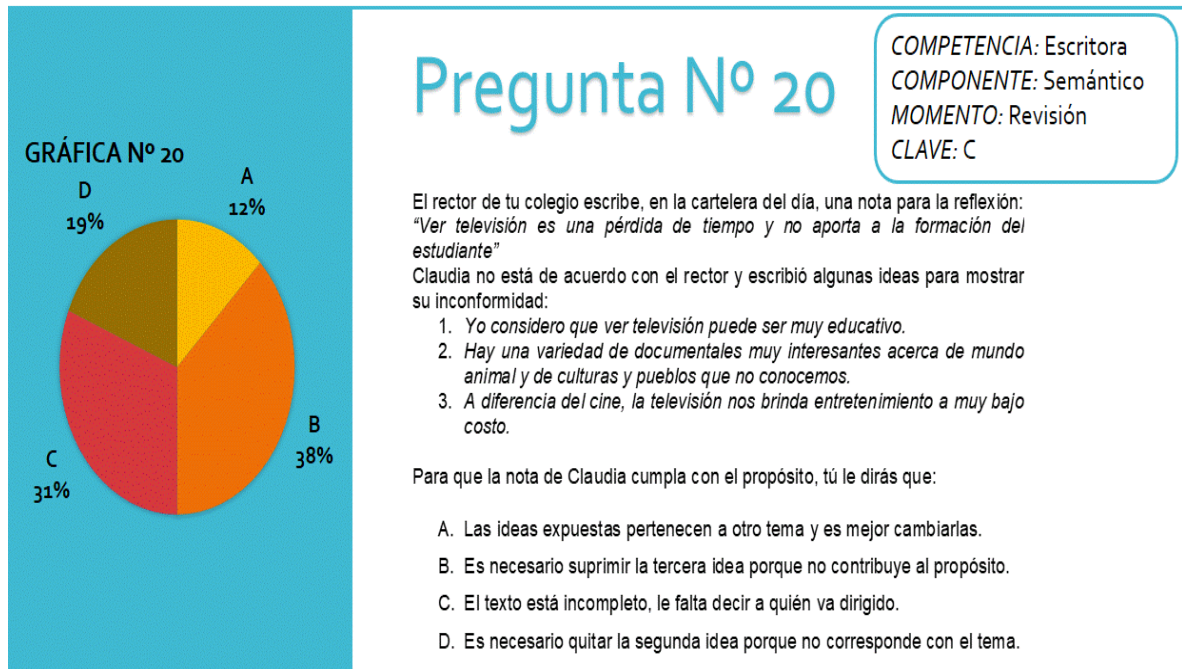


Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta sólo el 19% (E-07, E-08 y E-10) de los estudiantes dan cuenta de los mecanismos de uso y control de las estrategias discursivas para adecuar el texto a la situación de comunicación, esto lo logran a través de la evaluación de la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo. El nivel de comprensión lectora que exige esta pregunta del estudiante es Inferencial y se encuentra ubicada en la Categoría II “Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión” y la Subcategoría “Uso del texto en contexto”.

El enunciado del ítem 20, también evaluó si el estudiante comprende los mecanismos de uso y control pero en este caso los que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular y de esta manera determine la pertinencia del contenido en relación con el propósito comunicativo. Un 31% de los estudiantes evaluados acertaron en la selección de la respuesta correcta, mientras un 69% presenta dificultades para alcanzar este aprendizaje.

GRÁFICA 24. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°20.

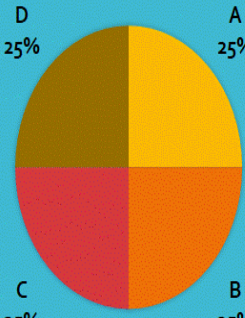


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 25, de la pregunta se analiza que los estudiantes respondieron de a 4 por cada opción de respuesta, dando como resultado un 25% para cada uno de los ítems, por lo tanto sólo el 25% (E-10, E-11, E-14 y E-15) que seleccionó la clave "B" como respuesta correcta, acertaron. Es decir, este grupo de estudiantes dan cuenta de los mecanismos de uso y control de la lengua y de la gramática textual que permiten regular la coherencia y cohesión del texto, en una situación de comunicación particular, estos estudiantes evalúan en un texto escrito el uso adecuado de los elementos gramaticales de concordancia y ortográficos.

GRÁFICA 25. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°21.

GRÁFICA N° 21




Opción	Porcentaje
A	25%
B	25%
C	25%
D	25%

Pregunta N° 21

Los estudiantes de un colegio elaboran el siguiente afiche para una campaña publicitaria sobre las basuras. En él se encuentra la siguiente frase:

**"Vota en el vote la basura
y vota por un sus-
piro de vida"**



COLEGIO EL OSO FELIZ.

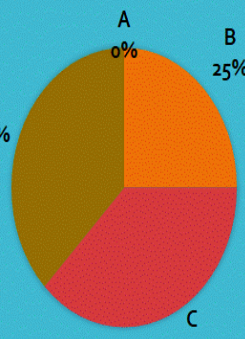
En la frase se presentan errores de ortografía y de mala ortografía y de mala utilización de palabras. Al corregirlos tú escribirías:

COMPETENCIA: Escritora
COMPONENTE: Sintáctico
MOMENTO: Revisión
CLAVE: B

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 26. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°22.

GRÁFICA N° 22



Opción	Porcentaje
A	0%
B	25%
C	37%
D	38%

Pregunta N° 22

Debes escribir una propuesta de campaña porque tus compañeros de salón te eligieron como postulante, para ser el posible presidente de tu curso ante el concejo estudiantil. La propuesta que debes elaborar debe tener como propósito principal

- A. Convencer a tus compañeros para que te elijan presidente.
- B. Invitar a tus compañeros a participar en la campaña.
- C. Informar a tus compañeros sobre los días de elección.
- D. Promover en el colegio la necesidad de participación.

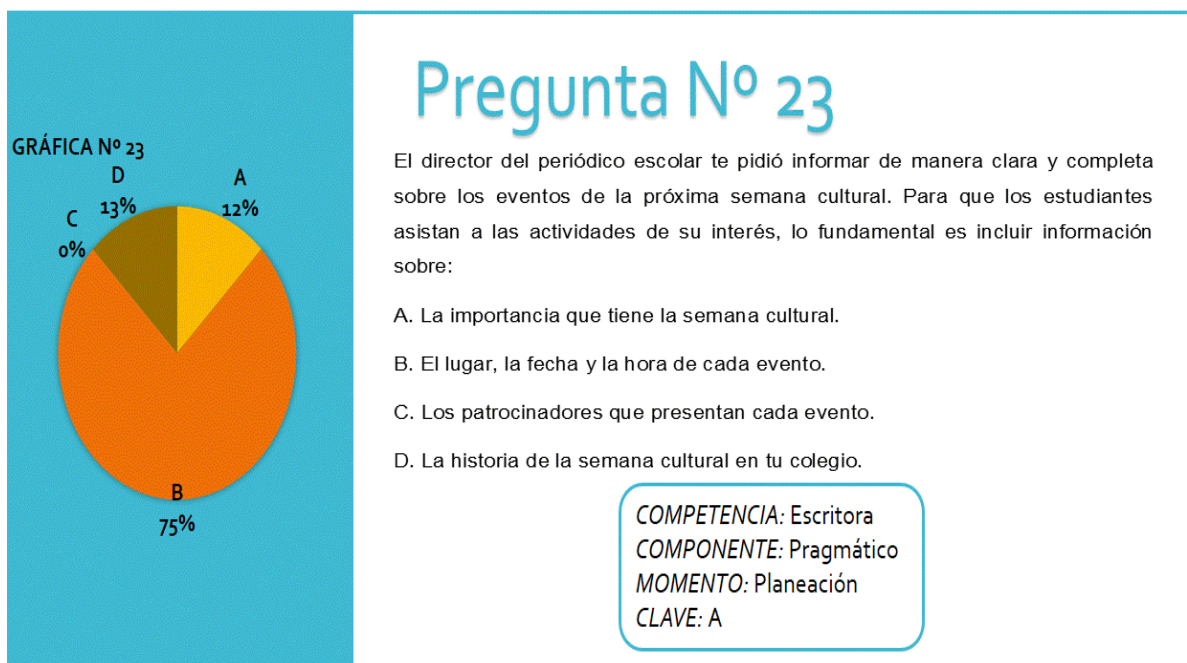
COMPETENCIA: Escritora
COMPONENTE: Pragmático
MOMENTO: Planeación
CLAVE: A

Fuente: Elaboración propia.

La gráfica 26 muestra la forma como respondieron los estudiantes a la pregunta 22 de la prueba inicial de lectura, la cual presenta un grado de dificultad alto puesto que ningún estudiante acertó la opción de respuesta correcta. .

En cuanto a la siguiente pregunta, solo el 12% de los estudiantes eligieron la opción “A” como la respuesta correcta.

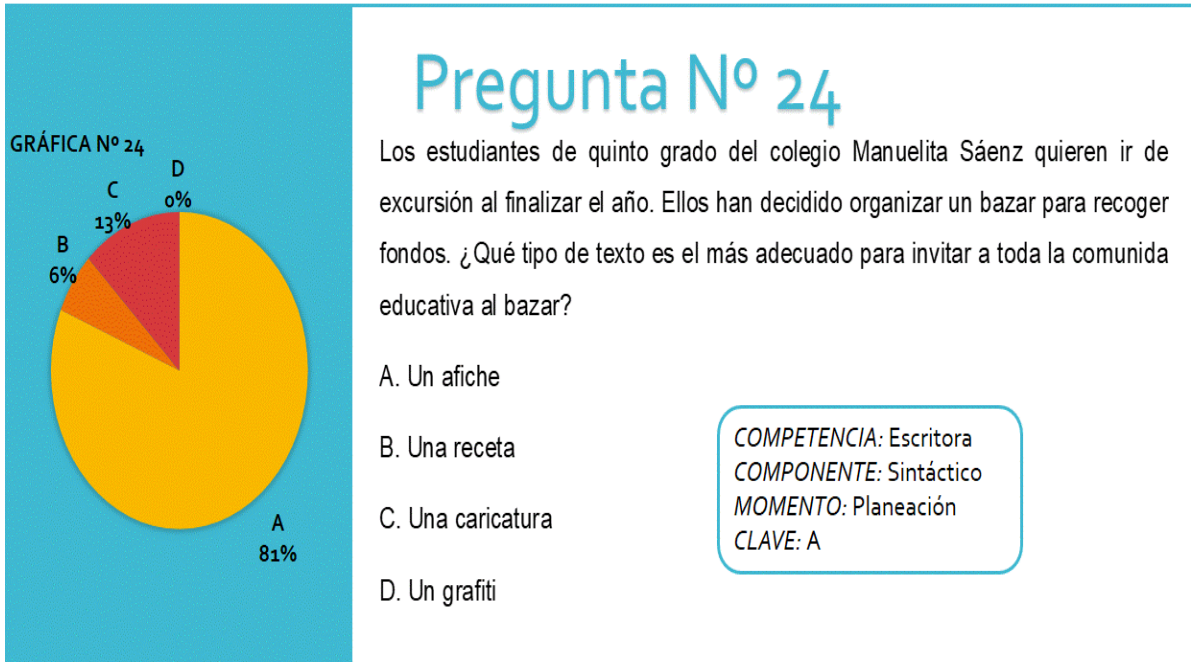
GRÁFICA 27. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°23.



Fuente: Elaboración propia.

Las preguntas 22 y 23 buscaban indagar sobre como el estudiante prevé el propósito o las intenciones que debe cumplir un texto, atendiendo a las necesidades de la producción textual en un contexto comunicativo particular. Es así que se evidencia con los resultados que 16 estudiantes evaluados muestran dificultad para identificar desde el momento de la Planeación de un escrito, el propósito que debe tener un texto y su adecuación al contexto comunicativo. Estas preguntas están ubicadas en la Categoría II “Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión” y la Subcategoría “Uso del texto en contexto”.

GRÁFICA 28. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°24.

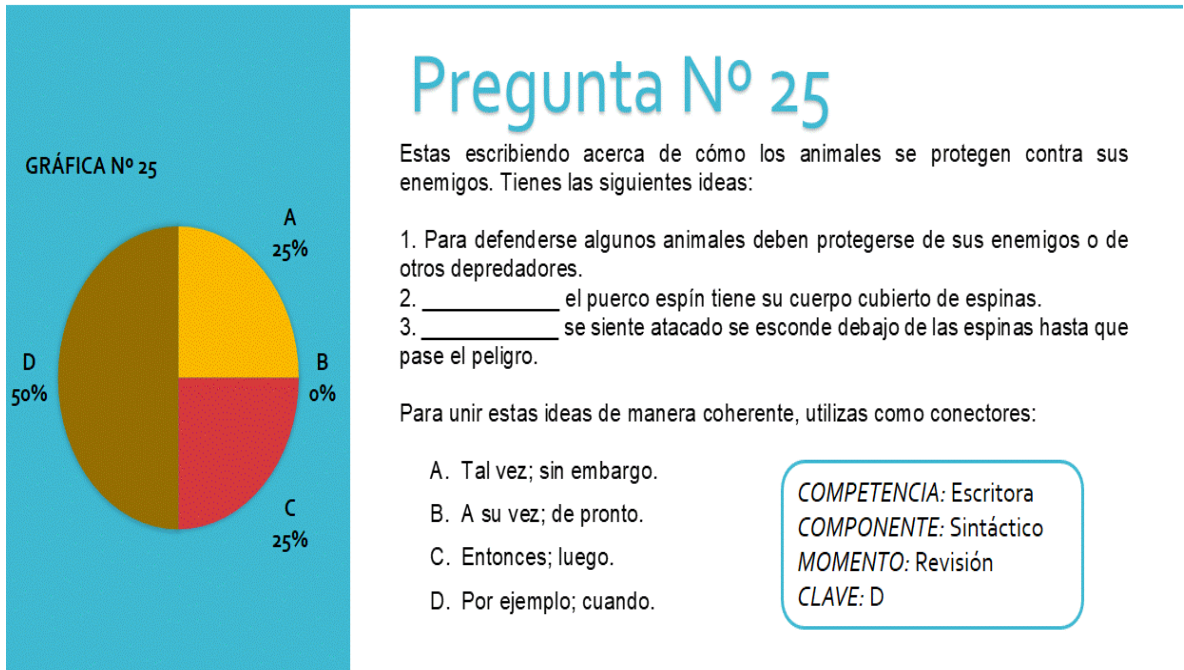


Fuente: Elaboración propia.

La gráfica muestra como el 81% de los estudiantes evaluados prevén un plan textual, organización de ideas, tipo textual y estrategias discursivas atendiendo a las necesidades de la producción, en un contexto comunicativo particular, identificando el tipo de texto que debe escribir desde el momento de Planeación. Por el contrario, el 19% de ellos muestran dificultades en el alcance de este aprendizaje.

De los 16 estudiantes que presentaron la prueba de la pregunta 25, el 50% de ellos dan cuenta en el momento de Revisión de un texto escrito, cuales son los mecanismos de uso y control de la lengua y de la gramática textual que permiten regular la coherencia y cohesión del texto en una situación de comunicación particular, evaluando con ello el uso adecuado de los elementos gramaticales de concordancia y ortográficos.

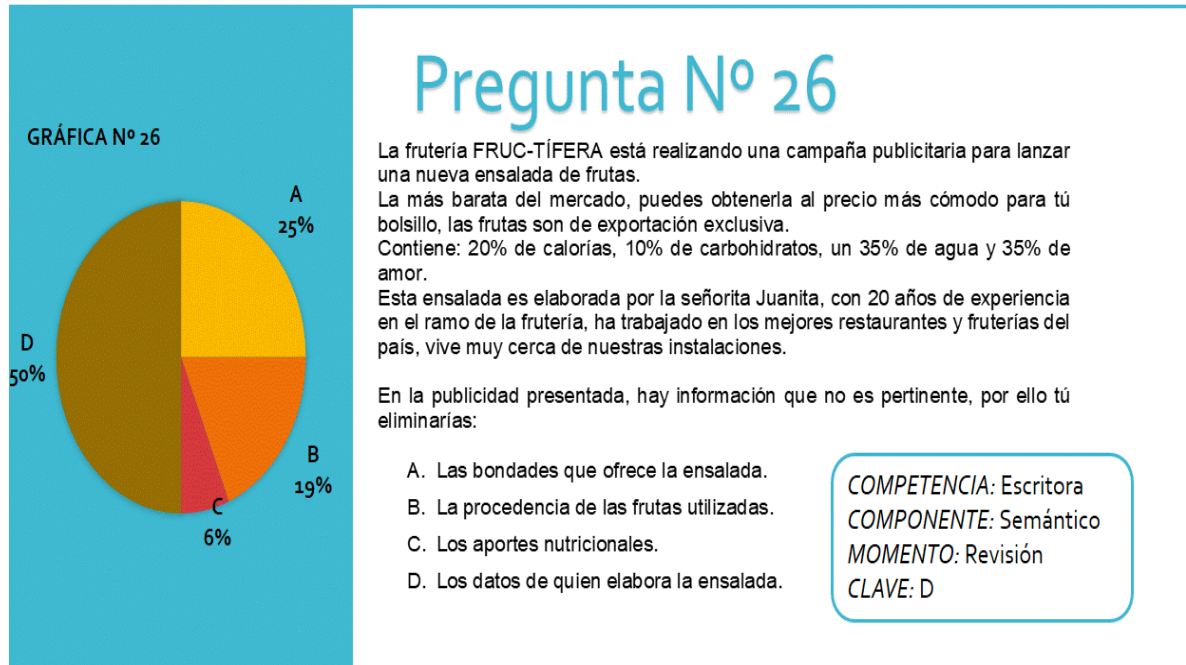
GRÁFICA 29. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°25.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la última pregunta de la prueba inicial de lectura, en la gráfica 30, se muestra como el 50% de los estudiantes lograron comprender los mecanismos de uso y control que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular. Esta pregunta se encuentra ubicada en la Categoría II “Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión” y la Subcategoría “Sentido y significado del texto”, evidenciando que los niños y niñas evalúan la pertinencia del contenido en relación con el propósito de los textos escritos en el momento de la Revisión.

GRÁFICA 30. RESULTADOS PRUEBA INICIAL PREGUNTA N°26.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación la investigadora presenta la Tabla N°10, donde se encuentran registrados de forma codificada los estudiantes evaluados con los respectivos resultados obtenidos y a partir de los cuales podemos realizar unas precisiones con relación a la prueba inicial de lectura.

TABLA 10. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA POR NIVELES DE DESEMPEÑO

RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA											
INSUFICIENTE	3	E09-F11	E16-F10	E14-M10							
MINIMO	10	E01-F11	E02-F10	E03-F9	E04-F9	E05-M11	E06-M11	E07-F10	E11-F11	E13-F10	E15-F9
SATISFACTORIO	3	E08-F11	E10-F12	E12-F10							
AVANZADO	0										

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICA 31. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA EN PORCENTAJE.⁷⁷



Fuente: Elaboración propia.

1. El 100% de los 16 estudiantes evaluados contestaron todas las preguntas formuladas en la prueba.
2. No se presentó selección de múltiples opciones de respuesta.
3. La prueba estaba conformada por 26 preguntas de las cuales 17 evaluaban la competencia lectora y 9 indagaban sobre la competencia escritora e inmerso en ellas, se evaluó el nivel de comprensión de lectura literal, inferencial y crítico.
4. El grado de dificultad de la prueba fue alto, pues los estudiantes que obtuvieron la mayoría de aciertos llegan a 15 en total y el que menos respondió de manera correcta lo hizo con 4 aciertos.
5. De los 16 estudiantes evaluados, 13 son de género femenino y 3 masculino, de ello se analiza que quienes obtuvieron mejores resultados en la prueba fueron las niñas pues siendo mayoría sus respuestas correctas oscilaron de entre 4 a 15

⁷⁷ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Icfes mejor saber: Guía de interpretación y uso de resultados de las pruebas SABER 3º, 5º y 9º. Colombia. 2015.

aciertos, mientras en los tres niños evaluados van desde 7 a 11 las respuestas acertadas.

6. De los resultados por niveles de desempeño (insuficiente, mínimo, satisfactorio y avanzado) de la prueba se concluye que:

- El 19% de los estudiantes se encuentran ubicados en el nivel insuficiente, es decir, ellos no lograron responder de la prueba las preguntas de menor complejidad, evidenciando múltiples dificultades en los procesos de comprensión de lectura en los tres niveles que evaluaba la prueba.
- En cambio, el 62% los estudiantes ubicados en un nivel mínimo de desempeño; desde la competencia lectora lograron hacer una lectura no fragmentada del texto publicitario, reconociendo en él, su estructura superficial y logrando una comprensión de las partes que lo componen como las oraciones y párrafos. Por otra parte, en la competencia escritora, los estudiantes logran prever planes textuales que atienden a las exigencias del propósito o la intención comunicativa del texto publicitario, así mismo, revisan y corrigen escritos cortos y sencillos, siguiendo las reglas básicas de cohesión oracional.
- Y un 19% de la totalidad de los estudiantes evaluados ubicados en el nivel satisfactorio, superaron la comprensión superficial de los textos seleccionados, comprendiendo su contenido global, reconociendo el tema y haciendo inferencias sobre la información que contenían. De la misma manera estos estudiantes identificaron los enunciados que no se adecuaban al cumplimiento el propósito comunicativo de la situación planteada.

TABLA 11. COMPILADO DE RESPUESTAS DE LA PRUEBA INICIAL DE LECTURA.

CÓDIGO DEL ESTUDIANTE	TOTAL ACIERTOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
		D	B	A	D	D	B	C	D	B	B	D	D	A	D	B	D	D	D	D	C	B	A	B	A	D	D
E01-F11	12	C	D	A	D	D	D	C	A	C	D	D	D	A	B	B	D	A	D	A	C	D	C	B	A	A	C
E02-F10	13	A	C	A	D	B	B	B	A	D	B	D	D	A	D	A	D	D	D	B	B	A	D	B	A	D	A
E03-F9	9	A	A	A	C	D	A	C	A	D	B	D	C	B	A	D	D	C	D	C	A	A	B	B	C	D	D
E04-F9	11	C	A	A	A	D	D	D	D	D	A	D	D	A	C	A	D	A	D	C	C	C	D	B	A	C	D
E05-M11	10	C	A	C	D	D	D	A	C	A	C	D	D	A	C	A	D	D	D	C	C	C	D	B	A	C	D
E06-M11	11	C	A	C	D	D	B	A	C	A	C	D	D	A	C	A	D	A	D	C	C	C	C	B	A	C	D
E07-F10	12	C	A	C	D	D	D	B	C	C	A	D	D	A	C	B	D	D	D	D	D	D	B	B	A	D	A
E08-F11	15	C	A	C	D	D	B	B	C	C	B	D	D	A	C	B	D	D	D	D	D	D	B	B	A	D	D
E09-F11	4	C	D	B	D	B	A	A	D	C	C	A	A	A	B	D	A	A	C	A	B	D	C	B	B	D	B
E10-F12	15	A	A	C	D	D	B	B	D	D	D	D	D	A	C	A	D	D	D	D	D	B	D	B	A	D	D
E11-F11	10	C	A	C	D	A	A	B	A	C	B	A	D	A	C	B	D	A	D	B	B	B	D	B	A	D	B
E12-F10	15	C	A	A	D	D	B	A	D	C	B	D	D	A	C	B	D	A	D	B	B	C	C	A	A	C	D
E13-F10	13	A	A	A	B	D	B	C	D	D	B	D	D	A	C	D	C	D	D	C	B	A	D	D	A	A	D
E14-M10	7	C	A	A	D	B	A	A	C	A	D	A	A	A	A	A	D	A	D	B	A	B	C	B	A	A	A
E15-F9	14	C	D	A	A	A	B	B	D	B	D	D	C	A	C	D	D	D	B	C	C	B	C	A	A	D	B
E16-F10	5	C	A	A	A	B	B	B	A	D	D	A	D	A	B	A	D	A	A	C	B	A	B	D	C	A	A

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 12. ANÁLISIS DE RESULTADOS CATEGORÍA I “COMPETENCIA LECTORA”.

CATEGORÍA I	SUBCATEGORÍA
COMPETENCIA LECTORA	COMPONENTE SEMÁNTICO
Comprensión de textos en los niveles literal e inferencial.	Sentido y significado del texto

Nº PREGUNTA	NIVEL	CRITERIO DE EVALUACIÓN	E01-F11	E02-F10	E03-F9	E04-F9	E05-M11	E06-M11	E07-F10	E08-F11	E09-F11	E10-F12	E11-F11	E12-F10	E13-F10	E14-M10	E15-F9	E16-F10
1	INFERENCIAL	Relaciona e integra información del texto y los paratextos, para predecir información sobre posibles contenidos.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	INFERENCIAL	Relaciona el contenido de un texto con otros textos de la cultura.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5	LITERAL	Ubica en un texto escrito información puntual sobre ¿Qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, ¿Cómo?	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X	X	X
9	LITERAL		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	X
18	LITERAL		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	X
6	LITERAL	Reconoce secuencias de acciones, hechos o eventos en los textos que lee.	X	✓	X	X	X	✓	X	✓	X	✓	X	✓	✓	X	✓	✓
7	INFERENCIAL		✓	X	✓	X	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	X	X	X
13	INFERENCIAL	Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos.	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

CATEGORÍA I	SUBCATEGORÍA
COMPETENCIA LECTORA	COMPONENTE PRAGMÁTICO
Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico	Uso del texto en contexto.

Nº PREGUNTA	NIVEL	CRITERIO DE EVALUACIÓN	E01-F11	E02-F10	E03-F9	E04-F9	E05-M11	E06-M11	E07-F10	E08-F11	E09-F11	E10-F12	E11-F11	E12-F10	E13-F10	E14-M10	E15-F9	E16-F10	
3	INFERENCIAL	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	✓	✓	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	
4	INFERENCIAL		✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	X	
8	INFERENCIAL		X	X	X	✓	X	X	X	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	X	
17	INFERENCIAL		X	✓	X	X	X	X	✓	✓	X	✓	X	X	✓	X	✓	X	
11	INFERENCIAL		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	X	✓	X	
14	INFERENCIAL		X	✓	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
15	INFERENCIAL		✓	X	X	X	X	X	✓	✓	X	X	✓	✓	X	X	✓	X	
10	LITERAL		Identifica quién habla en el texto.	X	✓	✓	X	X	X	X	✓	X	X	✓	✓	✓	X	X	X
16	INFERENCIAL	Caracteriza al posible enunciatario del texto.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	

Fuente: Elaboración propia.

Concebir el acto de leer como “un proceso significativo y semiótico cultural e históricamente situado, complejo, que va más allá de la búsqueda del significado y que en última instancia configura al sujeto lector”⁷⁸, implica que se desarrollen en el individuo unas competencias del lenguaje que posibiliten los procesos de comprensión lectora. Partiendo de este principio, la prueba inicial de lectura buscó determinar en qué nivel de comprensión e interpretación textual se encontraban los estudiantes del grado quinto e identificar basados en los resultados las fortalezas y dificultades detectadas en cada estudiante, para de esta manera potencializar sus saberes previos sobre la lectura crítica de la publicidad.

En su gran mayoría las preguntas seleccionadas están asociadas a la publicidad en su formato de texto informativo (afiche y anuncio), que permitieron evaluar desde la competencia comunicativa lectora los procesos de comprensión en los niveles literal e inferencial. A continuación se desglosan los resultados obtenidos a través de la prueba para las dos competencias evaluadas.

GRÁFICA 32. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPETENCIA LECTORA.



Fuente: Elaboración propia.

⁷⁸ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos curriculares lengua castellana. Bogotá. 1998. p. 17

De las 17 preguntas realizadas para evaluar esta competencia se puede concluir que el 56% de los estudiantes NO CUMPLEN con los niveles de comprensión lectora necesarios para realizar una lectura del texto publicitario. Mientras, el 44% de los 16 estudiantes evaluados CUMPLEN con los criterios de evaluación estipulados en la prueba para esta competencia, esto quiere decir que ellos logran:

- ✓ Recuperar información explícita planteada en el texto haciendo una comprensión literal de él.
- ✓ Reconocer y recordar detalles puntuales como nombres, tiempo, lugar etc.; así mismo las secuencias de acciones ya sea del texto completo o de un trozo de él.
- ✓ Usar la información implícita que le brinda el texto para hacer inferencias y poder elaborar hipótesis de lectura sobre detalles, personajes, secuencias, causas, intenciones y propósitos comunicativos de los textos que lee.

Recordando los resultados obtenidos por los estudiantes de quinto grado de la institución educativa seleccionada que mostraban dificultades en los aprendizajes evaluados por la prueba Saber en la COMPETENCIA ESCRITORA y el componente PRAGMÁTICO, la prueba inicial de lectura buscó indagar desde el enfoque de la escritura como “un proceso que a la vez es social e individual en el que se configura un mundo y se ponen en juego saberes, competencias, intereses y que a la vez está determinado por un contexto socio-cultural y pragmático que determina el acto de escribir”⁷⁹, bajo este enfoque y teniendo en cuenta los criterios de evaluación de la pruebas Saber para la competencia escritora, se determinan los momentos de PLANEACIÓN, ESCRITURA y REVISIÓN como elementos necesarios para el cumplimiento óptimo de la competencia comunicativa escritora.

⁷⁹ *Ibíd.*, p. 27

GRÁFICA 33. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPETENCIA ESCRITORA.



Fuente: Elaboración propia.

La gráfica muestra que, de las 9 preguntas realizadas para evaluar esta competencia, el 55% de los estudiantes NO CUMPLEN con los requerimientos que exige la producción de un texto en los momentos de planeación, escritura y revisión, menos si este es de tipo publicitario. Mientras, el 45% de los 16 estudiantes evaluados CUMPLEN con dichas etapas para la producción de textos escritos y que fueron los criterios de evaluación en la prueba para esta competencia, esto quiere decir, que los estudiantes tienen en cuenta para su producción textual los siguientes aspectos:

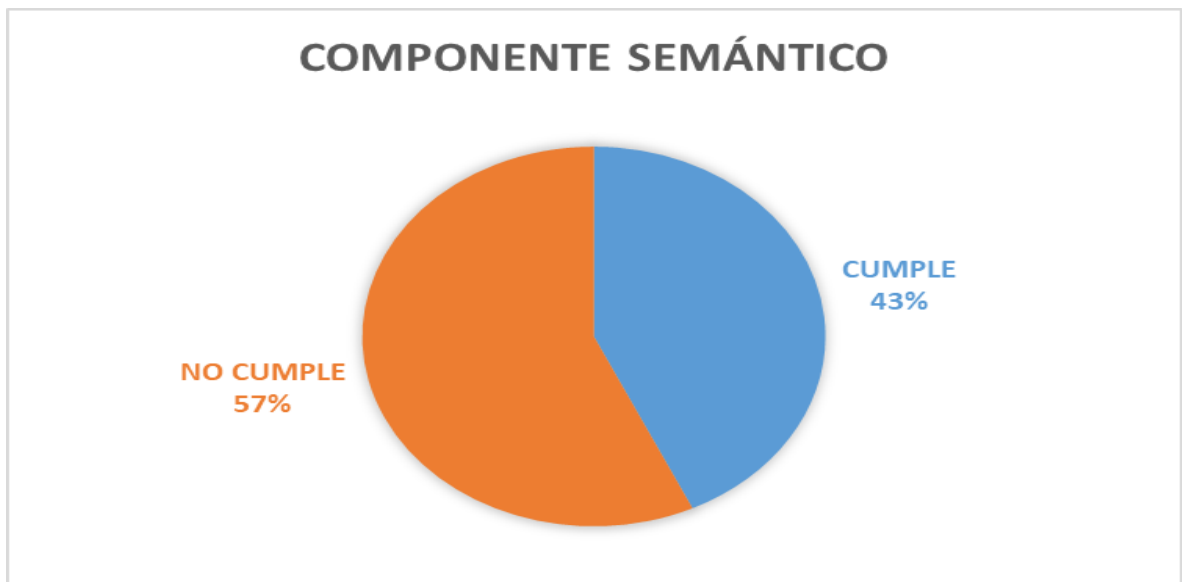
En el momento de planeación la identificación del propósito que debe tener un texto y su adecuación al contexto de comunicativo, así mismo el tipo de texto que deben escribir para cumplir con ello.

En cuanto a los momentos de escritura y revisión, los estudiantes evalúan la pertinencia del contenido en relación con el propósito y la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo, de igual manera tienen en cuenta para evaluar la producción de un texto el uso adecuado de los elementos gramaticales (concordancia) y ortográficos (acentuación, mayúsculas, signos de puntuación).

Buscando resolver la pregunta orientadora de investigación sobre ¿En qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto grado? se puede afirmar que un 19% de los 16 estudiantes evaluados no responden acertadamente las preguntas en las cuales deben recuperar información que se encuentra explícitamente planteada en el texto.

En cuanto a los componentes del lenguaje evaluados, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

GRÁFICA 34. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPONENTE SEMÁNTICO.



Fuente: Elaboración propia.

De la gráfica anterior podemos concluir que 43% de los estudiantes participantes logran recuperar información explícita e implícita en el contenido del texto, mientras que al 57% de ellos se les dificultó específicamente recuperar esta información para la movilización de sus propios saberes previos o del texto hacia otros textos, para luego dar respuesta al contenido del mismo. Adicional a ello, al evaluar la escritura de un texto no comprendieron los mecanismos de uso y control que permiten regular, el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular.

GRÁFICA 35. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPONENTE SINTÁCTICO.

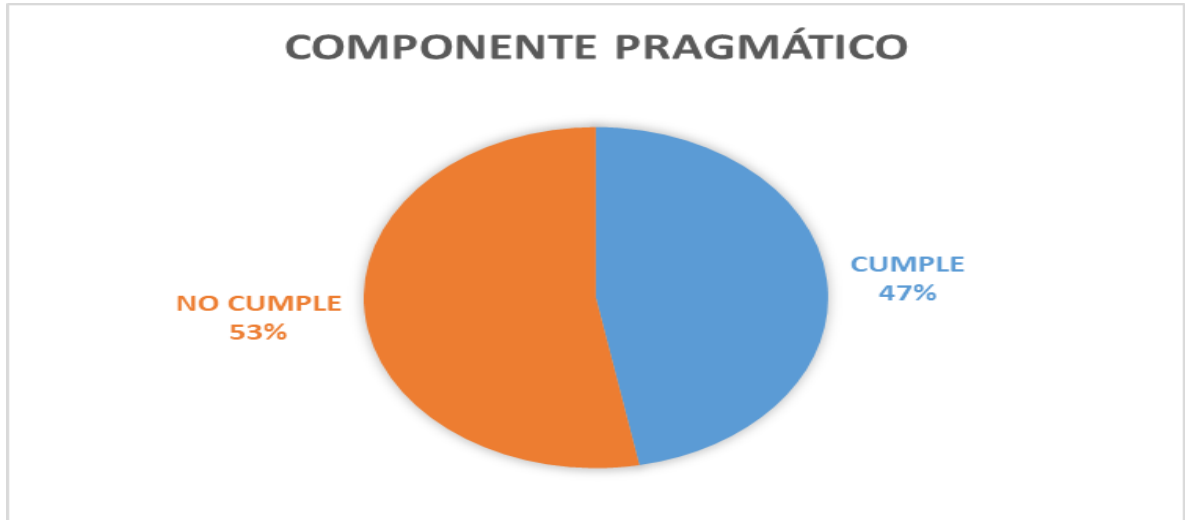


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al componente sintáctico del lenguaje el 52% de los estudiantes logran reconocer tanto información explícita e implícita en el texto leído, pero en lo que tiene que ver con la organización, tejido y componentes del mismo. Caso contrario sucede con el 48% de ellos, los cuales no identificaron el armazón o estructura de un texto publicitario, ni mucho menos a que tipología textual pertenecían.

Para el componente pragmático los estudiantes participantes en un 47% alcanzan a reconocer y evaluar dentro de una situación de comunicación, información implícita y explícita, en lo relacionado con quién habla en el texto, el posible enunciatario y las intenciones y propósitos de los textos que lee. En cambio, al 48% se les dificultó en gran manera reconocer estos elementos.

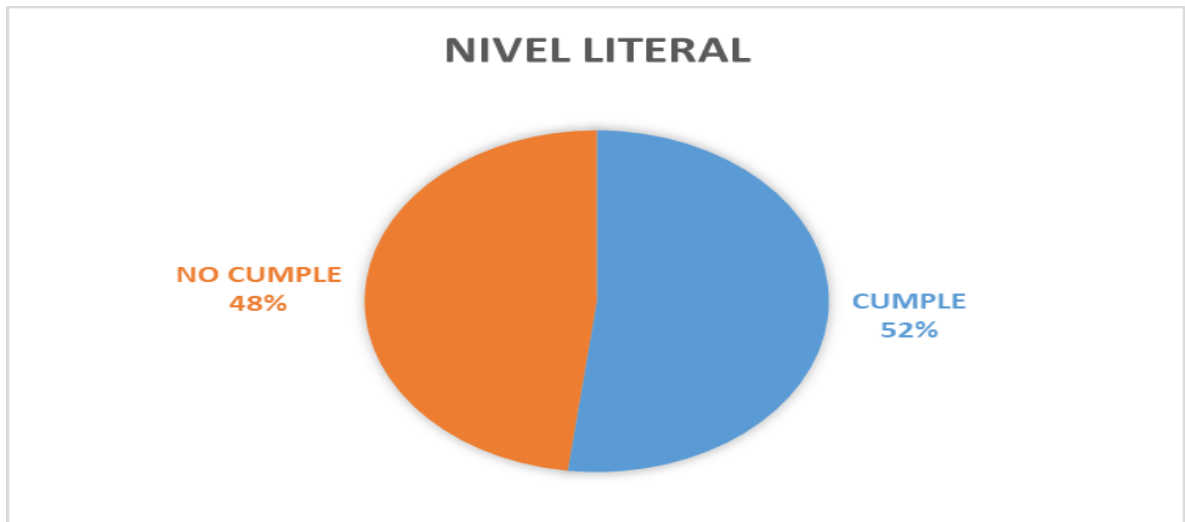
GRÁFICA 36. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL RESULTADOS COMPONENTE PRAGMÁTICO.



Fuente: Elaboración propia.

Para intentar dar respuesta al primer objetivo específico de la investigación, en lo que tiene que ver con identificar en qué nivel de comprensión lectora se encontraban los estudiantes de quinto grado del establecimiento educativo, a continuación se presentan la distribución porcentual de los resultados obtenidos por medio de la prueba inicial de lectura.

GRÁFICA 37. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA NIVEL LITERAL

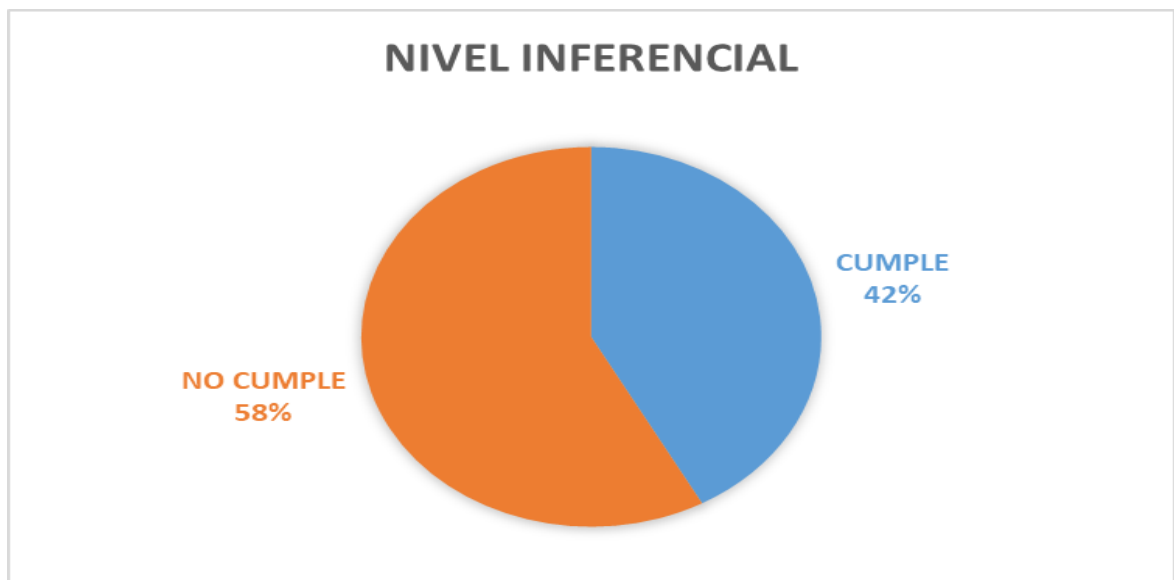


Fuente: Elaboración propia.

Realizar comprensión de lectura en el nivel literal implica, leer la superficie del texto y comprender el significado de las palabras, párrafos, oraciones, entender el significado de término dentro de la mismas o la función que cumplen los signos de interrogación, admiración, la comillas etc. De ahí que de los estudiantes evaluados mediante la prueba sólo el 52% de ellos logran hacer evidente en sus respuestas estos aprendizajes, caso contrario sucede con el 48% de ellos.

En cuanto al nivel inferencial la gráfica 38, muestra que el porcentaje de estudiantes aumenta a un 58% que no realizan inferencias para comprender un texto escrito, de tal manera que no usan las ideas que se encuentran implícitas en el texto para realizar conjeturas e hipótesis de lectura, con el fin de comprender de manera acertada lo que leen.

GRÁFICA 38. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA NIVEL INFERENCIAL.



Fuente: Elaboración propia.

El último nivel evaluado por medio de la prueba inicial de lectura, tiene que ver con la comprensión del texto publicitario en un nivel crítico, de acuerdo con esto, los resultados obtenidos gracias a las respuestas de los evaluados mostraron que, un 56% de ellos no logran responder acertadamente a este tipo de cuestionamientos

puesto que se les dificultó tomar distancia del contenido del texto y asumir una posición al respecto. Mientras que al 44% de estos estudiantes realizaron una lectura crítica de los textos publicitarios utilizados en la prueba inicial logrando identificar las intenciones comunicativas de los mismos, de su autor o enunciario.

GRÁFICA 39. RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA NIVEL CRÍTICO.



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 13. ANÁLISIS DE RESULTADOS CATEGORÍA II “COMPETENCIA ESCRITORA”.

CATEGORÍA II	SUBCATEGORÍA
COMPETENCIA ESCRITORA	COMPONENTE SEMÁNTICO
Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.	Sentido y significado del texto

Nº PREGUNTA	MOMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	E01-F11	E02-F10	E03-F9	E04-F9	E05-M11	E06-M11	E07-F10	E08-F11	E09-F11	E10-F12	E11-F11	E12-F10	E13-F10	E14-M10	E15-F9	E16-F10
12	REVISIÓN	Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito.	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓
20	REVISIÓN		✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗
26	REVISIÓN		✗	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗

CATEGORÍA II	SUBCATEGORÍA
COMPETENCIA ESCRITORA	COMPONENTE PRAGMÁTICO
Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.	Uso del texto en contexto.

Nº PREGUNTA	MOMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	E01-F11	E02-F10	E03-F9	E04-F9	E05-M11	E06-M11	E07-F10	E08-F11	E09-F11	E10-F12	E11-F11	E12-F10	E13-F10	E14-M10	E15-F9	E16-F10
19	REVISIÓN	Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo.	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
22	PLANEACIÓN	Identifica el propósito que debe tener un texto y su adecuación al contexto de comunicativo.	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
23	PLANEACIÓN		✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗

CATEGORÍA II	SUBCATEGORÍA
COMPETENCIA ESCRITORA	COMPONENTE SINTÁCTICO
Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.	Estructura y forma del texto.

Nº PREGUNTA	MOMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	E01-F11	E02-F10	E03-F9	E04-F9	E05-M11	E06-M11	E07-F10	E08-F11	E09-F11	E10-F12	E11-F11	E12-F10	E13-F10	E14-M10	E15-F9	E16-F10
21	REVISIÓN	Evalúa en un texto escrito el uso adecuado de los elementos gramaticales (concordancia, Tiempos verbales, pronombres) y ortográficos (acentuación, mayúsculas, signos de puntuación).	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗
25	REVISIÓN		✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗
24	PLANEACIÓN	Identifica el tipo de texto que debe escribir.	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗

Fuente: Elaboración propia.

3.5.1.2 Análisis de la entrevista semiestructurada a docentes. Teniendo en cuenta que en la institución educativa se presenta la modalidad de docentes titulares por áreas, es a ellos a quienes se les asigna impartir un área en específico. En el caso de lengua castellana hay una sola maestra para los grados 3º, 4º y 5º. Por ello, se aplicó una entrevista semiestructurada a dicha docente. El cuestionario contenía 8 preguntas básicas direccionadas a determinar qué estrategias pedagógicas utiliza la maestra para desarrollar procesos de comprensión e interpretación textual con los estudiantes de quinto grado, para ello se indagó por conceptos claves para la investigación como son el texto, tipologías textuales, estrategias de comprensión e interpretación textual, lectura crítica, el papel que juega la imagen en dichos procesos, publicidad y discurso publicitario. La determinación de las categorías y subcategorías de análisis se hicieron de manera emergente, de acuerdo con los datos obtenidos producto de entrevista y en cada caso ligadas al tema, preguntas orientadoras de investigación y los objetivos establecidos para la misma.

TABLA 14. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A DOCENTE.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Determinar qué estrategias utilizan los docentes para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual.	
FECHA DE LA ENTREVISTA: 28 de abril/2017	AÑOS DE EXPERIENCIA: 6 años
GÉNERO: Femenino	EDAD: 37 años
HORA DE INICIO: 11:00 a.m	HORA DE FINALIZACIÓN: 11: 30 a.m
CÓDIGO DEL ENTREVISTADO: D1	
PREGUNTA 1: ¿Qué entiende usted por texto?	
CATEGORIA: Concepto de texto	
SUBCATEGORIA:	DESCRIPTOR

<ul style="list-style-type: none"> • <u>Conjunto de palabras, oraciones y párrafos con una temática definida.</u> 	<p>Bueno entiendo que un texto es básicamente como <u>concepto</u> o como un <u>dato complejo</u> o completo, sería un <u>conjunto de palabras</u> que forman <u>oraciones</u>, de estas mismas oraciones forman <u>párrafos</u> y así mismo forman un texto. El texto puede ser de <u>diferentes conceptos o diferentes temáticas</u>, de acuerdo a las ideas que estén ahí soportadas en el mismo texto.</p>
--	--

ANÁLISIS

Es evidente que en el intento de definir el término, se infiere con la respuesta de la docente que existe la presencia de una concepción reducida y limitada del concepto, ya que se deja ver este como un escrito conformado por un conjunto de palabras, oraciones y párrafos sobre un tema específico, desconociendo por completo que un texto puede ser oral o escrito, y que más allá de ser una secuencia ordenada de letras del alfabeto. Para Greimas “es un enunciado gráfico o fónico que permite visualizar las palabras que escuchamos y que es utilizado para manifestar el proceso lingüístico”. Por otra parte, si solo se considerara el texto como un conjunto de oraciones, faltarían los elementos de la textualidad que son inherentes al concepto y relevantes para la comprensión del mismo como son la cohesión, la coherencia, el significado, la progresividad, la intencionalidad y la clausura o cierre. Adicionalmente, desde los lineamientos curriculares del área de lengua castellana, el texto es definido como “una construcción formal semántico-sintáctica usada en una situación concreta y que nos refiere a un estado de cosas; estructuras funcionales de organización para los constituyentes cuya importancia es socio-comunicativa. Constructo teórico abstracto que suele llamarse discurso”.⁸⁰ De ahí que el término texto y discurso están relacionados;

⁸⁰ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos curriculares lengua castellana. Bogotá. 1998. p. 17

así, por ejemplo, para Teun Van Dijk, el texto es un constructo teórico que se manifiesta con el discurso.⁸¹

PREGUNTA 2 y 3: ¿Cuáles tipos de texto conoce?; Desde su valiosa experiencia: ¿Podría mencionarme algunas tipologías textuales que trabaja en su clase?

CATEGORIA: Clasificación de los textos

SUBCATEGORIA	DESCRIPTOR
<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de la tipología textual. 	<p>Bueno, yo conozco los textos argumentativos, textos <u>informativos</u>, textos <u>descriptivos</u>, textos <u>narrativos</u>, textos <u>literarios</u>, textos noticiosos; pueden ser también más o menos los que recuerdo.</p> <hr/> <p>Pues trabajo lo que son los textos <u>narrativos</u>, trabajo los <u>informativos</u> también, los <u>instructivos</u>, que se me olvidaron, pero esos también los trabajamos en el aula. Los de noticias, los <u>argumentativos</u> también existen. Esos también existen. Cual otro así que recuerde, esos.</p>

ANÁLISIS

Efectivamente se puede afirmar con la respuesta de la docente indagada que posee un conocimiento de las tipologías textuales que se utilizan en la enseñanza de la lengua castellana. De hecho Mauricio Pérez Abril hace una clasificación de dichas tipologías textuales teniendo en cuenta para ello tres elementos fundamentales⁸²:

1. Tipo de discurso, aludiendo a la intención comunicativa que tienen los textos en sí mismos.
2. Tipo de texto, que hace referencia a la superestructura textual.
3. Tipo de escrito haciendo énfasis en el discurso.

⁸¹ LINGÜÍSTICA TEXTUAL (1-2, abril, 2017, Barrancabermeja, Colombia). Seminario disciplinar Maestría en Pedagogía: Estrategias didácticas para comprender, desde la lingüística, el funcionamiento interno del texto y de las operaciones textuales. Barrancabermeja, UIS, 2017. 3 p.

⁸² PEREZ, A. Mauricio. Hacia una pedagogía del discurso: elementos para pensar la competencia argumentativa en los procesos de escritura en la educación básica. Competencias y proyectos pedagógicos. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2000. P. 121 – 123.

La superestructura⁸³ se entiende como la forma global como se encuentra organizado un texto, este elemento lo encontramos cuando hablamos de los componentes semántico y sintáctico de los textos en su nivel intratextual, es decir que se da al interior del texto como tal.

Partiendo de la anterior explicación, se puede reconocer que la docente tiene un conocimiento de la tipología textual en un sentido amplio, sin embargo se tendría que indagar profundamente sobre las modalidades de textos que emplea en dichas tipologías mencionadas para su trabajo en el aula y así poder determinar realmente una comprensión sobre esta categoría de investigación.

PREGUNTA 4, 8 Y CONTRAPREGUNTA: ¿Cómo desarrolla los procesos de comprensión e interpretación textual de las tipologías empleadas?; ¿Qué estrategia pedagógica aplica para desarrollar lectura crítica en su clase? ¿Qué estrategia de comprensión de lectura aborda usted este tipo de texto?

CATEGORIA: Estrategias para la comprensión e interpretación textual.

SUBCATEGORIA	DESCRIPTOR
<ul style="list-style-type: none"> • Indagación de conocimientos previos • Lectura en voz alta individual o dirigida. • Reconocimiento de la 	<p>Bueno, básicamente me gusta saber o conocer los presaberes del estudiante, antes de darles a conocer lo que voy hacer me gusta <u>indagar sobre que conocen</u>, si de pronto les puedo llevar un <u>ejemplo</u> a través de <u>algo real</u> puede ser de pronto un <u>video</u> puede ser de pronto una <u>historia</u>, a través de él, lo llevo a que ellos comprendan o indagan lo que estamos hablando y después ellos me den como su concepto o sus <u>presaberes sobre lo que entienden de ese tipo de texto</u>.</p> <p>Por ejemplo, si le trabajo un texto narrativo generalmente me gusta, por ejemplo, <u>leerle</u> o <u>que ellos lean</u> de pronto el texto como tal o les pongo un video o un audio sobre ese tipo de texto, entonces los chicos me hacen una serie</p>

⁸³ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos curriculares lengua castellana. Bogotá. 1998. p. 37

<p>superestructura textual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diálogo entre pares 	<p>de lluvia de preguntas o una lluvia de ideas también sobre él, luego indagamos de que trata, que consiste, que tiene, y de ahí lo vamos llevando que ellos comprendan y lleguen al <u>concepto de qué tipo de texto</u> estamos hablando.</p>
	<p>Pues estamos en esos procesos pues porque yo también estoy apuntando a la lectura crítica con unas estrategias internas que pienso aplicar en el momento pues trato de hacer que todas mis <u>clases sean significativas</u> para el estudiante, <u>trato de apuntarle a que el niño vea más allá de lo que está leyendo</u> ahí, sí, de que <u>argumente</u> mucho más y pues estamos en ese proceso.</p> <p>No sé qué tanto sea lectura crítica hasta qué punto pero yo trato de apuntar a que el estudiante no se quede simplemente con leer y ya entonces trato de que mis procesos vayan un poquito más allá de que el niño no solo aprenda para el momento si no que aprenda para futuros avances, futuros procesos es lo que me interesa; no sé qué tanto estaré porque yo también estoy en ese proceso de aprendizaje también estoy en ese proceso de mejorar mi calidad como docente también para aportar a los niños mejores condiciones, mejores aprendizaje en la parte de lectura crítica.</p>
	<p>Pues pienso que me gusta utilizarlo básicamente en el aula, ahorita, estamos enfocándonos en el que el estudiante <u>reciba toda la información que pueda en el aula de clase</u> porque nuestros niños son más del <u>hacer que aula de clase</u> en su casa, en casa no tienes las mismas ayudas, la misma dedicación y tampoco los</p>

mismo materiales que ellos necesitan. Entonces siento que las estrategias están llevadas a que les ayuden a que realicen la imagen la que van hacer y al mismo tiempo que los demás compañeros también puedan comprenderlo, interactúen con los demás ósea a mí me gusta que ellos interactúen que realicen la imagen, lo que realicen, lo que van hacen un ejemplo algo y que se lo den a compartir a los compañeros que todos traten de dar sus opiniones y entender de qué se trata, estamos hablando de comprensión entonces el niño al hacerlo debe laborar debe tener proceso de comprensión y debe tener de proceso también del ser, saber hacer del saber. Entonces pienso que todo momento, las imágenes son fundamentales en el aula de clase.

ANÁLISIS

Las estrategias para la comprensión e interpretación textual que usan los maestros de lenguaje en sus clases son variadas y pueden ir desde simples ejercicios tradicionales y mecánicos como son la lectura en voz alta hasta la solución de cuestionarios de comprensión lectora. Con la respuesta de la docente, podemos determinar que si bien es cierto menciona algunas estrategias para desarrollar comprensión lectora, no se puede inferir de ella que exista un conocimiento pleno de la importancia que tienen estas para fortalecer procesos de lectura significativos en el estudiante. Daniel Cassany⁸⁴, presenta las veintidós (22) técnicas cognitivas para el desarrollo de la comprensión crítica de un texto, las cuales se sitúan frente al autor, el texto y el lector y dentro de las cuales se destacan la formulación de preguntas acerca de lo leído, completar espacios en blanco de selecciones del texto, realizar anticipaciones, la lectura rápida y atenta, hacer inferencias, marcar el texto, determinar ideas principales, así mismo la

⁸⁴ CASSANY, Daniel. Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea. Editorial Anagrama. Barcelona. 2006. Pág. 115.

identificación de estructura y forma del texto, recomponer los textos y compararlos, autoevaluarse y hacer resúmenes y esquemas de lo leído. Contrastando la respuesta de la maestra con la teoría, podemos concluir que la docente hace uso de algunas estrategias que el autor llama técnicas para la comprensión, sin embargo, no podríamos determinar en qué momentos de la clase y con qué objetivos las usa para desarrollar procesos de comprensión e interpretación textual en sus estudiantes.

PREGUNTA 5 Y CONTRAPREGUNTA: Teniendo en cuenta su experiencia pedagógica: ¿Qué papel ha jugado “la lectura de imágenes” en la comprensión e interpretación textual? Entonces ¿La imagen no está en el texto como un simple adorno?

CATEGORIA: La imagen como medio para comprender el texto.

SUBCATEGORIA	DESCRIPTOR
<ul style="list-style-type: none"> • Representación de la intención o propósito del texto. • Complemento de los textos. 	<p>Pues son importantes, por ejemplo, en la parte del texto instructivo <u>son fundamentales</u> porque en <u>la imagen representa lo que me quiere dar a entender el texto</u>, por ejemplo, cuando yo trabajo con el grado 4°, por ejemplo, digamos que vamos a aprender hacer textos instructivos, el texto como tal va con imágenes, ósea, me gusta trabajarlos con imágenes. <u>Los cuentos también me gustan agregarle una imagen</u> y los niños se guían muchos por esa imagen o sea es como una ayuda, <u>como un complemento del texto</u>, la imagen que representa ahí, que para ellos es que aparte de que es curiosa, le gusta, le agrada; también <u>interactúan con la imagen</u>, de pronto la conozcan, que la voy a colorear, hay de aquel niño que hasta ellos me describen la imagen cuando se le agregan a los textos.</p>

Para mí no, <u>la imagen forman parte del texto</u> porque es que, digamos los niños están en <u>un ambiente donde ven muchísimas imágenes</u> , ósea donde ellos miren hay <u>letreros</u> , hay <u>avisos</u> , hay <u>señales de tránsito</u> , hay todo tipos de imágenes y <u>esas imágenes siempre por si sola le indican al niño algo</u> y ellos ya están relacionados con esas imágenes, las ven todo el tiempo y ya la conocen, la interpretan y cuando la ven la reconocen y dicen esa señal profe cuando está el letrero rojo dicen pare y los carros deben detenerse, ellos ya tienen una visión de <u>las imágenes para su vida y su mismo contexto y la parte social</u> donde ellos se desenvuelve es fundamental las imágenes en todos los textos.

ANÁLISIS

De las apreciaciones que da la docente, se pueden extraer puntualmente algunos aspectos que nos llevan a determinar la categoría y subcategoría de análisis de la pregunta. La maestra afirma que la imagen representa lo que me quiere dar a entender el texto, es como un complemento del mismo, la imagen forman parte del texto y ella siempre por si sola le indican al niño algo. Se observa que la docente toca elementos claves de la imagen, inicialmente se infiere con lo descrito por la maestra que las imágenes si bien es cierto, entran a acompañar en múltiples ocasiones el texto, en otras poseen su propio significado no asociado al texto escrito. Para comprender un poco más la importancia de la imagen como elemento dinamizador de procesos de comprensión de lectura, Debray afirma haciendo referencia al texto escrito y a la imagen que “una cadena de palabras tiene un sentido, una secuencia de imágenes tiene mil. Tiene tantas versiones potenciales como seres humanos”, esto quiere decir que los textos verbales orales o escritos tienen unos “límites de interpretación”, como lo afirma Umberto Eco; y por el contrario la imagen tiene múltiples lecturas e interpretaciones como tantos

sujetos existan, pues ella como lo define Rojas Mix “tiene la propiedad de condensar realidades sociales que pueden convertirse en un documento invaluable para estudiar, épocas, hábitos, valores, entre otros.

Otro aspecto a recordar dentro de la presente categoría es el concepto que tiene la maestra como texto y que se analizó inicialmente, pues al concebirlo como un conjunto de palabras, oraciones y párrafos con una temática definida, así mismo, con una perspectiva reducida y limitada concibe también la imagen, definiéndola como un elemento acompañante de los textos, adicionalmente para la maestra la imagen siempre por si sola le indica algo al niño, haciendo referencia a elementos de significación presentes en ella.

PREGUNTA 6: ¿Qué tipo de texto que combina lenguaje verbal escrito e imagen ha empleado para la comprensión de lectura?

CATEGORÍA: Lectura de textos no verbales

SUBCATEGORIA	DESCRIPTOR
<ul style="list-style-type: none"> Imagen para acompañar el texto escrito. 	<p>Bueno como te decía en los textos instructivos, en los textos narrativos yo las utilizo mucho, con por ejemplo a una fábula <u>me gusta agregarle como la imagen</u>, de los personajes principales o una situación que pase en ese texto <u>yo lo agrego o incluyo en el texto</u>. Cual otro, la noticia también es fundamental porque la noticia de por si tiene que traer como se llama eso tiene un nombre, la imagen de la noticias no recuerdo ahorita el nombre creo que es un pie de foto algo así donde va la noticia en los noticieros también, las noticias en que otro en los argumentativos, pues también porque <u>muchas veces estamos hablando de algo de un escritor o algo a veces coloco la imagen de un escritor o ponemos el invento o la imagen del invento eso lleva al niño a entender de qué se trata o de qué estamos hablando.</u></p>

ANÁLISIS

Con la respuesta de la docente se puede decir que, aunque menciona dos tipologías textuales, solo menciona una modalidad de texto (fábula) específica y que según la maestra combina lenguaje verbal escrito y la imagen para desarrollar comprensión lectora. Con lo anterior, se infiere que la docente no está reconociendo un tipo de texto en particular, en realidad lo que está afirmando es que ella usa la imagen como un acompañante del texto al decir que muchas veces estamos hablando de algo de un escritor o algo, a veces coloco la imagen de un escritor o ponemos el invento o la imagen del invento eso lleva al niño a entender de qué se trata o de qué estamos hablando. Sin embargo, al finalizar la respuesta ya incorpora elementos semánticos y sintácticos al que aluden las imágenes.

PREGUNTA 7: Me podría compartir, ¿Qué entiende por lectura crítica?

CATEGORIA: Concepto de lectura crítica

SUBCATEGORIA	DESCRIPTOR
<ul style="list-style-type: none"> • Proceso para desarrollar habilidades superiores de comprensión, de indagación y de argumentación. 	<p>La lectura crítica pienso que es un <u>proceso</u> bastante bueno <u>positivo para el estudiante y que van más allá que simplemente elegir un texto y comprenderlo.</u></p> <p>Pienso que la lectura crítica <u>desarrolla unas habilidades mucho más avanzadas</u> para que el estudiante pueda <u>llegar a leer de textos lo que dice dentro del texto y también hasta llegar a comprender un poco lo que dice el autor,</u> ósea fuera del texto. Entonces pienso que la lectura crítica le va aportar al estudiante un <u>nivel mucho más avanzado de lectura</u> en donde va poder <u>desarrollar muchas más habilidades de comprensión, de indagación, de argumentación</u> y que le va ayudar a también a <u>mejorar esos procesos cognitivos</u> que el estudiante necesita para salir adelante y para poder avanzar en sus niveles futuros</p>

	bachillerato, universidad y para el mundo para que se desarrolle socialmente.
--	---

ANÁLISIS

Dentro de las categorías de análisis de la comprensión lectora según los lineamientos curriculares del área de lengua castellana determinadas por Fabio Jurado, Mauricio Pérez Abril y Guillermo Bustamante; el Nivel C o nivel crítico-intertextual⁸⁵ hace referencia a que el estudiante identifica la estructura del texto, comprendiendo su sintaxis y haciendo análisis e inferencias que trascienden el texto. En este nivel se espera que el estudiante sea capaz de realizar un análisis intra e intertextual. Según Daniel Cassany, la lectura crítica en un tipo complejo de lectura, que exige del lector los más altos niveles de comprensión y enfatiza que leer críticamente es adquirir destrezas cognitivas que permitan detectar las intenciones del autor, extraer el contenido que aporta un texto y verificar si es correcto o no. Por lo tanto, se puede sintetizar con la respuesta de la docente que la lectura crítica para ella es “un proceso complejo que busca desarrollar habilidades superiores de comprensión, de indagación y de argumentación”, esto quiere decir que reconoce algunas características que desarrolla la lectura crítica en los individuos por ello habla de habilidades superiores de comprensión, así mismo la argumentación tal como lo afirma Klooster⁸⁶ cuando dice que el pensamiento crítico arranca con preguntas o problemas que interesen al sujeto y que debe resolver, además de buscar argumentaciones razonadas, con tesis, argumentos, pruebas, etc.

⁸⁵ COLOMBIA, MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos curriculares Lengua Castellana. Bogotá, 1998. 102 p.

⁸⁶ CASSANY, Daniel. Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea. Editorial Anagrama. Barcelona. 2006.

Pregunta 8: Profesor (a): ¿Reconoce usted qué tipo de discurso posee la publicidad?

CATEGORIA: Discurso del texto publicitario

SUBCATEGORIA	DESCRIPTOR
<ul style="list-style-type: none">• Mensajes ocultos para desarrollar la argumentación y la crítica.	<p>Pienso que los tipos de mensajes podrían ser la parte... primero se basa en la parte de la oralidad pero también la parte visual, porque pues los textos publicitarios también tiene mucho que ver con el habla, del discurso como tal y de la parte visual de los que ellos puedan apreciar y ver; entonces pienso que eso aporta muchísimo a la parte argumentativa y crítica del estudiante, porque el estudiante <u>al ver un mensaje, él debe relacionar o socializar muchas de esas ideas o de lo que ve, los colores, la imagen, todo, con lo que le quieren dar a entender o lo que realmente le quieren mostrar</u>, a lo que lo quieren llevar, entonces pienso que es fundamental, ósea los texto publicitarios es una cosa que hoy en día ningún niño está exento de verlo y que ellos están en ese contacto constante y puedan aportar muchísimo a un estudiante la parte argumentativa, crítica, la parte de pensamiento, la parte de la oralidad también, de desarrollar la parte oral y la parte también cognitiva me parece que son fundamentales para el aprendizaje de nuestros niños.</p>

ANÁLISIS

La docente reconoce en su respuesta que la publicidad posee un discurso que en muchas ocasiones no se encuentra explícito, adicional a esto afirma que el estudiante al ver un mensaje, él debe relacionar o socializar muchas de esas ideas o de lo que ve con su enciclopedia en términos Umberto Eco. Esto nos hace

deducir que está haciendo referencia a que hay que conocer y emplear la publicidad para poder comprender e interpretar sus mensajes implícitos. Dice José Aguaded y María Amor Pérez⁸⁷ en un artículo de la revista prensa y educación de España, que efectivamente la publicidad posee mecanismos persuasivos y estereotipos que se deben develar y por lo tanto la escuela debe fomentar el estudio desde el análisis crítico y creativo de los mensajes publicitarios, así mismo la enseñanza del medio y la lectura crítica de las imágenes⁸⁸.

3.5.1.3 Análisis Observación no participante. Partiendo de la premisa de Sandoval Casilimas que afirma “el investigador estudia el grupo y permanece separado de él, permitiéndole comprender la realidad estudiada objeto de análisis y focalizar la atención en los aspectos más relevantes para la siguiente etapa de la observación que será la observación participante”.

Para desarrollar la observación no participante la investigadora tuvo en cuenta la pregunta orientadora y objetivo específico de la investigación que tenía que ver con determinar qué estrategias utilizan los docentes para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual en el grado quinto. Para ello, se partió de establecer en la guía de observación no participante unos criterios básicos de observación de clase teniendo en cuenta las premisas del marco para la enseñanza de Charlotte Danielson y las especificaciones del Programa “Todos a Aprender” del Ministerio de Educación Nacional, ya que la docente investigadora desempeña la labor de docente tutora del mismo.

Se realizaron tres ejercicios de observación no participante a la docente del área de lenguaje de la institución educativa, quien fue el sujeto de la entrevista

⁸⁷ AGUADED G. José I. y PÉREZ R. María A. Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuesta desde los medios. En: Grupo pedagógico Andaluz “Prensa y educación”. 1993. 64-68 p.

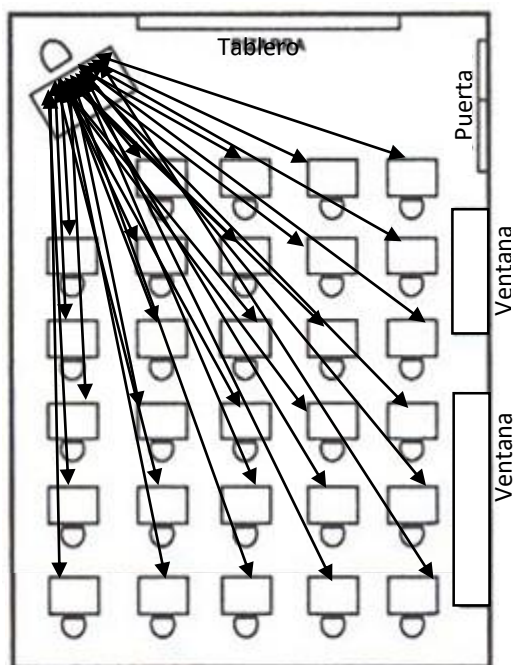
⁸⁸ APARICI, Roberto. Lectura de imágenes. Citado por: AGUADED G. José I. y PÉREZ R. María A. Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuesta desde los medios. En: Grupo pedagógico Andaluz “Prensa y educación”. 1993. 64-68 p.

semiestructurada anteriormente analizada. Las sesiones de observación no participante arrojaron el siguiente análisis basados en los elementos fundamentales de la clase como son el clima del aula, la gestión del aula y la practica pedagógica dividida en dos aspectos enseñanza y aprendizaje y los procesos de evaluación.

TABLA 15. DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE A DOCENTE.

OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN: Determinar qué estrategias utilizan los docentes para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual.					
Datos generales					
Grado Observado: 5º					
Código Docente: D1					
Lugar: Institución Educativa San Marcos El Llanito Sede A					
Involucrados:					
Docente del área Lengua Castellana 1					
Estudiantes	29	Género	Masculino	14	Femenino 15
Descripción del entorno					
El aula de clases del grado quinto se encuentra ubicada en la sede A de la institución educativa, primer salón del bloque principal. El tamaño del aula es de 8 m2, cuenta con 29 pupitres unipersonales para los estudiantes, físicamente amplio, con buena ventilación e iluminación. Los estudiantes pertenecen a la jornada de la mañana, la jornada escolar diaria va desde las 6:30 a.m a las 12: 30 p.m, reciben cuatro horas de clases semanales de lengua castellana.					

MAPA DE INTERACCIONES GRADO 5ºA



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, la investigadora muestra los criterios de observación no participante dentro de los cuales se encuentran enmarcadas las categorías de análisis de este instrumento.

- Clima de aula positivo para el aprendizaje (Normas)
- Implementación de estrategias de gestión de aula (Organización del aula-trabajo cooperativo)
- Práctica pedagógica (estrategias de enseñanza y aprendizaje en el área lengua)
- Estrategias de evaluación

TABLA 16. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE A DOCENTE.

OBSERVACIÓN DE LA CLASE			
CRITERIOS		SI	NO
Clima de aula	La clase tiene normas claras, conocidas y seguidas por todos. El docente recuerda estas normas cuando corresponde y los estudiantes rectifican su comportamiento.		X
	El docente da instrucciones claras para el desarrollo de las actividades.	X	
Gestión de aula	Los estudiantes participan de una clase con estructura clara, definida y con un ritmo apropiado para su edad (motivación hacia el logro de aprendizaje, desarrollo de la clase, realimentación y cierre).	X	
	Los estudiantes cuentan con tiempo necesario para desarrollar las actividades solicitadas y desarrollar el proceso de aprendizaje.		X
	Los estudiantes evidencian aprendizajes a través de la participación en actividades conectadas con los objetivos de clase.		X

		Los estudiantes participan en rutinas que apoyan el uso efectivo del tiempo de clase (distribución de material, roles en actividades de trabajo cooperativo).	X	
Práctica Pedagógica	Enseñanza y aprendizaje	Todos los estudiantes se involucran cognoscitiva y activamente en actividades planeadas y orientadas al aprendizaje, a través de la interacción entre los, preguntas, respuestas, acciones, reacciones, propuestas y creaciones.	X	
		Los estudiantes potencian sus aprendizajes a través del uso de materiales educativos.		X
		El docente refleja comprensión de los contenidos del lenguaje y la didáctica pertinente para la enseñanza de la disciplina.	X	
		Los estudiantes participan en actividades de trabajo cooperativo.		X
	Evaluación	Los estudiantes reconocen los objetivos de aprendizaje de la clase.		X
		Los estudiantes reciben realimentación objetiva y positiva que propende por el desarrollo y logro de aprendizajes en el aula, sin juicios valorativos en el proceso.	X	
		Los estudiantes utilizan diferentes instrumentos y ejercicios de evaluación para verificar sus aprendizajes (rúbricas, listas de chequeo, portafolios, realimentación escrita por parte del docente en los textos, autoevaluación).		X

REFLEXIÓN

Para profundizar en el análisis de los resultados de la Observación no participante, se inicia con la primera Categoría: Clima de aula positivo para el aprendizaje,⁸⁹ que tiene que ver con el respeto que los estudiantes le demuestran al docente y el cumplimiento de las normas de comportamiento para el buen desarrollo de la clase. Por ello, las interacciones amables y respetuosas entre el docente y los estudiantes son la clave de una clase dinámica y participativa.

En cuanto a este aspecto se observó que los estudiantes se encuentran próximos entre sí, es decir, la posición de los pupitres entre cada uno de los participantes de la clase es muy cercana, aspecto que promueve el desorden y la indisciplina durante la clase. Adicionalmente durante cortos tiempos se presentan incidentes de burlas entre compañeros, elevan el tono de la voz y la docente reacciona de la misma forma. Estos dos factores influyen directamente con el éxito de la clase, así la docente haya planeado otra cosa.

⁸⁹ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Programa para la excelencia docente y académica Todos a Aprender. Protocolo PR- PRAP- A- 2- PTA- Plan de aula y preparación de clase- 20170209. Anexo 3. Competencias del docente del programa todos a aprender 2.0

Como segunda categoría se encuentra establecida de manera apriorística la implementación de estrategias de gestión de aula⁹⁰ que benefician el aprendizaje de todos los estudiantes. Este aspecto que tiene que ver con la organización estratégica de la clase, de ahí que se puede afirmar que la docente adecua el espacio físico del aula para dar la bienvenida a los estudiantes (organización de sillas, limpieza del tablero), hace uso de turnos para que los estudiantes participen en la clase y estos a su vez ven y escuchan lo que está pasando en el aula y participan activamente de la clase. Se presenta un hilo conductor definido en lo que tiene que ver con la estrategia de enseñanza (exploración-desarrollo-transferencia), adicionalmente la docente presenta material impreso adecuado y claro favoreciendo el proceso de comprensión de la temática trabajada, sumado a ello se observa que se privilegia el trabajo individual.

En tercer lugar, encontramos la categoría de análisis: Aplicar la didáctica del contenido para la enseñanza de lenguaje de acuerdo con la edad y necesidades de sus estudiantes. Dentro de las posibles estrategias empleadas para desarrollar la comprensión e interpretación textual se pudo identificar claramente que la clase inicia con la exploración de los conocimientos previos, para lo cual la maestra realiza preguntas intercaladas indagando los pre saberes, realizando preguntas de tipo literal e inferencial sobre el texto usado en la clase: La historieta. En segunda instancia, la docente hace que los estudiantes realicen observaciones y descripciones verbales de lo visto. Y en un tercer lugar, aparece la organización de conceptos por medio de mapas mentales. Se evidenció por medio de la observación no participante que ella hace uso de diversos textos en una misma clase, en una de las clases observadas trabajó hasta con tres modalidades de texto diferentes: la imagen fija (historieta), imagen audiovisual en movimiento (video) y texto lírico (letra de una canción) para desarrollar una misma temática. Otra de las estrategias evidenciadas fue la lectura en voz alta

⁹⁰ *Ibíd.*, p. 4

tanto de manera individual como colectiva. Y para finalizar realiza dictados pausados, haciendo énfasis en elementos caligráficos y ortográficos.

En cuarto lugar, se encuentra la categoría, implementación de estrategias de evaluación formativa para orientar las planeaciones, actividades y seguimiento hacia la excelencia académica. En la práctica pedagógica la docente muestra dominio conceptual de los objetos de estudio de las clases observadas y en la actividad de transferencia la docente recopila evidencias que la comprensión del concepto aprendido de manera escrita combinando en una guía de aprendizaje las preguntas de comprensión e interpretación y por último una producción escrita corta. Por último, la docente ejecuta actividades adicionales de evaluación sumativa, otorgando de acuerdo a la escala de valoración institucional (1 a 5) el nivel de logro alcanzado durante las clases con relación a las temáticas vistas y por medio de las cuales reconoce aciertos y desaciertos en las respuestas de los estudiantes e intentando solucionarlo inmediatamente.

3.6 VALIDEZ INTERNA

La *validez interna cualitativa* o *credibilidad* de la investigación, según Franklin y Ballau, citado por Hernández Sampieri⁹¹; se refiere a si el investigador ha captado el significado completo y profundo de las experiencias de los participantes, particularmente de aquellas vinculadas con el planteamiento del problema. La credibilidad tiene que ver con la capacidad que tiene el investigador para comunicar las ideas, pensamiento y emociones de la población objeto de estudio, así mismo, cómo la correspondencia entre las percepciones de los participantes con el planteamiento del problema y la forma como el investigador plasma esos puntos de vista en la investigación.

⁹¹ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. Editorial Mc Cgraw Hill. México. Cuarta edición 2006. p.665

Para aumentar la credibilidad en la presente investigación se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

- Se evitó que la subjetividad afectara las interpretaciones de los datos, donde por el contrario se consideraron todos importantes.
- Se escuchó a todos los participantes por igual y se sometieron a análisis sus opiniones, con el fin de evitar los sesgos o la distorsión de la información tanto por parte del investigador como de los participantes.
- Se buscaron evidencias positivas y negativas por igual, además se establecieron conexiones entre ellas, para unas bases sólidas producto de la investigación.
- Se acudió a varias fuentes de datos y se registraron todos esos aportes a la investigación.
- Se realizó la triangulación de los datos para analizarlos bajo diferentes teorías; de igual manera, este proceso se llevó a cabo con los datos recolectados con los instrumentos empleados en la investigación, para obtener mayor riqueza interpretativa y analítica.

3.7 CONSIDERACIONES ÉTICAS

En esta sección del proyecto se exponen las consideraciones éticas, las disposiciones legales vigentes y propiedad intelectual que se tendrán en cuenta para el desarrollo de esta propuesta de investigación. Para ello, partimos de este principio:

Dado que la investigación acción se lleva a cabo en medios humanos donde están implicadas personas (docentes, estudiantes, padres de familia y comunidad educativa en general) y que el tipo de datos que se pretenden obtener pueden significar manejar información sobre las personas o su contexto y circunstancias, cuyo uso inadecuado pudiera ser lesivo para las

mismas, es necesario cuidar tanto los modos por los cuales tenemos acceso a la información, como la interpretación que de ella hacemos y el uso público que le damos.

La ética es, sobre todo, filosofía práctica cuya tarea no es precisamente resolver conflictos, pero sí plantearlos. Ni la teoría de la justicia ni la ética comunicativa indican un camino seguro hacia la «sociedad bien ordenada» o hacia la «comunidad ideal del diálogo» que postulan. Y es ese largo trecho que queda por recorrer y en el que estamos, que solicita una urgente y constante reflexión ética⁹².

A continuación, se presenta una tabla diseñada por NOREÑA, Ana L.; ALCARAZ-MORENO, Noemí.; ROJAS, Juan G. y REBOLLEDO-MALPICA Dinora⁹³; sobre “La aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa”.

TABLA 17. CRITERIOS ÉTICOS EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado.	Los participantes deben estar de acuerdo con ser informantes y conocer sus derechos y responsabilidades
Confidencialidad.	Asegurar la protección de la identidad de las personas que participan como informantes de la investigación
Manejo de riesgos.	Este requisito tiene relación con los principios de no maleficencia y beneficencia establecidos para hacer investigación con seres humanos
Observación participante	La incursión del investigador en el campo exige una responsabilidad ética por los efectos y las consecuencias que pueden derivarse de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

⁹²GONZÁLEZ ÁVILA, Manuel. Aspectos éticos de la investigación cualitativa. Revista Iberoamericana de Educación. Nº 29, pp. 85-103 mayo- agosto 2002

⁹³ NOREÑA, Ana Lucía, ALCARAZ-MORENO, Noemí, ROJAS Juan Guillermo, REBOLLEDO-MALPICA Dinora. La aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. AQUICHAN - ISSN 1657-5997. AÑO 12 - VOL. 12 Nº 3 - CHÍA, COLOMBIA - DICIEMBRE 2012. DISPONIBLE EN: <http://www.scielo.org.co/pdf/aqui/v12n3/v12n3a06.pdf>

Entrevistas.	Se trata de una interacción social donde no se deben provocar actitudes que condicionen las respuestas de los participantes
Grabaciones de audio o video	Deben resguardarse en archivos confidenciales y el investigador necesita ser cauteloso anteponiendo la confidencialidad, el respeto y el anonimato de los participantes.

Fuente: Adaptación de la investigadora basada en el modelo de NOREÑA, Ana L.; ALCARAZ-MORENO, Noemí.; ROJAS, Juan G. y REBOLLEDO-MALPICA Dinora.

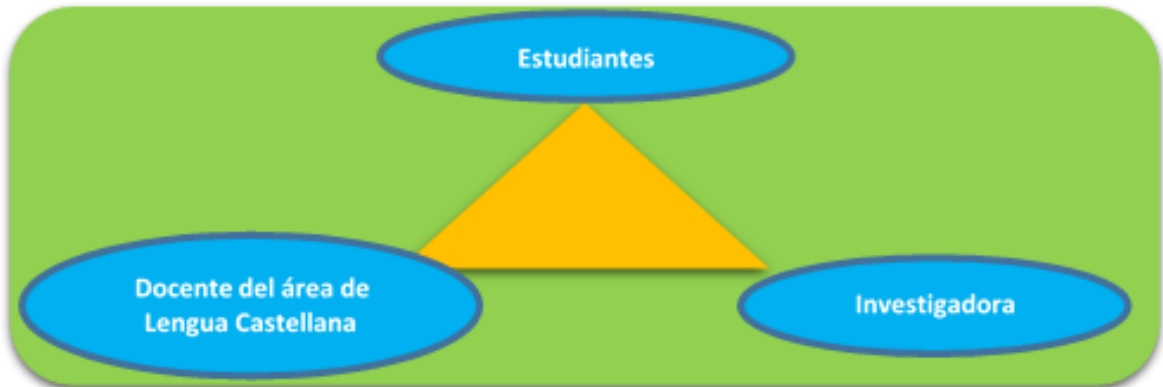
3.8 TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Cabe iniciar este apartado del proceso investigativo recordando que la investigadora en el campo, hizo uso de tres técnicas de investigación cualitativa que se administraron con un orden específico e intencional: Prueba inicial de lectura, entrevista semiestructurada y observación no participante.

En consecuencia, en los apartados anteriores de este informe se realizó un análisis de la información con los datos obtenidos producto de las técnicas desarrolladas para la fase diagnóstica, estos métodos permitieron extraer información de dos fuentes fundamentales del proceso investigativo que son los estudiantes y el docente titular del área de lengua castellana, así mismo se emplearon tres técnicas diferentes para indagar sobre dos preguntas orientadoras específicas de la investigación; tal como lo afirma Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar en el texto metodología de la Investigación refiriéndose a la triangulación de métodos de recolección de los datos, “en la indagación cualitativa poseemos una mayor riqueza y profundidad en los datos si éstos provienen de diferentes actores del proceso, de distintas fuentes y al utilizar una mayor variedad de formas de recolección de los datos”⁹⁴.

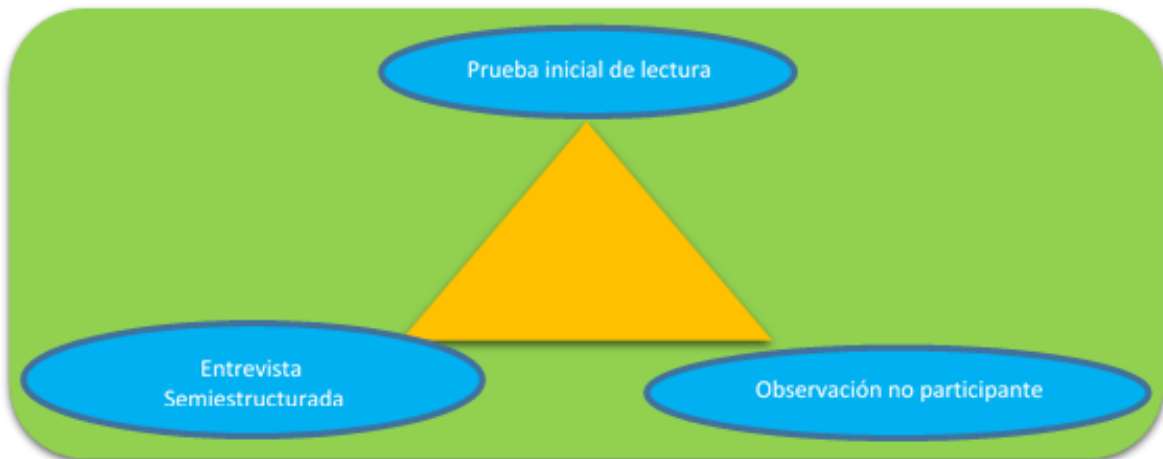
⁹⁴ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la Investigación. cuarta edición Mc Graw Hill. p 622.

FIGURA 3. TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN POR ESTAMENTOS.



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 4. TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN POR INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.



Fuente: Elaboración propia.

En el esquema de investigación de esta propuesta se usaron unas categorías apriorísticas en la prueba inicial de lectura y la observación no participante, pues el objetivo en la primera fue identificar en qué nivel de comprensión e interpretación textual se encontraban los estudiantes del grado quinto de la institución educativa objeto de la investigación; y la segunda tenía que ver con determinar las estrategias pedagógicas que usaba el maestro para desarrollar procesos de comprensión e interpretación textual y al correlacionar estas dos técnicas con los datos arrojados

producto de la aplicación de la entrevista semiestructurada cuyas categorías fueron emergentes, se logró establecer la siguiente triangulación de la información:

- Para identificar los niveles de comprensión e interpretación textual en que se encontraban los estudiantes, se compararon los resultados de la prueba inicial de lectura con el análisis diagnóstico de los resultados obtenidos por el establecimiento educativo en las pruebas saber 2015 para correlacionar y extraer los aprendizajes por mejorar según la matriz de referencia de la prueba Saber 5º.
- Se revisó los sustentos teóricos de la prueba inicial de lectura con los lineamientos para el análisis de preguntas prueba Saber 5º.
- Se compararon los datos obtenidos de la entrevista semiestructurada a la docente del área de lengua castellana con la información producto de la observación no participante, de esta manera encontrar las relaciones entre lo que dice la docente que hace y lo que ejecuta en su práctica pedagógica, con el fin de determinar las estrategias pedagógicas que utiliza para desarrollar procesos de comprensión e interpretación textual.
- Se contrastaron con la teoría, sustento de la investigación, los datos obtenidos de cada una de las técnicas empleadas en la investigación.

4. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

4.1 PROPUESTA DE INTERVENCIÓN SECUENCIA DIDÁCTICA: “EDUCAR EN ENTORNOS PERSUASIVOS”

En esta fase del proyecto de investigación la autora buscó resolver las siguientes preguntas orientadoras de investigación y que se convirtieron a su vez en objetivos específicos de la misma:

¿Qué características debe tener un material publicitario para mejorar los procesos de comprensión e interpretación textual en los estudiantes de quinto?

¿Qué elementos debe tener una secuencia didáctica que incorpore el texto publicitario para mejorar los procesos de comprensión e interpretación textual en los estudiantes de quinto?

Por ello, la docente investigadora determinó diseñar una secuencia didáctica basada en el texto publicitario como medio para desarrollar lectura crítica en los estudiantes de quinto grado de básica primaria de una institución educativa del municipio de Barrancabermeja. La propuesta de intervención fue planeada teniendo en cuenta un diseño elaborado por la investigadora para organizar de forma estratégica la ejecución de la secuencia, tal como afirma Sergio Tobón, Julio Pimienta y Juan García en su texto secuencias didácticas: aprendizaje y evaluación de competencias: “Un aspecto fundamental en las secuencias didácticas, destinadas a formar y evaluar competencias desde la perspectiva socioformativa que reta al maestro para identificar, interpretar, argumentar y resolver el problema de estudio”. De ahí que en el siguiente apartado se muestra a manera de síntesis el esquema abordado para la planeación de las 10 sesiones de clase, en donde se evidenció la articulación entre cada categoría de análisis, los contenidos, las actividades de aprendizaje y la evaluación de la experiencia por parte de los estudiantes participantes. Tal como afirma Pérez Abril, una secuencia didáctica en

el campo del Lenguaje es entendida como una estructura de acciones e interacciones relacionadas entre sí, intencionales, que se organizan para alcanzar algún aprendizaje.⁹⁵

⁹⁵ PÉREZ Abril, Mauricio. Un marco para pensar configuraciones didácticas en el campo del lenguaje, en la educación Básica. La didáctica de la lengua materna. Estado de la discusión en Colombia. Cali, Colombia: Univalle. p. 47-65.

TABLA 18. SECUENCIA DIDÁCTICA

IDENTIFICACIÓN DE LA SECUENCIA DIDÁCTICA		
ÁREA: Lengua castellana	DOCENTE INVESTIGADORA: Rosa Elvira Lagares Mercado	
GRADO: 5	N° DE SESIONES: 10	Tiempo: 23 horas
TÍTULO DE LA SECUENCIA: “Educar para vivir en entornos persuasivos”		
DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA DIDÁCTICA		

Esta secuencia didáctica fue diseñada con el fin de presentar la programación de las sesiones de clase a desarrollar con los estudiantes de 5° de la institución educativa seleccionada objeto de la investigación y cuyo objetivo principal es la lectura crítica del texto publicitario. El enfoque metodológico de la secuencia es de tipo socioformativo⁹⁶, cuyo fin es el desarrollo de la competencia comunicativa lectora y escritora, haciendo énfasis en los procesos de comprensión e interpretación textual, los niveles de comprensión de lectura de acuerdo a los tres componentes del lenguaje: semántico, sintáctico y pragmático. Estos elementos permiten organizar y dosificar las actividades de aprendizaje y estrategias de evaluación con las cuales la docente investigadora valida la pertinencia de la propuesta de intervención y las características que debe contener esta estrategia para desarrollar la lectura crítica del texto publicitario.

Adicionalmente, la secuencia didáctica se diseñó basada en los resultados obtenidos por medio del análisis de los aprendizajes por mejorar identificados en la prueba Saber 5° y la prueba inicial de lectura; para que, al finalizar la intervención por medio de esta, se realizaran los respectivo comparativos y poder arrojar un análisis de los elementos que permiten desarrollar lectura crítica de la publicidad.

Este diseño de secuencia didáctica permite que las actividades estén organizadas por sesiones y momentos de clase como son la exploración, estructuración y práctica y transferencia y valoración. En cada sesión de clase se cuenta con un objetivo de aprendizaje específico, un criterio de evaluación y evidencia, además del tiempo y recursos necesarios para su desarrollo.

⁹⁶ TOBÓN, T. Sergio. PIMIEN, P. Julio H. GARCÍA F. Juan A. Secuencias didácticas: metodología general de aprendizaje y evaluación. México: Pearson. 2010. 60-83 p.

El marco teórico en el cual se basa la secuencia es:

- ✓ Desarrollo de competencias.
- ✓ Niveles de análisis y producción de textos escritos.
- ✓ Teoría constructivista y de aprendizaje significativo.
- ✓ Niveles de comprensión de lectura.
- ✓ Técnicas para desarrollar la lectura crítica.
- ✓ Lectura crítica de la publicidad.
- ✓ Referentes de calidad educativa: lineamientos curriculares, estándares de competencias en lengua castellana y matriz de referencia pruebas Saber.

ESTÁNDARES BÁSICOS DE COMPETENCIAS		
FACTOR	ENUNCIADO IDENTIFICADOR	SUBPROCESOS
PRODUCCIÓN TEXTUAL	Produzco textos orales en situaciones comunicativas que permiten evidenciar el uso significativo de la entonación y la pertinencia articuladora.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizo mis ideas para producir un texto oral, teniendo en cuenta mi realidad y mis propias experiencias. • Elaboro un plan para la exposición de mis ideas.
	Produzco textos escritos que responden a diversas necesidades comunicativas y que siguen un procedimiento estratégico para su elaboración.	<ul style="list-style-type: none"> • Elijo un tema para producir un texto escrito, teniendo en cuenta un propósito, las características del interlocutor y las exigencias del contexto. • Diseño un plan para elaborar un texto informativo. • Produzco la primera versión de un texto informativo, atendiendo a requerimientos (formales y conceptuales) de la producción escrita en lengua castellana, con énfasis en algunos aspectos gramaticales (concordancia, tiempos verbales, nombres, pronombres, entre otros) • Reescribo el texto a partir de las propuestas de corrección formuladas por mis compañeros y por mí.
COMPRENSIÓN INTERPRETACIÓN TEXTUAL	E Comprendo diversos tipos de texto, utilizando algunas estrategias de búsqueda, organización y almacenamiento de la información.	<ul style="list-style-type: none"> • Leo diversos tipos de texto: descriptivo, informativo, narrativo, explicativo y argumentativo. • Comprendo los aspectos formales y conceptuales (en especial; características de las oraciones y formas de relación entre ellas), al interior de cada texto leído.

		<ul style="list-style-type: none"> • Identifico la intención comunicativa de cada uno de los textos leídos. • Utilizo estrategias de búsqueda, selección y almacenamiento de información para mis procesos de producción y comprensión textual.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OTROS SISTEMAS SIMBÓLICOS	Caracterizo el funcionamiento de algunos códigos no verbales con miras a su uso en situaciones comunicativas auténticas.	<ul style="list-style-type: none"> • Doy cuenta de algunas estrategias empleadas para comunicar a través del lenguaje no verbal. • Explico el sentido que tienen mensajes no verbales en mi contexto: señales de tránsito, indicios, banderas, colores, etc. • Reconozco y uso códigos no verbales en situaciones comunicativas auténticas.
ETICA DE COMUNICACIÓN LA	Conozco y analizo los elementos, roles, relaciones y reglas básicas de la comunicación, para inferir las intenciones y expectativas de mis interlocutores y hacer más eficaces mis procesos comunicativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Identifico los elementos constitutivos de la comunicación: interlocutores, código, canal, mensaje y contextos. • Tengo en cuenta, en mis interacciones comunicativas, principios básicos de la comunicación: reconocimiento del otro en tanto interlocutor válido y respeto por los turnos conversacionales.

APRENDIZAJES POR MEJORAR (Matriz de referencia Prueba Saber)

COMPETENCIA	COMPONENTE	APRENDIZAJE	EVIDENCIA
LECTORA	<i>PRAGMÁTICO</i>	Reconoce los elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.
	<i>SEMÁNTICO</i>	Recupera información explícita en el contenido del texto.	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica el sentido que tienen algunos códigos no verbales en situaciones de comunicación cotidianas. • Reconoce la presencia de argumentos en un texto. • Reconoce secuencias de acciones, hechos o eventos en los textos que lee. • Ubica en un texto escrito información puntual sobre ¿qué?,

		¿quiénes?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿cómo?
		<ul style="list-style-type: none"> • Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos.
	Recupera información implícita en el contenido del texto.	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora hipótesis de lectura global sobre los textos que lee. • Relaciona e integra información del texto y los paratextos, para predecir información sobre posibles contenidos.
	<i>SINTÁCTICO</i>	<p>Recupera información implícita de la organización, tejido y componentes de los textos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica la función de los corchetes, comillas, guiones, raya, signos de admiración, etc. En la configuración del sentido de un texto. • Ubica el texto dentro de una tipología o género específico.
ESCRITORA		<p>Da cuenta de las estrategias discursivas pertinentes y adecuadas al propósito de producción de un texto, en una situación de comunicación particular.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica la correspondencia entre el léxico empleado y el auditorio al que se dirige un texto.
	<i>PRAGMÁTICO</i>	<p>Da cuenta de los mecanismos de uso y control de las estrategias discursivas, para adecuar el texto a la situación de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo.
		<p>Prevé el propósito o las intenciones que debe cumplir un texto,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica el propósito que debe tener el texto para cumplir con las

	atendiendo a las necesidades de la producción textual en un contexto comunicativo particular.	condiciones del contexto o las exigencias de comunicación.
<i>SEMÁNTICO</i>	Comprende los mecanismos de uso y control que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular.	<ul style="list-style-type: none"> • Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito.
	Prevé temas, contenidos, ideas o enunciados, para producir textos que respondan a diversas necesidades comunicativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Elige un contenido o tema acorde con un propósito.
<i>SINTÁCTICO</i>	Da cuenta de los mecanismos de uso y control de la lengua y de la gramática textual que permiten regular la coherencia y cohesión del texto, en una situación de comunicación particular.	<ul style="list-style-type: none"> • Evalúa en un texto escrito el uso adecuado de los elementos gramaticales (concordancia, tiempos verbales, pronombres) y ortográficos (acentuación, mayúsculas, signos de puntuación).
	Prevé el plan textual, organización de ideas, tipo textual y estrategias discursivas atendiendo a las necesidades de la producción, en un contexto comunicativo particular.	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora un plan textual para producir un texto. • Identifica el armazón o estructura del texto.
		<ul style="list-style-type: none"> • Identifica e tipo de texto que debe escribir.

Derechos Básicos de Aprendizaje (DBA) de lenguaje para el grado 5º abordados en la SD

DBA N°1: Utiliza la información que recibe de los medios de comunicación para participar en espacios discursivos de opinión.

Evidencia de aprendizaje:

- Dialoga con sus compañeros sobre el sentido de los mensajes emitidos por los medios de comunicación masiva.
- Selecciona la información de acuerdo con el formato en que ha sido presentada.

DBA N°2: Interpreta mensajes directos e indirectos en algunas imágenes, símbolos o gestos.

Evidencia de aprendizaje:

- Infiere el significado del lenguaje gestual y corporal de emoticones, gestos, fotografías y movimientos del cuerpo presentes en las situaciones comunicativas en las cuales participa.
- Identifica la coherencia de las imágenes en los textos representados con ellas.

Objetivos de aprendizaje de la SD

- Desarrolla una posición crítica frente a los mensajes publicitarios que lee.

Evidencias de aprendizaje:

- Identifica las estrategias de manipulación de los textos publicitarios.
- Reconoce los elementos constitutivos del texto publicitario.
- Evalúa las intenciones y propósitos de los textos publicitarios a partir de la relación entre la información implícita y explícita presente en ellos.
- Produce un texto publicitario teniendo en cuenta un plan textual y su propósito comunicativo.

EJES TEMÁTICOS

Competencia	Comunicativa	
	Lectura	Escritura

Procesos	Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.	Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.		
Componentes⁹⁷	Semántico	Sintáctico		Pragmático
	Sentido y significado del texto.	Estructura y forma del texto.		Uso del texto en contexto.

TIPOLOGIA TEXTUAL⁹⁸				
Tipo de texto	Tipo de discurso	Tipo de escrito	Objetivo del escrito	Audiencia
ARGUMENTATIVO	PERSUADIR (ARGUMENTAR) EXHORTAR (FORZAR A)	PUBLICIDAD	Influir y modificar opiniones.	Otras personas. Pone énfasis en el intelecto y/o las emociones. Ámbitos académicos, laborales y políticos. Real o imaginario.
INFORMATIVO	INFORMAR	AFICHE - AVISOS	Comunicar, informar, estandarizar la comunicación	Otras personas. Sigue formulas convencionales, ámbito laboral y social.

PLAN DE TRABAJO				
SESION	COMPETENCIA	ACCIONES	TIEMPO	RECURSOS
1.	Lectora			
	COMPONENTES			

⁹⁷ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos curriculares lengua castellana. Bogotá. 1998.

⁹⁸ PEREZ, A. Mauricio. Hacia una pedagogía del discurso: elementos para pensar la competencia argumentativa en los procesos de escritura en la educación básica. Competencias y proyectos pedagógicos. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia

	<p>Semántico y pragmático</p> <p>NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA</p> <p>Inferencial</p> <p>CATEGORIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elabora hipótesis de lectura global sobre el texto publicitario. • Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee. 	<p>✓ Recreación de un Supermercado para que los estudiantes realicen hipótesis de lectura global sobre las etiquetas y empaques.</p> <p>✓ Contacto con diversas marcas de productos y puesta en común de algunos avisos publicitarios sobre productos de consumo.</p> <p>✓ Reconocimiento e identificación con la tipología textual.</p>	2 horas	<p>Imágenes de etiquetas y empaques.</p> <p>Video beam</p> <p>Presentación PPT</p> <p>Ficha de análisis de etiquetas individual y grupal.</p> <p>Matriz SQA: que sé, que quiero saber y que aprendí.</p>
2. La magia de la publicidad	<p>Lectora</p> <p>COMPONENTES</p> <p>Semántico y pragmático</p> <p>NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA</p> <p>Literal e inferencial y crítico</p> <p>CATEGORIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconoce la presencia de argumentos en un texto publicitario con imagen en movimiento. • Ubica en un texto publicitario información puntual sobre ¿qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, ¿Cómo? • Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee. 	<p>✓ Conceptualización de los términos Persuadir – Manipular – Convencer como herramientas para develar los usos y formas de la comunicación publicitaria. .</p> <p>✓ Mecanismos de manipulación empleados en la publicidad: Seducción, manipulación, tentación, intimidación y provocación.</p> <p>✓ Reconocimiento de la intención y propósito del discurso publicitario. Reconocimiento de elementos significativos literales o denotativos y simbólicos o connotativos.</p>	2 horas	<p>Diccionarios enciclopédicos.</p> <p>Video beam.</p> <p>Presentación PPT.</p> <p>Video de una campaña publicitaria: “pídele a un niño que le pegue a una niña.</p>
	<p>Lectora</p> <p>COMPONENTES</p> <p>Semántico y pragmático</p>	<p>✓ Mensaje lingüístico del texto publicitario.</p>	2 horas	<p>Diccionarios enciclopédicos:</p>
	<p>Lectora</p> <p>COMPONENTES</p> <p>Semántico y pragmático</p>			
	<p>Lectora</p> <p>COMPONENTES</p> <p>Semántico y pragmático</p>			
	<p>Lectora</p> <p>COMPONENTES</p> <p>Semántico y pragmático</p>			
	<p>Lectora</p> <p>COMPONENTES</p> <p>Semántico y pragmático</p>			

	<p>NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA</p> <p>Inferencial y crítico</p> <p>CATEGORIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elabora hipótesis de lectura global sobre los textos publicitarios que lee. • Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee. 	<p>✓ Uso y abuso del lenguaje verbal en los anuncios publicitarios por medio de los eslóganes.</p> <p>✓ Usos verbales ingeniosos en el slogan, comprensión crítica del significado literal y del sentido simbólico de los mensajes de la persuasión publicitaria.</p>		<p>ficha de palabras nuevas, técnica del balón.</p> <p>Lista de eslóganes para analizar.</p> <p>Video beam.</p> <p>Presentación PPT.</p>
<p>4. El lenguaje no verbal me dice algo</p>	Lectora		<p>2 horas</p>	<p>Ficha de análisis de los colores.</p> <p>Video beam</p> <p>Presentación PPT con diversos avisos publicitarios con dos propósitos: informar y argumentar.</p>
	COMPONENTES			
	Semántico, sintáctico y pragmático			
	NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA			
	Literal, inferencial y crítico	<p>✓ Mensaje icónico: función expresiva de las imágenes, colores y tipología tipográfica.</p>		
	CATEGORIAS	<p>✓ Múltiples lecturas del texto publicitario a partir del análisis del color. Simbolismo y significación cultural de los colores.</p> <p>✓ Estudio semiótico del texto publicitario (logotipo, color, tipo de letra, paratextos)</p>		
<p>5. P u b -</p>	Lectora		<p>3 horas</p>	
	COMPONENTES			

	Semántico y pragmático NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA Literal e inferencial CATEGORIAS <ul style="list-style-type: none"> • Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos. • Identifica el armazón o estructura del texto publicitario de tipo informativo. 	✓ Comprensión crítica del significado literal de los mensajes publicitarios en el formato de AVISOS y ANUNCIOS. ✓ Elaboración de inferencias a partir de los rasgos significativos de las imágenes (punto, línea, color, tipo de plano)		Ficha de reconocimiento silueta textual. Ficha de reconocimiento elementos de la comunicación. Avisos Video beam Presentación PPT
6. Publicidad para convencer	Lectora COMPONENTES Semántico, sintáctico y pragmático NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA crítico CATEGORIAS <ul style="list-style-type: none"> • Relaciona el contenido de un texto publicitario con otros textos de la cultura. • Reconoce algunas estrategias propias del texto publicitario. • Deduce la efectividad de un anuncio publicitario y argumenta su respuesta. 	✓ Estudio del medio: Formatos PROPAGANDA e IMAGEN AUDIOVISUAL EN MOVIMIENTO (Video-campaña publicitaria) ✓ Describir personajes, objetos, acciones y escenarios insertos en ellas. ✓ Identificación de los elementos de la comunicación publicitaria: emisor, receptor, canal, código, mensaje y receptor. ✓ Texto publicitario de tipo argumentativo. ✓ Recorrido por el corregimiento a través de fotografías, observando, describiendo y clasificando los textos publicitarios que en él hay. ✓ Aviso de bienvenida de la entrada del corregimiento. (texto publicitario argumentativo)	2 horas	Video beam Presentación PPT recorrido geográfico hacia el corregimiento E Llanito- vista satelital Google Maps. Reportajes sobre el corregimiento como parador turístico. Hojas –colores - Lápices - marcadores
7. Pens	ESCRITORA COMPONENTES		3 horas	Video beam Presentación PPT

	Semántico, sintáctico y pragmático	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulación de las temáticas para la elaboración del plan de escritura del aviso: cultura, comida y actividad económica - la pesca. ✓ Planteamiento del afiche publicitario. ✓ Construcción del primer borrador etapa I: trabajo individual. ✓ Socialización de ideas para la elaboración del segundo borrador etapa II: trabajo cooperativo. 		Hojas –colores - Lápices - marcadores
	MOMENTO			
	Planeación			
	CATEGORIAS			
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elige un contenido o tema acorde con un propósito. ✓ Identifica el tipo de texto que debe escribir y elabora un plan textual para producirlo. ✓ Identifica el propósito que debe tener el texto para cumplir las condiciones del contexto o las exigencias de comunicación. 			
8. Los diseñadores	ESCRITORA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudio del medio publicitario. ✓ Manejo de los elementos básicos del programa Corel Draw para el diseño en formato digital del afiche. ✓ Salida pedagógica a SISTEMAS INTERACTIVOS clase de publicidad y diseño gráfico. ✓ Digitalización del aviso y el afiche diseñado. ✓ Construcción del segundo borrador. 	4 horas	Computadores portátiles. Programa Corel Draw.
	COMPONENTES			
	Semántico, sintáctico y pragmático			
	MOMENTO			
	Revisión			
	CATEGORIAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito comunicativo. ✓ Evalúa en el texto publicitario construido el uso de elementos gramaticales y ortográficos. ✓ Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto. 				
E - P - S:	ESCRITORA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Socialización del afiche, proyección del producto final a los compañeros del curso y docente titular. 	1 hora	Video beam
	COMPONENTES			

	Semántico, sintáctico y pragmático	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentación a padres de familia y directivos docentes de la institución educativa. 		Presentación PPT Afiches elaborados por los estudiantes.
	MOMENTO			
	Revisión			
	CATEGORIAS			
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito comunicativo. ✓ Evalúa en el texto publicitario construido el uso de elementos gramaticales y ortográficos. ✓ Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto. 			
10. Prueba final de lectura	LECTORA Y ESCRITORA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de la sesión de cierre de la secuencia didáctica por medio de la prueba final de lectura. ✓ Formulación de preguntas intercaladas para realizar la verificación de los aprendizajes alcanzados por los estudiantes. ✓ Conversatorio con preguntas, para indagar en los estudiantes su apreciación sobre el proceso de implementación de la propuesta. 	1 hora	Prueba final de lectura.
	COMPONENTES			
	Semántico, sintáctico y pragmático			
	NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA			
	Literal, inferencial y crítico			
	MOMENTOS			
	Planeación, escritura y revisión			

Fuente: Elaboración propia.

4.2.1 Categorías de análisis de las sesiones de clase

TABLA 19. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°1 “EL FESTIVAL DE LAS MARCAS”.

COMPETENCIA	LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.			
COMPONENTES	SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.		PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.	
NIVELES DE COMPRENSIÓN LECTORA	INFERENCIAL		CRÍTICO	
CATEGORÍA	Elabora hipótesis de lectura global sobre el texto publicitario.		Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.	
CÓDIGO DEL ESTUDIANTE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
L5-E01	X		X	
L5-E02	X			X
L5-E03		X		X
L5-E04		X	X	
L5-E05	X			X
L5-E06	X			X
L5-E07	*A	*A	*A	*A
L5-E08	X			X
L5-E09		X		X
L5-E10		X		X
L5-E11		X		X
L5-E12		X		X
L5-E13		X		X
L5-E14	X			X
L5-E15	*A	*A	*A	*A
L5-E16	X		X	

Fuente. Elaboración propia.*

* La investigadora aclara que la letra *A corresponde a un estudiante que no asistió a la sesión de clases.

IMAGEN 1. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°1.

Nombre de la sesión: "El festival de las marcas".



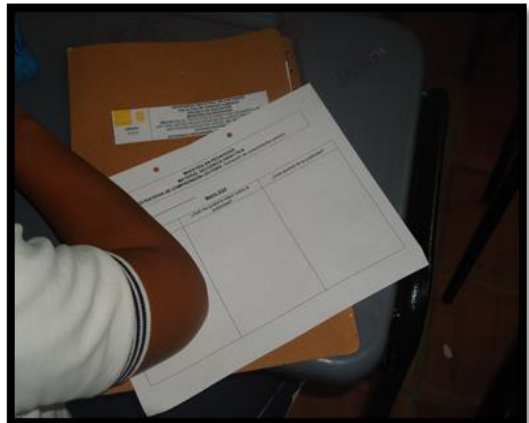
Recreación de un Supermercado.



Contacto con diversas marcas de productos y reconocimiento de la tipología textual.



Seguimiento al aprendizaje por medio de la estrategia de comprensión de lectura: Matriz SQA



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 20. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS SESIÓN N°1.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
<p>Elabora hipótesis de lectura global sobre el texto publicitario.</p>	<p><i>L5-E02:</i> Es algo que <i>representa</i> las marcas de productos de aseo y comida.</p> <p><i>L04):</i> La publicidad es lo que <i>representan</i> la marca.</p> <p><i>L5-E08:</i> Es algo que nos da a conocer a las personas.</p> <p><i>L5-E10:</i> La publicidad es un producto de útiles de aseo.</p>	<p>De acuerdo a los resultados de la tabla anterior y las respuestas de los estudiantes, se puede decir que el 44% de los estudiantes se les facilita realizar hipótesis de lectura sobre el texto publicitario, ya que utilizan el término “representa”, para aludir que la publicidad es una construcción humana y por ende simboliza a través de sus lenguajes parte de lo real. Sin embargo, el 56% no logra elaborar hipótesis con sentido sobre el texto publicitario, pues este es asociado como un individuo o cosa tangible.</p>
<p>Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios.</p>	<p><i>L5-E05:</i> Que nosotros compremos los productos.</p> <p><i>L5-E01:</i> <i>Anunciar</i> los productos nuevos que nosotros compramos.</p> <p><i>L5-E16:</i> Que venden también productos pensando en personas que tengan alguna enfermedad, pero por ahí intentan vender.</p> <p><i>L5-E13:</i> Ellos buscan que nosotros compartamos lo que nos dicen a las demás personas.</p>	<p>En cuanto a identificar la intencionalidad comunicativa de la publicidad, sólo el 20% de los estudiantes participantes logran expresar con coherencia algunos propósitos que tienen los textos publicitarios. Mientras que, al 80% de ellos se les dificulta establecer las relaciones entre los significados (lenguaje verbal y no verbal) que le permitan encontrar los fines persuasivos del discurso publicitario.</p>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 21. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°2 “LA MAGIA DE LA PUBLICIDAD”.

COMPETENCIA	LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.					
COMPONENTE	SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.				PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.	
NIVELES DE COMPRENSION LECTORA	LITERAL		LITERAL		CRÍTICO	
CATEGORIAS	Reconoce la presencia de argumentos en un texto publicitario con imagen en movimiento.		Ubica en un texto publicitario información puntual sobre ¿qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, ¿Cómo?		Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
L5-E01	X		X		X	
L5-E02		X	X		X	
L5-E03		X		X		X
L5-E04		X	X		X	
L5-E05	X		X		X	
L5-E06	X		X			X
L5-E07	*A	*A	*A	*A	*A	*A
L5-E08		X	X			X
L5-E09		X		X		X
L5-E10	X		X			X
L5-E11	X		X		X	
L5-E12	X		X		X	
L5-E13		X	X			X
L5-E14	X		X		X	
L5-E15	*A	*A	*A	*A	*A	*A
L5-E16		X	X		X	

Fuente. Elaboración propia. *

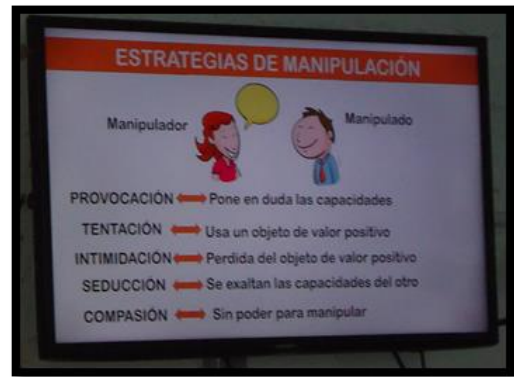
* La investigadora aclara que la letra *A corresponde a un estudiante que no asistió a la sesión de clases.

IMAGEN 2. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°2.

Nombre de la sesión: “La magia de la publicidad”.



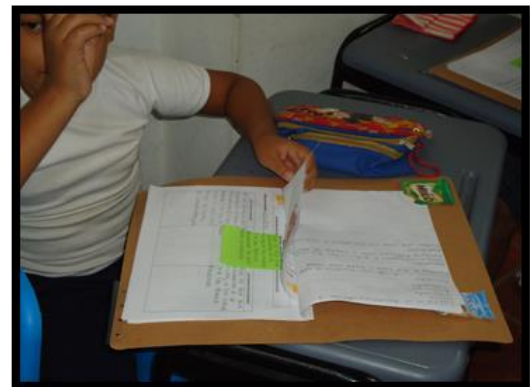
Estrategia de comprensión lectora: exploración de saberes previos. (Persuadir – Manipular – Convencer)



Develando los mecanismos de manipulación empleados en la publicidad.



Reconocimiento de la intención y propósito del discurso publicitario mediante el análisis de los personajes de una campaña publicitaria.



Seguimiento al aprendizaje por medio de la estrategia de comprensión de lectura: Matriz SQA

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 22. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS SESIÓN N°2.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
Reconoce la presencia de argumentos en un texto publicitario con imagen en movimiento.	<p>L5-E01: No golpeó la niña porque está en contra de la violencia.</p> <p>L5-E14: No los pudieron manipular.</p> <p>L5-E10: Que no hay que manipular a las personas para hacer lo que ellas no quieren.</p> <p>L5-E11: Que les pidieron a los niños que le pegaran a la niña, pero no le pegaron. El niño dice que Jesús no quiere que golpeemos a los demás.</p>	<p>Por medio de la visualización de una campaña publicitaria, la investigadora buscó que los estudiantes reconocieran los argumentos que daban los personajes para no realizar algunas acciones negativas, a lo cual sólo el 44% de ellos logró el cumplimiento de esta categoría. Por lo tanto, a estos estudiantes se les dificultó el reconocimiento a nivel literal de las palabras o frases que los personajes mencionaban.</p>
Ubica en un texto publicitario información puntual sobre ¿Qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué? y ¿Cómo?	<p>L5-E01: Campaña publicitaria, portal de noticias italiano Fanpage y personaje: Pietro.</p> <p>L5-E04: Publicidad contra el maltrato en la mujer, portal de noticias italiano, varios niños, una niña y un narrador, Fluvio tiene siete años quiere ser policía.</p> <p>L5-E08: Cuando le dicen a un niño pegale una niña, portal de noticias italianas Fanpes, Fluvio 7, tiene 7 años es pequeño.</p> <p>L5-E13: Fulvio, tiene 7 años, ojos claros.</p> <p>L5-E03: Pietro, su chaqueta es negra y blanca.</p>	<p>En esta categoría el 75% de los estudiantes lograron ubicar en el texto presentado (imagen audiovisual en movimiento) datos que dan cuenta de un nivel de comprensión literal, puesto que localizaron información mencionada explícitamente en la campaña publicitaria. Por otra parte, el 25% no logró extraer este tipo de información. Estos estudiantes solo mencionaron una característica física del personaje seleccionado.</p>
Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.	<p>L5-E01: La publicidad tiene tres palabras que son muy importantes y esenciales. Las palabras son: persuadir, manipular y convencer.</p>	<p>Nuevamente en la sesión 2, la investigadora buscó indagar desde el componente pragmático y el nivel de comprensión crítico-intertextual, si el estudiante</p>

	<p><i>L5-E04:</i> La publicidad trata de persuadir manipular y convencer.</p> <p><i>L5-E02:</i> Es persuadir.</p>	<p>identifica la intención comunicativa del texto publicitario empleado en la clase. Así pues, los resultados arrojados en esta sesión, permitieron deducir que el 50% de los estudiantes identificaron la intención o propósito comunicativo que tienen los textos publicitarios en cualquiera de sus formatos, ya sea como afiche, anuncio o campaña publicitaria.</p>
--	---	--

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 23. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°3 “EL PODER DE LAS PALABRAS”.

COMPETENCIA	LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.			
COMPONENTE	SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.		PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.	
NIVELES DE COMPRESIÓN LECTORA	INFERENCIAL		CRÍTICO	
CATEGORIAS	Elabora hipótesis de lectura global sobre los textos publicitarios que lee.		Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
L5-E01	x		x	
L5-E02	x			x
L5-E03	x			x
L5-E04	x		x	
L5-E05	*A			x
L5-E06		x		x
L5-E07	x			x
L5-E08	*A			x
L5-E09		x		x
L5-E10		x		x
L5-E11	x			x
L5-E12	x			x
L5-E13	x			x
L5-E14	x			x
L5-E15	x			x
L5-E16	x			x

Fuente. Elaboración propia. *

* La investigadora aclara que la letra *A corresponde a un estudiante que no asistió a la sesión de clases.

IMAGEN 3. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°3.

Nombre de la sesión: “El poder de las palabras”.



Estrategia de comprensión lectora: exploración de saberes previos.
(Definiendo el término consumir)



Análisis crítico de mensajes publicitarios basados en los slogans.



Elaboración de hipótesis de lectura sobre slogans de marcas reconocidas.



Estrategia pedagógica: Trabajo cooperativo

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 24. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA SESIÓN N°3.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
<p>Elabora hipótesis de lectura global sobre los textos publicitarios que lee.</p>	<p>L5-E11: Vemos palabras.</p> <p>L5-E04: Una fotografía.</p> <p>L5-E08: La señora está emocionada por el producto y eso le da felicidad.</p> <p>L5-E12: Vemos color, felicidad.</p> <p>L5-E16: Una emoción.</p> <p>L5-E12: La señora está expresando felicidad.</p> <p>L5-E16: los avisos expresan una emoción.</p>	<p>En cuanto a la elaboración de hipótesis de lectura, el 69% de los estudiantes logran realizar una lectura global de un texto publicitario (aviso publicitario de Vanish), haciendo un barrido por el mismo desde diferentes elementos. Por un lado desde lo denotativo o literal, es decir, lo que se observa a simple vista de la imagen como el mensaje lingüístico. Y por otro lado, se encuentran los estudiantes que leen el texto desde su aspecto connotativo, es decir, desde sus saberes culturales y el significado que les evocan por ejemplo los colores que están presentes en el texto publicitario.</p>
<p>Identifica las intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.</p>	<p>L5-E01: Que le guste y lo quiera comprar.</p> <p>L5-E04: Quiere que lo compremos más.</p> <p>L5-E03: Es como persuadir a una persona.</p> <p>L5-E01: Quieren extraer algo de alguien o de algo.</p>	<p>De esta categoría de análisis podemos decir que solo el 12% de los estudiantes, logran reconocer la intención comunicativa del discurso publicitario presente en un aviso de un producto de consumo (Detergente Vanish). De tal manera que, al 88% de los participantes se les dificulta aún encontrar las razones por las cuales se realiza un texto publicitario, de tal manera que puedan determinar si este busca convencer, manipular o persuadir al consumidor.</p>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 25. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°4 “EL LENGUAJE NO VERBAL ME DICE ALGO”.

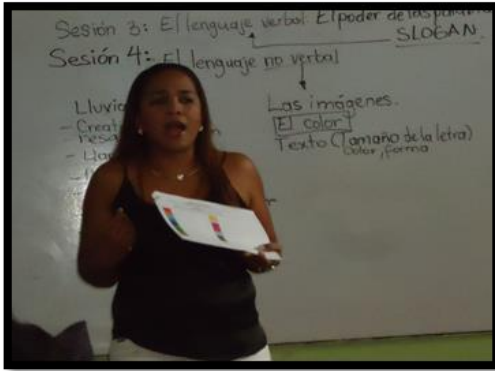
COMPETENCIA	LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.							
COMPONENTE	SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.				SINTÁCTICO: Estructura y forma del texto.		PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.	
NIVELES DE COMPRENSIÓN LECTORA	INFERENCIAL		INFERENCIAL		INFERENCIAL		CRÍTICO	
CATEGORIAS	Identifica el sentido que tienen algunos códigos no verbales como el color en el texto publicitario.		Relaciona e integra información del texto y los paratextos, para predecir información sobre posibles contenidos.		Ubica el texto dentro de una tipología o género específico.		Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
L5-E01	X		X		X		X	
L5-E02	X		X		X		X	
L5-E03	*A	*A	*A	*A	*A	*A		X
L5-E04	X		X		X		X	
L5-E05	X			X		X		X
L5-E06	X			X		X		X
L5-E07	X		X			X	X	
L5-E08	X		X		X		X	
L5-E09	*A	*A	*A	*A	*A	*A		X
L5-E10		X		X		X		X
L5-E11	X		X		X		X	
L5-E12	X			X	X		X	
L5-E13	X		X		X		X	
L5-E14	X		X		X		X	
L5-E15	X			X	X		X	
L5-E16	X			X		X	X	

Fuente. Elaboración propia. *

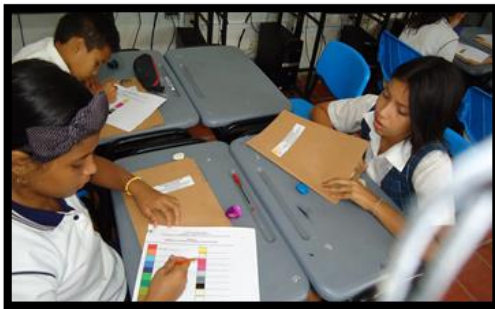
* La investigadora aclara que la letra *A corresponde a un estudiante que no asistió a la sesión de clases.

IMAGEN 4. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°4.

Nombre de la sesión: “El lenguaje no verbal me dice algo”.



Estudio semiótico del texto publicitario (logotipo, color, tipo de letra, imágenes etc.)



Análisis crítico del lenguaje no verbal presente en el texto publicitario.



Estrategia pedagógica: Trabajo Cooperativo

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 26. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA SESIÓN N°4.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
Identifica el sentido que tienen algunos códigos no verbales como el color en el texto publicitario.	<p><i>L5-E11:</i> Verde: Felicidad <i>L5-E15:</i> Verde: Nacionalista <i>L5-E04:</i> Verde: Naturaleza</p> <p><i>L5-E08:</i> Rojo: Amor <i>L5-E16:</i> Rojo: Inspiración</p> <p><i>L5-E14:</i> Negro: Terror <i>L5-E05:</i> Negro: Muerte</p> <p><i>L5-E06:</i> Sin el color las personas no se fijarían en las imágenes.</p> <p><i>L5-E08:</i> Es más llamativo.</p> <p><i>L5-E14:</i> El color es la seducción para las personas que lo están viendo</p>	<p>En esta categoría juega un papel importante la subjetividad del lector, puesto que el significado de los códigos no verbales empleados en el texto publicitario presentado, variaron de acuerdo a los saberes culturales de los estudiantes sobre el mismo. De ahí que el 81% de los estudiantes lograron hacer asociaciones lógicas de los elementos icónicos del texto a diferentes campos semánticos como familia, amigos, sentimientos y actitudes.</p>
Relaciona e integra información del texto y los paratextos, para predecir información sobre posibles contenidos.	<p><i>L5-E02:</i> El humo. <i>L5-E04:</i> El color. <i>L5-E11:</i> La letra, una está más grande que la otra. <i>L5-E14:</i> La imagen, son dos cigarrillos, representan las torres gemelas. <i>L5-E13:</i> La letra</p>	<p>Son variados los elementos paratextuales que los estudiantes logran distinguir en el texto publicitario, aunque no los conocen con este término, el 50% de los estudiantes participantes fija durante la lectura en detalles microestructurales propios de esta tipología (uso de mayúsculas y minúsculas, marcas tipográficas, combinaciones de tipografías en el mensaje lingüístico del texto, etc.)</p>
Ubica el texto dentro de una tipología o género específico.	<p><i>L5-E01:</i> Un texto publicitario. <i>L5-E02:</i> Una afiche. <i>L5-E04:</i> Un cartel publicitario.</p>	<p>En cuanto al reconocimiento de la silueta textual del texto publicitario, podemos decir que el 56% de los estudiantes logran reconocer el tipo de texto</p>

	<p><i>L5-E14:</i> Anuncio publicitario.</p> <p><i>L5-E15:</i> Texto publicitario.</p>	<p>que se encuentra leyendo, algunos desde la categoría más amplia (texto publicitario) y otros lo identifican en varias modalidades (cartel, afiche, anuncio), si bien es cierto, estos siguen estando en el campo de la tipología textual trabajada.</p>
<p>Identifica las intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.</p>	<p><i>L5-E16:</i> Me convence de que el cigarrillo es malo.</p> <p><i>L5-E15:</i> Este me está persuadiendo para que vayamos a un concierto. Este me está dando una información.</p> <p><i>L5-E01:</i> Me está persuadiendo para que vaya al evento.</p> <p><i>L5-E12:</i> La intención es que las personas lo vean y vayan al evento.</p> <p><i>L5-E11:</i> Este aviso les está diciendo a los muchachos que vayan por un buen camino.</p>	<p>El 68% de los estudiantes lograron ubicar información dentro de los textos publicitarios abordados, que le permitió usarla para explicar el propósito o la intención del texto. Ellos realizaron un proceso de comprensión lectora intertextual, ya que dentro los afiches seleccionados hacían alusión a otros elementos de la cultura que tiene especial significado para la sociedad y para ellos mismo.</p>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 27. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°5 “PUBLICIDAD PARA INFORMAR”.

COMPETENCIA	LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.					
COMPONENTE	SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.		SINTÁCTICO: Estructura y forma del texto.		PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.	
NIVELES DE COMPRENSIÓN LECTORA	LITERAL		INFERENCIAL		CRÍTICO	
CATEGORIA	Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre emisor, receptor, canal, mensaje y códigos presente en los textos publicitarios.		Identifica el armazón o estructura del texto publicitario de tipo informativo.		Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
L5-E01	x		X		X	
L5-E02	x		X		X	
L5-E03		X		X		X
L5-E04		X	X		X	
L5-E05	x			X	x	
L5-E06	x		X			X
L5-E07	x		X		X	
L5-E08	x		X		X	
L5-E09		X		X		X
L5-E10	x		X			X
L5-E11	x		X		X	
L5-E12	x	x	X		X	
L5-E13		x	X		X	
L5-E14	x		X		X	
L5-E15	x		X		X	
L5-E16	x		X		X	

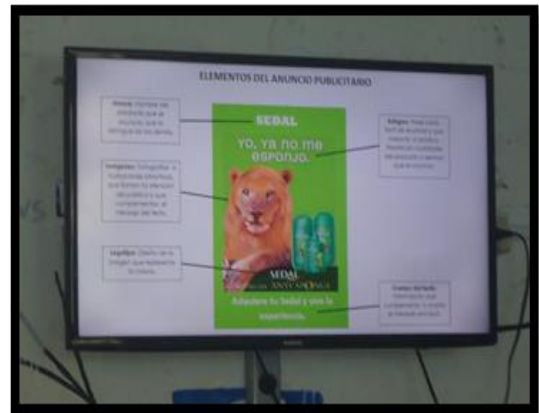
Fuente: Elaboración propia.

IMAGEN 5. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°5.

Nombre de la sesión: "Publicidad para informar".



Exploración de saberes previos a través de juego de roles. Identificación de los elementos de la comunicación.



Estudio del medio: Formatos AVISOS y ANUNCIOS.
Texto publicitario de tipo informativo

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 28. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA SESIÓN N°5.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos.	<p><i>L5-E06:</i> Emisor: marca del producto, canal: televisión, periódicos, videos; mensaje: eslogan del producto, código: lenguaje verbal y no verbal, receptor: las personas.</p> <p><i>L5-E04:</i> Emisor: marca del producto, canal: televisión, internet, redes sociales, mensaje: eslogan del producto, código: la imagen, receptor: la publicidad.</p>	Teniendo en cuenta que la publicidad es un tipo de texto que como pocos, exhibe abiertamente y de forma literal su intención comunicativa, así mismo, sucede con la certificación de la autoría del anuncio. Por tal motivo, se evidenció que el 75% de los estudiantes logran identificar fácilmente los elementos de la comunicación presentes en el discurso publicitario.
Identifica el armazón o estructura del texto publicitario de tipo informativo.	<p><i>L5-E01:</i> Marca, imagen, logotipo, eslogan y texto.</p> <p><i>L5-E04:</i> Marca, imágenes, producto, eslogan, cuerpo de texto.</p> <p><i>L5-E10:</i> Marca, imágenes, logotipo, eslogan, títulos y subtítulos.</p> <p><i>L5-E12:</i> <i>L5-E10:</i> Marca-nombre, imagen-fotografía, logotipo-diseño, eslogan-frase, texto-información.</p>	La presente categoría se encuentra ligada a la anterior, en la medida que al 81% de los estudiantes participantes de forma explícita el texto publicitario les muestra una silueta textual muy definida; aspecto que permite con gran facilidad su reconocimiento.
Identifica las intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.	<p><i>L5-E04:</i> Quiere que compremos el producto.</p> <p><i>L5-E12:</i> El afiche está comparando el cabello de una mujer con el pelo del</p>	En esta sesión de clases y con relación a la categoría se empieza a evidenciar que el 75% de estudiantes han mejorado en el reconocimiento de

	<p>león y ninguna mujer quiere tener el pelo así, por eso compra el shampoo.</p> <p><i>L5-E03:</i> Que si usted usas la salsa a la comida se va a poner buena, que la comida se va a poner más rica.</p>	<p>las intenciones y propósitos comunicativos del texto publicitario que leen.</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 29. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°6 “PUBLICIDAD PARA CONVENCER”.

COMPETENCIA	LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial					
COMPONENTE	SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.		SINTÁCTICO: Estructura y forma del texto.		PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.	
NIVELES DE COMPRENSIÓN LECTORA	CRÍTICO		CRÍTICO		CRÍTICO	
CATEGORÍAS	Relaciona el contenido de un texto publicitario con otros textos de la cultural.		Reconoce algunas estrategias propias del texto publicitario.		Deduce la efectividad de un anuncio publicitario y argumenta su respuesta.	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
L5-E01	x		x		x	
L5-E02	x		x		X	
L5-E03		X		X		X
L5-E04	X		x		X	
L5-E05	x			X		X
L5-E06	x		x		X	
L5-E07	X			X		X
L5-E08	X		X		X	
L5-E09	x			X		X
L5-E10	X			X		X
L5-E11	x		x		x	
L5-E12	x		x		X	
L5-E13	x		x			X
L5-E14	x		X		X	
L5-E15	X		X		X	
L5-E16	x		x		x	

Fuente: Elaboración propia.

IMAGEN 6. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°6.

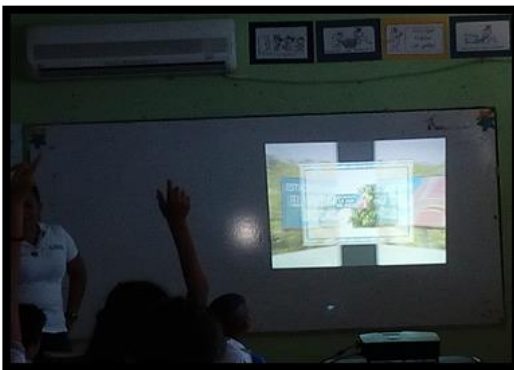
Nombre de la sesión: “Publicidad para convencer”.



Exploración de saberes previos ubicación del Corregimiento El Llanito



Relacionando el texto publicitario con otros textos de su cultura.



Lectura crítica de avisos y anuncios del corregimiento.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 30. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA SESIÓN N°6.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
<p>Relaciona el contenido de un texto publicitario con otros textos de la cultura.</p>	<p>L5-E11: Es una noticia. L5-E16: El petróleo. L5-E05: El Humedal. L5-E14: Para que conozcan la biodiversidad del río.</p>	<p>En la sesión de clase se les presentó a los estudiantes dos tipos de textos diferentes al publicitario (mapa- ubicación geográfica del corregimiento Google Maps vía satelital y una noticia sobre el turismo en el magdalena medio y Barrancabermeja) para que los estudiantes establecieran relaciones entre el contenido de los textos publicitarios que se encuentran en el corregimiento y otros textos del entorno. De ahí que 93% de los estudiantes logran hacer algún tipo de asociación entre los contenidos de los textos abordados.</p>
<p>Reconoce algunas estrategias propias del texto publicitario.</p>	<p>L5-E04: Persuadir, convencer, y manipular. L5-E16: Para el consumidor. L5-E01: El mensaje, los colores, las imágenes. L5-E06: El eslogan. L5-E11: La imagen.</p>	<p>El 69% de los estudiantes en esta categoría expresan abiertamente diferentes elementos que forman parte de la superestructura textual del texto publicitario, de tal forma que mencionan aspectos como el mensaje lingüístico, elementos icónicos e intención comunicativa.</p>
<p>Deduca la efectividad de un anuncio publicitario y argumenta su respuesta.</p>	<p>L5-E15: La imagen no es adecuada porque debe tener 2 imágenes, una de una persona bailando y un pescado.</p>	<p>Al evaluar los textos publicitarios del entorno, el 62% de los estudiantes logran emitir juicios de valor acerca del contenido, forma y propósito comunicativo.</p>

	<p>L5-E01: Para mi hubiese puesto un pescador con un pescado en la tarraya, eso es lo que se ve aquí profesora.</p> <p>L5-E16: el aviso de la entrada, aumenta las ventas y el dinero para las personas que viven aquí.</p>	<p>Esto evidencia pequeños avances en la oralidad de los estudiantes al poder exteriorizar sus ideas.</p>
--	---	---

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, la investigadora inicia el proceso de análisis de las sesiones de clase que se encuentran relacionadas con la competencia comunicativa escritora y el factor de producción textual, estos elementos son usados en esta propuesta, como excusa para fortalecer los procesos de comprensión lectora en sus niveles literal, inferencial y crítico, puesto que permitieron una lectura contextualizada y real del entorno de los estudiantes. De ahí que, tal como afirma Carlos Lomas al referirse a la competencia comunicativa como “ese conjunto de conocimientos y habilidades que van adquiriendo a lo largo del proceso de socialización de las personas (dentro y fuera de la escuela) y por lo tanto, está socioculturalmente condicionada”⁹⁹.

Para la producción del texto escrito, jugó un papel importante el contexto de los estudiantes, su identidad cultural y sentido de pertenencia por el mismo. De ahí que, las sesiones 7, 8, y 9; se planearon desde la secuencia didáctica como el momento de transferencia del conocimiento aprendido durante las sesiones anteriores, por ello se planteó a los estudiantes la elaboración de un afiche publicitario que tuviese como propósito fundamente dar a conocer aspectos relevantes del corregimiento como sitio turístico del municipio de Barrancabermeja. Por ello, en los siguientes

⁹⁹ LOMAS, Carlos. “Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras”. Volumen 1. Barcelona: Paidós. 1999. p. 32.

apartados se observa como la investigadora propone el trabajo de la competencia escritora y de la producción textual desde el enfoque socioformativo de competencia y la escritura como proceso.

TABLA 31. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°7 “PENSANDO LA PUBLICIDAD”.

COMPETENCIA	ESCRITORA: Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.									
COMPONENTE	SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.				SINTÁCTICO: Estructura y forma del texto.				PRAGMÁTICO: Uso del texto en	
MOMENTOS DEL PROCESO ESCRITOR	PLANEACIÓN		ESCRITURA		PLANEACIÓN		ESCRITURA		PLANEACIÓN	
CATEGORÍAS	Elige un contenido o tema acorde con un propósito.		Selecciona las ideas que permiten el desarrollo del tema.		Identifica el tipo de texto que debe escribir y elabora un plan textual para producirlo.		Identifica mecanismos de cohesión que permiten ligar preposiciones en un enunciado.		Identifica el propósito que debe tener el texto para cumplir las condiciones del contexto o las exigencias de	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
L5-E01	X			X	X			X	X	
L5-E02	X		X		X			X	X	
L5-E03	X			X		X		X		X
L5-E04	X			X	X		X		X	
L5-E05	X			X		X		X		X
L5-E06	X		X		X		X		X	
L5-E07	X			X	X			X		X
L5-E08	X		X		X		X		X	
L5-E09	X			X		X		X		X
L5-E10	X		X		X			X		X
L5-E11	X		X		X		X		X	
L5-E12	X		X		X		X		X	
L5-E13	X		X		X		X		X	
L5-E14	X		X		X			X		X
L5-E15	X		X		X			X	X	
L5-E16	X		X			X		X		X

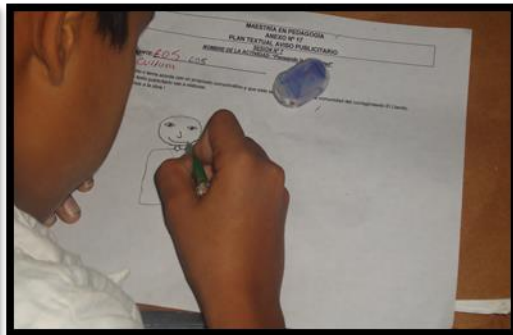
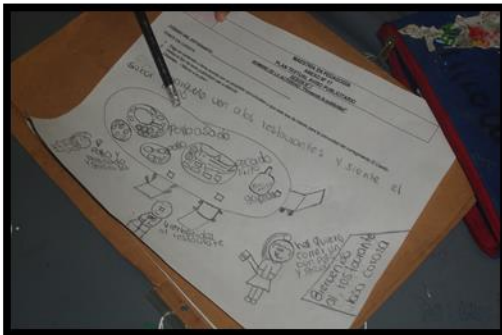
Fuente: Elaboración propio.

IMAGEN 7. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°7.

Nombre de la sesión: "Pensando la publicidad".



Elección del tema para el afiche publicitario: Pesca, comida y cultura.



Primer borrador de afiche publicitario. Trabajo Individual



Segundo borrador de afiche publicitario. Trabajo cooperativo.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 32. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA SESIÓN N°7.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
<p>Elige un contenido o tema acorde con un propósito.</p>	<p>L5-E05: La comida L5-E04: La pesca L5-E09: El turismo L5-E02: La cultura L5-E14. La agricultura L5-E16: La fauna y la flora L5-E06: La ciénaga L5-E05: La Cultura del corregimiento. L5-E03: La comida del corregimiento. L5-E06: La pesca en el corregimiento. L5-E07: La comida del corregimiento.</p>	<p>Durante la sesión de clase, los estudiantes proponen un listado de temas sobre los cuales podrían hacer un afiche publicitario. El 100% de los estudiantes eligieron un tema sobre el cual realizar su producción textual. De ahí que los temas seleccionados por los estudiantes giran en torno a tres tópicos: La pesca, la comida y la cultura del Corregimiento El Llanito.</p>
<p>Selecciona las ideas que permiten el desarrollo del tema.</p>	<p>L5-E06: Tema: La pesca en el corregimiento. Texto del afiche: Bienvenidos a la tierra del bocachico. Los pescadores del llanito gente pujante. L5-E12: Tema: La comida del corregimiento. Texto del afiche: Barranqueño ven a los restaurantes y siente el sabor bueno. L5-E15: Tema: La Cultura del corregimiento. Texto del afiche: Cultura del corregimiento el llanito 2017. Los invitamos para que venga y veamos el turismo porque en el corregimiento el llanito todo es muy bonito.</p>	<p>Para la segunda categoría estipulada en esta sesión el 62% de los estudiantes logró plasmar en un primer borrador del afiche, las ideas que le permiten continuar con el escrito y mantener el tema seleccionado. Cabe resaltar que los diseños del texto estaban acompañados de imágenes, colores, tipos de letras, plasmados por los estudiantes rústicamente con sus dibujos y cargados de significación cultural.</p>
<p>Identifica el tipo de texto que debe escribir y elabora un plan textual para producirlo.</p>	<p>L5-E06: Título, imagen, eslogan, autor, colores y marco.</p>	<p>El 75% de las producciones de los estudiantes contaban con elementos básicos de la</p>

	L5-E08: Título, imagen, eslogan, logotipo, colores y marco.	estructura textual del texto publicitario. De ahí que, ellos evidenciaron en el escrito mensajes lingüísticos e icónicos que guardaban relación con su contexto como son las imágenes empleadas para apoyar el mensaje (pescados, bailarines, atarrayas, agua y colores cálidos).
Identifica mecanismos de cohesión que permiten ligar preposiciones en un enunciado.	L5-E04: Barranqueño ven a comer y disfruta de lo bueno. L5-E09: Título, imagen, texto incoherente (en sete retaarate entras en este en seri gasara).	Aunque el enfoque de la propuesta no es propiamente el fortalecimiento de la competencia escritora, la investigadora nota que los estudiantes presentan dificultades para la redacción de frases con sentido. De ahí que sólo el 37% de los estudiantes participantes lograron escribir en su primer borrador de afiche publicitario enunciados coherentes.
Identifica el propósito que debe tener el texto para cumplir las condiciones del contexto o las exigencias de comunicación.	L5-E16: Causar atracción, seducir. L5-E01: Atraemos más personas. L5-E06: Atraer los turistas. L5-E11: Se abren más trabajos para los llaniteros.	A pesar que en la categoría anterior fueron pocos los estudiantes que plasmaron en sus escritos las marcas textuales propias del texto publicitario, en cuanto a la identificación del propósito que debe cumplir su escrito, el 56% de los estudiantes logran expresar con qué intención lo están elaborando.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 33. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°8 “LOS DISEÑADORES”.

COMPETENCIA		ESCRITORA: Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.					
COMPONENTE		SEMÁNTICO: Sentido		SINTÁCTICO: Estructura		PRAGMÁTICO: Uso del texto en	
MOMENTOS DEL PROCESO ESCRITOR		ESCRITURA		ESCRITURA		PLANEACIÓN	
CATEGORÍAS		Utilizan las palabras adecuadas evitando repeticiones.		Organizan y distribuye la información para dar coherencia al escrito.		Usan estrategias textuales y discursivas pertinentes al texto publicitario.	
GRUPOS DE TRABAJO COOPERATIVO		CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
GRUPO 1	L5-E05	X		X		X	
	L5-E03						
	L5-E08						
	L5-E15						
GRUPO 2	L5-E07	X			X		X
	L5-E04						
	L5-E12						
GRUPO 3	L5-E16		X		X		X
	L5-E10						
	L5-E14						
	L5-E09						
GRUPO 4	L5-E01	X		X		X	
	L5-E06						
	L5-E02						
	L5-E13						
	L5-E11						

Fuente: Elaboración propia.

IMAGEN 8. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°8.

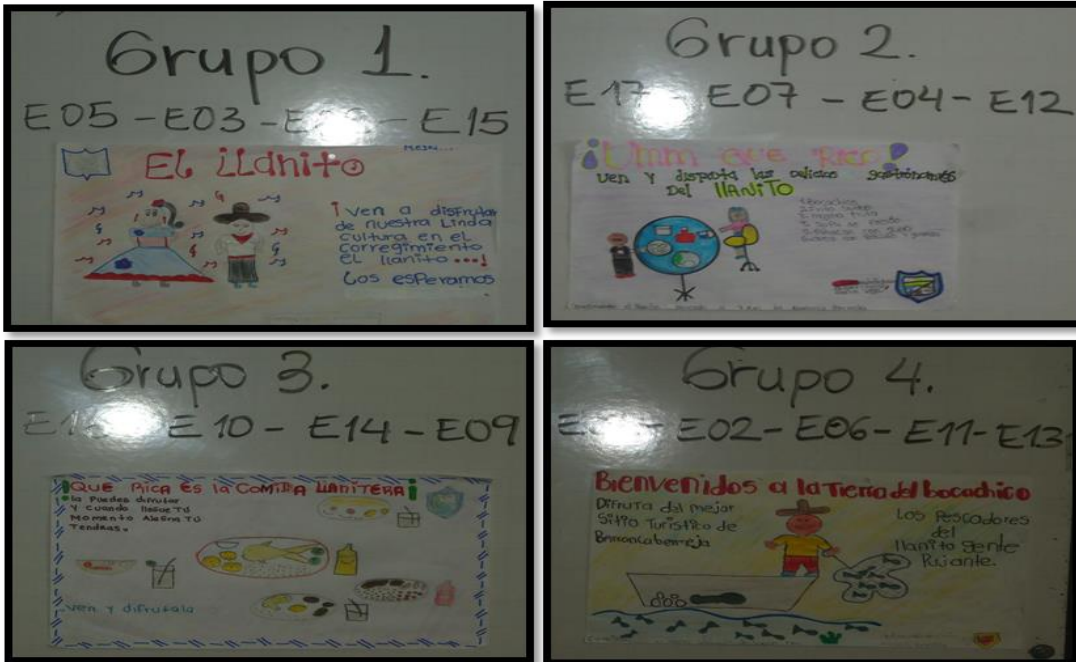
Nombre de la sesión: "Los diseñadores".



Etapas de revisión del texto publicitario del producto final.



Revisión de elementos gramaticales y ortográficos.



Diseño elaborado por los equipos de trabajo cooperativo. .

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 34. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA SESIÓN N°8.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
<p>Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito.</p>	<p><i>L5-E01:</i> Si, porque tiene todo lo que lleva un afiche todas las reglas y está todo en orden, se entiende.</p> <p><i>L5-E12:</i> Si, porque tiene un subtítulo, un título, un eslogan llamativo y una imagen que atrae.</p>	<p>Con relación a este aspecto, los estudiantes identificaron en sus afiches el tema, el propósito y el tipo de texto que escribieron, de ahí se evidenció que logran hacer críticas sobre el mensaje que están emitiendo en el texto con relación a la intención persuasiva de la publicidad.</p>
<p>Evalúa en un texto escrito el uso adecuado de elementos gramaticales y ortográficos.</p>	<p><i>L5-E06:</i> Con las palabras que usaron mis compañeros, se entiende cual es el tema.</p> <p><i>L5-E11:</i> El tema está claro.</p>	<p>Para esta categoría los estudiantes revisan y proponen correcciones en sus escritos, atendiendo a las sugerencias del docente y a las reglas básicas de concordancia, uso de signos de puntuación y ortografía.</p>
<p>Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo.</p>	<p><i>L5-E04:</i> Le faltan diferentes imágenes para que se vea más llamativo.</p> <p><i>L5-E12:</i> Lo que pasa es que ellos no le colocaron subtítulo.</p> <p><i>L5-E07:</i> El del grupo 1 no tiene logotipo del emisor</p>	<p>En esta categoría la investigadora observó que los estudiantes habiendo seleccionado unas imágenes iniciales para el afiche, en grupo evaluaron la pertinencia de las mismas y del color, con el fin de garantizar que estas simbolizaran su idiosincrasia, cultura e identidad de gente trabajadora, alegre y servicial. Así mismo, con los aportes de los compañeros, algunos grupos adicionaron el logotipo de la institución educativa.</p>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 35. MATRIZ DE SEGUIMIENTO AL APRENDIZAJE SESIÓN N°9 “EL PRODUCTO FINAL”.

COMPETENCIA	ESCRITORA: Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.									
COMPONENTE	MÁNTICO: Sentido y significado del texto				INTÁCTICO: Estructura y forma del texto				PRAGMÁTICO: Uso del texto en	
MOMENTOS DEL PROCESO ESCRIT	PLANEACIÓN		ESCRITURA		PLANEACIÓN		ESCRITURA		PLANEACIÓN	
CATEGORÍAS	Evalúan la pertinencia del contenido en relación con el propósito del texto.		Utilizan las palabras adecuadas evitando repeticiones.		Identifican la organización o estructura del texto.		Organizan y distribuye la información para dar coherencia al escrito.		Evalúan la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo.	
GRUPOS DE TRABAJO COOPERATIVOS	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE	NO CUMPLE
GRUPO 1	L5-E05									
	L5-E03	X								
	L5-E08		X							
	L5-E15									
L5-E07										
GRUPO 2	L5-E04	X	X		X		X		X	
	L5-E12									
	L5-E16									
GRUPO 3	L5-E10	X								
	L5-E14		X		X		X		X	
	L5-E09									
	L5-E01									
GRUPO 4	L5-E06	X								
	L5-E02		X		X		X		X	
	L5-E13									
	L5-E11									

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior muestra la distribución que realizó la investigadora para continuar con la estrategia de trabajo cooperativo con los estudiantes y así elaborar el segundo borrador del texto publicitario tipo afiche. Esta dinámica permitió por una parte, que los estudiantes evaluaran su propio desempeño y el de sus compañeros, de tal forma que el producto final cumpliera con las especificaciones que el grupo había determinado para el afiche publicitario. Y por otra parte, la investigadora logró evidenciar las categorías de análisis de la sesión de clases, de acuerdo a esos desempeños observados. De ahí que se pueda afirmar que el 100% de los estudiantes con relación a la producción textual, mejoraron su escrito, teniendo en cuenta el borrador inicial, adicional a ello y con el acompañamiento de los 4 diseñadores gráficos del instituto Sistemas Interactivos, los niños y niñas

convirtieron sus textos llenos de grafías a mano en afiches publicitarios reales, cargados significación para ellos.

IMAGEN 9. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9

Nombre de la sesión: “El producto final”.

Equipo cooperativo N°1: L5-E05 / L5-E03 / L5-E08 / L5-E15.



Diseño inicial.



Producto final.

Fuente: Elaboración propia.

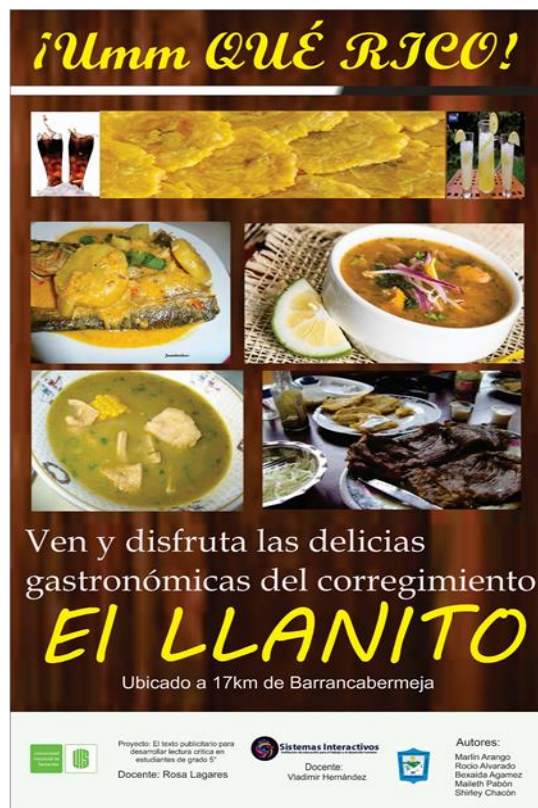
IMAGEN 10. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9.

Nombre de la sesión: "El producto final".

Equipo cooperativo N°2: L5-E17 / L5-E07 / L5-E04 / L5-E12.



Diseño inicial.



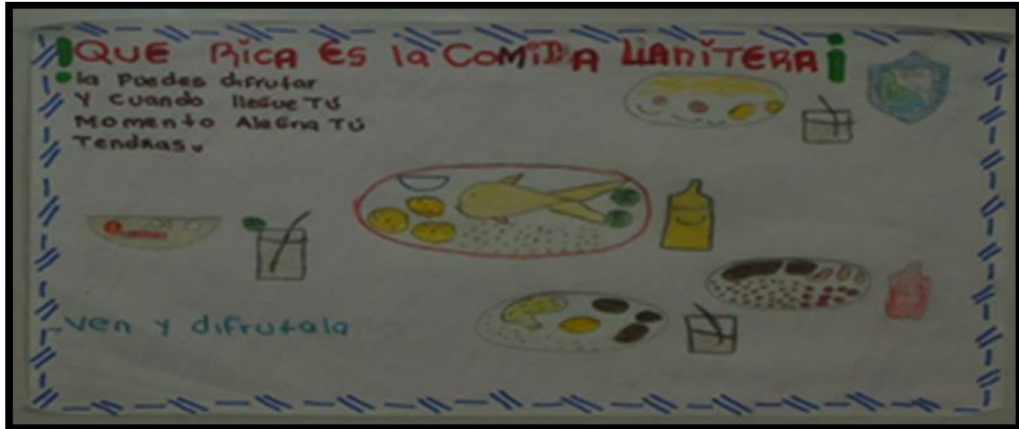
Producto final.

Fuente: Elaboración propia.

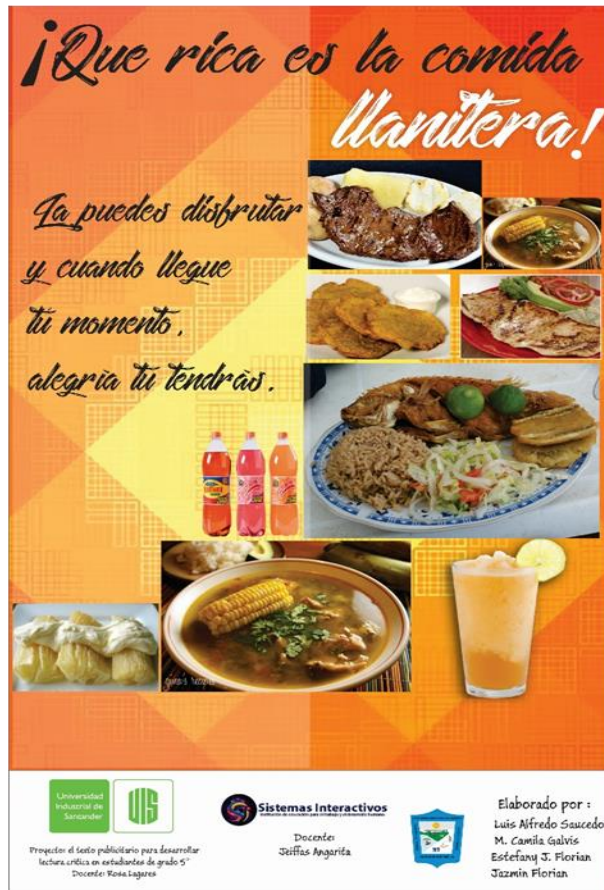
IMAGEN 11. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9.

Nombre de la sesión: "El producto final".

Equipo cooperativo N°3: L5-E16 / L5-E10 / L5-E14 / L5-E09.



Diseño inicial.



Producto final.

Fuente: Elaboración propia.

IMAGEN 12. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°9.

Nombre de la sesión: "El producto final".

Equipo cooperativo N°4: L5-E01 / L5-E02 / L5-E11 / L5-E13.



Diseño inicial.



Producto final.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 36. CATEGORÍA DE ANÁLISIS DE LA SESIÓN N°9.

CATEGORÍA	DESCRIPTOR	ANÁLISIS
<p>Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito.</p>	<p><i>L5-E04:</i> Aprendimos sobre como buscar imágenes en google y pasarlas hacer un texto argumentativo</p>	<p>La investigadora observó que los estudiantes en el grupo de trabajo cooperativo lograron evaluar si sus escritos individuales (primer borrador), se encontraba adecuado al tema seleccionado. Unificaron criterios para determinar los elementos que contenían dichas propuestas individuales y extraer de ellas las ideas para la construcción de un solo texto por el grupo.</p>
<p>Evalúa en un texto escrito el uso adecuado de elementos gramaticales y ortográficos.</p>	<p><i>L5-E15:</i> Debemos mejorar las cosas que tenemos que mejorar y no dejarlas mal hecha por que no se entienden.</p>	<p>Si bien es cierto en el análisis de la sesión anterior, la investigadora comentó las dificultades que tienen los estudiantes para redactar un enunciado que cumpla con reglas gramaticales y ortográficas adecuadas, ya en la puesta en escena del trabajo cooperativo, se notó que los aportes entre ellos con relación al escrito hizo que mejorara la redacción y el sentido del mismo. En algunos casos evitaron la repetición de palabras, explicitaron el emisor (logotipo del colegio), organizaron y distribuyeron la información respetando el espacio y justando el texto para que cumpliera con los elementos persuasivos que caracterizan al texto publicitario.</p>
<p>Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al</p>	<p><i>L5-E14:</i> Me gusto como dibujar en afiche y hacer muchas cosas en el afiche, así muchas</p>	<p>Con relación a esta categoría los estudiantes lograron explicar el propósito o la intención que tuvieron en cuenta como enunciarios del</p>

contexto comunicativo.	personas cuando lo vean van a visitar al llanito.	afiche publicitario que construyeron. Adicionalmente, evaluaron el contenido y la forma del afiche, relacionándolo con el contexto del corregimiento.
------------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia.

IMAGEN 13. EVIDENCIA DE LA EXPERIENCIA SESIÓN N°10.

Nombre de la sesión: "Prueba final de lectura".



Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Análisis implementación secuencia didáctica:

En este apartado la investigadora presenta un análisis general de las sesiones de clase teniendo en cuenta las categorías establecidas en cada una de ellas, con el fin de identificar los aciertos y desaciertos en la implementación de la propuesta de intervención para ir respondiendo a los objetivos específicos trazados en este proyecto de investigación.

La secuencia didáctica “Educar en entornos persuasivos”, fue diseñada con el fin de definir las características, que debía tener esta estrategia pedagógica basada en el texto publicitario, para desarrollar lectura crítica en los estudiantes de quinto grado de un establecimiento educativo oficial del municipio de Barrancabermeja, así mismo, especificar los elementos que debía contener un material publicitario para mejorar los procesos de comprensión de lectura. Por consiguiente, la tabla 37 contiene las categorías de análisis evidenciadas en los estudiantes en el nivel de comprensión de lectura literal de los textos publicitarios, la cual fue diseñada apriorísticamente basados en los aprendizajes por mejorar según la prueba Saber 2015 y fueron expuestas en la sección del diseño de la propuesta de intervención.

TABLA 37. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS NIVEL LITERAL SECUENCIA DIDÁCTICA.

NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA ABORDADO	CATEGORÍAS
LITERAL	Ubica en un texto publicitario información puntual sobre ¿qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, ¿Cómo?
	Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre emisor, receptor, canal, mensaje y códigos presente en los textos publicitarios.
	Identifica el armazón o estructura del texto publicitario de tipo informativo.

Fuente: Elaboración propia.

Por el contrario de lo que muchos pensarían, la publicidad no sólo vende productos, sino que también compra clientes¹⁰⁰. Tal como lo afirma Carlos Lomas, el espectáculo del deseo convierte el paraíso de los objetos en una útil artimaña al servicio de la seducción espe(cta)cular de los sujetos. Esto quiere decir, que no solo estamos ante una estrategia comunicativa poderosa, sino que también nos enfrentamos ante un sistema ideológico de adoctrinamiento de mentes para fomentar hábitos de consumo, modeladores de costumbres, valores, estereotipos, deseos y estilos de vida que no son nuestros. Los mensajes publicitarios no sólo dicen una cosa, sino que predicán otra muy diferente en la cual terminamos creyendo: poder, distinción, status social, belleza y fama. Estas son algunas de las cosas que cualquier persona anhelaría alcanzar. De ahí que, hoy en día la publicidad invita a la infancia y a la adolescencia a consumir este tipo de situaciones y a modificar con relación a ellas, su propia identidad y estilo de vida.

Es así que educar no sólo es impartir un conjunto de conocimientos sino también formar a los educandos en ciertas conductas con el fin de cooperar en la formación de ciudadanos íntegros y con criterio. De ahí la urgencia para crear desde las aulas de clases escenarios pedagógicos para estudiar la publicidad con ojo crítico de los alumnos y alumnas, tal como lo dice Lomas. De la misma manera el autor considera sobre que los fines de la educación lingüística y el papel que puede desempeñar, en el aula de lengua, y en otras áreas educativas, un trabajo pedagógico con los usos y formas de la persuasión publicitaria orientado al fomento de la *competencia comunicativa* y de esos *depredadores audiovisuales* que habitan en nuestras escuelas e institutos.

Por lo tanto, abordar la lectura crítica de la publicidad implica, por parte del lector, poseer unos conocimientos previos del medio publicitario que le permitan establecer relaciones de significación entre los diferentes elementos que lo componen. Por eso,

¹⁰⁰ LOMAS, Carlos. El espectáculo del deseo. Crítica de la publicidad y educación crítica. Bogotá: Magisterio, 2008. p. 12

para desarrollar procesos de **comprensión lectora del texto publicitario a nivel literal**, se requirió desde el planteamiento de la propuesta, que los estudiantes efectuaran una lectura en la superficie del texto, entendiendo esta, como la realización de una comprensión, primero de los rasgos de las imágenes que se encontraban presentes en los textos publicitarios estudiados y que a partir de ahí, ellos llegaran a reconocer los elementos que las componían como punto, línea, color, luz, tipo de plano, punto de vista, encuadre y movimiento (en el caso de las propagandas) para que de esta manera fueran ubicando y la investigadora evidenciando la primera categoría de análisis de comprensión en este nivel que tiene que ver con la **ubicación en un texto publicitario de información puntual sobre ¿Qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué? y ¿Cómo?** de algunos eventos y situaciones comunicativas que les planteaban en los textos publicitarios trabajados.

Otro de los elementos abordados desde la lectura literal del texto publicitario, es el que tiene que ver con la segunda categoría de análisis, en donde los estudiantes lograron **identificar el armazón o estructura de este tipo de texto, reconociendo su función de tipo informativo y/o argumentativo**, basados esta silueta textual llegaron a diferenciarlos de otras tipologías textuales. Por último, pero no menos importante, los estudiantes alcanzaron a realizar casi por sí mismos y después de varios ejercicios la **ubicación de información relevante para dar cuenta de las relaciones entre emisor, receptor, canal, mensaje y códigos presentes en los textos publicitarios**, enmarcado en la tercera categoría de análisis del nivel literal y del componente semántico.

Del texto publicitario podemos decir que es una tipología textual que no es abordada con frecuencia en las aulas de clase, razón por la cual, a los estudiantes inicialmente se les dificultó la identificación de los signos iconográficos que las componen, sus elementos y características, para poder darle sentido a los mensajes persuasivos

que exponen, tal como afirma Umberto Eco¹⁰¹ al referirse a las imágenes, aludiendo que este tipo de texto se distingue de otros tipos de expresiones por su mayor complejidad. El motivo principal de esta complejidad es precisamente el hecho de que está plagado de elementos no dichos. Estos elementos no dichos, se encuentran en la carga interpretativa que le dan los lectores a los mismos, por lo tanto, fueron los estudiantes con su enciclopedia quienes lograban desde sus ideas previas llenar los espacios vacíos para llegar a comprender desde lo literal la globalidad del texto.

TABLA 38. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS NIVEL INFERENCIAL SECUENCIA DIDÁCTICA.

NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA ABORDADO	CATEGORÍAS
INFERENCIAL	Elabora hipótesis de lectura global sobre el texto publicitario.
	Identifica el sentido que tienen algunos códigos no verbales como el color en el texto publicitario.
	Relaciona e integra información del texto y los paratextos, para predecir información sobre posibles contenidos.
	Reconoce la presencia de argumentos en un texto publicitario con imagen en movimiento.
	Ubica el texto dentro de una tipología o género específico.

Fuente: Elaboración propia.

Desde el nivel de comprensión lectora inferencial, se exploró la posibilidad que los estudiantes realizaran inferencias sobre el contenido del texto publicitario, teniendo en cuenta que esta información no se encontraba explícitamente en él. Por ello, dentro de las múltiples estrategias trabajadas en las sesiones de clase, se abordó la búsqueda de significados de algunas palabras desconocidas, para que la investigadora llegara a evidenciar en los estudiantes la primera categoría de análisis de este nivel y que tiene que ver con la **elaboración de hipótesis de lectura global sobre el texto publicitario**. De tal forma que, los estudiantes progresivamente, a medida que iban conociendo elementos propios del medio publicitario, como la

¹⁰¹ DUCROT, citado por ECO. Lector In Fábula. Editorial Lumen. Barcelona. Tercera Edición 1993.p. 73.

composición de la imagen, características propias de ellas como la iconicidad y abstracción, denotación y connotación, simplicidad y complejidad; los niños y niñas participantes fueron demostrando como mejoraban en la comprensión de sentido de los mismos. De hecho en el análisis individual de las sesiones de clases se pudo observar que, de los aspectos más comprendidos por los participantes fue la diferenciación entre los textos publicitarios que tiene una función informativa de los que cumplen una argumentativa aunque en ambos se encuentre presente su discurso persuasivo. Esto se observó en las sesiones 5, 6 y 7 como resultado de que aquellos textos publicitarios más simples usados en las sesiones de clase y que no poseían mayor carga persuasiva e imagen requerían poca atención lectora por parte de ellos y no ofrecían mayor dificultad interpretativa, mientras que los textos publicitarios de tipo argumentativo exigían de los estudiantes escudriñar sus mensajes persuasivos, manipulativos y convencedores frente a los cambios de paradigmas en sus mentes y por ende realizar unas conexiones con otros conocimientos.

Por otra parte, en la categoría de ***identificación del sentido que tienen algunos códigos no verbales como el color en el texto publicitario***, enmarcada dentro del componente semántico en el nivel de comprensión de lectura inferencial, la investigadora pudo validar la afirmación de Pérez Ruiz¹⁰² al referirse al uso del color en esta tipología textual: “en el análisis de los usos cromáticos del anuncio publicitario habrá que atender al tono o brillo de los colores, a la relación entre los diversos colores, a la verosimilitud, simbolismo y significación cultural de los colores”. Por lo tanto, este aspecto se evidenció en las respuestas de los estudiantes, cuando asociaban los colores a un significado de tipo cultural, en donde, del color negro inferían muerte o terror y del rojo sangre o amor. En esta categoría juega un papel importante la subjetividad del lector, puesto que el significado de los códigos no verbales empleados en los textos publicitarios

¹⁰² PÉREZ RUIZ, M.A. El mensaje publicitario y sus lenguajes. En: LOMAS, Carlos. El espectáculo del deseo. Crítica de la publicidad y educación crítica. Bogotá: Magisterio, 2008. p. 150.

presentados, variaron de acuerdo a los saberes culturales de los estudiantes sobre el mismo. De ahí que ellos, lograran hacer asociaciones lógicas de los elementos icónicos del texto a diferentes campos semánticos como familia, amigos, sentimientos y actitudes.

Son variados los elementos paratextuales que los estudiantes logran distinguir en el texto publicitario, aunque no los conocen con este término, los estudiantes participantes se fijaron durante la lectura, en detalles microestructurales propios de esta tipología (uso de mayúsculas y minúsculas, marcas tipográficas, combinaciones de tipografías en el mensaje lingüístico del texto, etc.) **logrando relacionar e integrar información del texto y los paratextos, para predecir sus posibles contenidos.** Al respecto Barthes¹⁰³ nos expone las funciones que cumplen el texto y la imagen en la lectura de la publicidad. El autor afirma que el texto verbal sirve para fijar o anclar la cadena flotante de significados o las connotaciones de una imagen y viceversa. De igual forma, al referirse a la función retórica, el texto verbal e imagen establecen analogías, sustituciones, comparaciones o contradicciones entre sí, de tan manera que haciendo uso del texto publicitario con la intención de realizar lectura inferencial, se observó que a medida que los estudiantes aumenta sus conocimientos sobre el medio, así mismo va mejorando se forma de leerlos y más allá comprenderlos.

La publicidad presenta un doble sentido, por una parte, es de naturaleza cognitiva, cuando esta cumple la función de informar, puesto que con ello facilita la adquisición de nuevos conocimientos a las personas y de otro lado, es de naturaleza ideológica, al constituirse en eficaz herramienta de integración social¹⁰⁴. Unas de las categorías de análisis de este nivel de comprensión lectora de tipo inferencial, tenía que ver

¹⁰³ BARTHES, R. "Rétorique de l'image, citado por LOMAS, Carlos. El espectáculo del deseo. Crítica de la publicidad y educación crítica. Bogotá: Magisterio, 2008. p. 160.

¹⁰⁴ LOMAS, Carlos. El espectáculo del deseo. Crítica de la publicidad y educación crítica. Bogotá: Magisterio, 2008. p. 160.

con la presencia de argumentos en un texto publicitario con imagen en movimiento, refiriéndose a la capacidad del estudiante en encontrar aquellas concepciones, modelos, estereotipos y razones que emiten los mensajes publicitarios sobre ciertos temas en específico, por ejemplo, las propagandas y las campañas publicitarias audiovisuales. De ahí que, algunos de ellos, por medio de la visualización de una campaña publicitaria sobre el maltrato a la mujer*, reconocieran los argumentos que daban los personajes para no realizar algunas acciones negativas.

La siguiente categoría de análisis, centra su atención en el reconocimiento por parte del estudiante de la **ubicación del texto publicitario dentro de una tipología o género específico**. En cuanto a esto, podemos decir que, al poseer el texto publicitario una estructura definida en cuanto a su diseño visualmente hablando, algunos estudiantes lograron reconocer el tipo de texto que se encontraban leyendo. Una parte de los estudiantes lo asociaban a una categoría textual más amplia, es decir, como texto publicitario y otros lo identifican en varias modalidades cartel, afiche o anuncio, si bien es cierto, estos siguen estando en el campo de la tipología textual trabajada.

Por último y para completar el análisis de la implementación de la secuencia didáctica, en el nivel de comprensión de lectura crítico-intertextual, se buscaron abordar las siguientes categorías a saber:

TABLA 39. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS NIVEL CRÍTICO SECUENCIA DIDÁCTICA.

NIVEL DE COMPRENSIÓN LECTORA ABORDADO	CATEGORÍAS
CRITICO	Relaciona el contenido de un texto publicitario con otros textos de la cultural.
	Reconoce algunas estrategias propias del texto publicitario.

* Así reacciona un niño cuando le dicen: “Pégale a una niña”. Este cortometraje hace parte de un experimento social que un portal de noticias Italiano (fanpage.it) publicó en Youtube el 4 de enero de 2015, en el que un grupo de niños entre los 7 y 11 años de edad, se les pide que abofeteen a una niña, orden que todos decidieron desobedecer.

	Identifica intenciones y propósitos en los textos publicitarios que lee.
	Deduce la efectividad de un anuncio publicitario y argumenta su respuesta.

Fuente: Elaboración propia.

De los anteriores elementos podemos decir que, la lectura crítica por ser compleja exige del lector los más altos niveles de comprensión, del tal forma que este logre de alguna manera extraer los propósitos y las intenciones de los textos publicitarios que lee. Tal como afirma Daniel Cassany que nos dice: *“leer críticamente es adquirir las destrezas cognitivas que permitan detectar las intenciones del autor, extraer el contenido del texto y verificar se este es correcto o no”*¹⁰⁵.

En cuanto a la categoría de **identificar la intencionalidad comunicativa de la publicidad**, algunos estudiantes lograron expresar con coherencia ideas sobre los diferentes propósitos que tenía los textos publicitarios que leían. Mientras que, a otros estudiantes se les dificultaba establecer dichas relaciones entre los diversos sistemas de significación (lenguaje verbal y no verbal) que les permitieran encontrar los fines persuasivos del discurso publicitario.

En las sesiones de clase 6 y 7, la investigadora planteó lecturas de textos audiovisuales y afiches publicitarios en los que se visualizaba contenidos persuasivos sobre temas relacionados con el reciclaje, el maltrato animal y la violencia intrafamiliar. En una de estas sesiones de clase se les presentó a los estudiantes dos tipos de textos diferentes al publicitario (mapa- ubicación geográfica del corregimiento Google Maps vía satelital y una noticia sobre el turismo en el magdalena medio y Barrancabermeja, con ellos se logró que algunos estudiantes establecieran relaciones entre otros textos del entorno y la cultura con la publicidad que se encuentran en el corregimiento y poder expresar su postura crítica sobre el

¹⁰⁵ CASSANY, Daniel. *Tras las líneas, sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama, 2006.

discurso publicitario que emiten los habitantes del lugar. Con estos elementos algunos estudiantes pudieron realizar procesos de comprensión lectora a nivel intertextual, ya que dentro los textos seleccionados se hacían alusión a otros elementos de la cultura que tiene especial significado para la sociedad y para ellos mismos, logrando con ello explicitar la categoría N°1 que tiene que ver con el establecimiento de **relaciones del contenido de un texto publicitario con otros textos de la cultural.**

En el último lugar se este nivel de comprensión lectora encontramos otra categoría que permitió percibir a la investigadora el nivel de lectura crítica que estaban alcanzado ciertos estudiantes participantes en el proyecto, que fue **deducir la efectividad de un anuncio publicitario y argumentar su respuesta.** Categoría por medio de la cual, los estudiantes lograron emitir juicios de valor acerca del contenido, forma y propósito comunicativo de la publicidad. Esto evidenció pequeños avances en la oralidad de los estudiantes al poder exteriorizar sus ideas con cierto grado de coherencia y sentido.

4.3 ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN Y/O REFLEXIÓN DE LA PROPUESTA

A continuación, se registran los resultados obtenidos por cada estudiante en la prueba final de lectura, desarrollada al culminar la propuesta de intervención, de ella la investigadora muestra el nivel de desempeño alcanzado por los estudiantes. El análisis se presenta de la siguiente manera:

1. Desempeños por competencias evaluadas: Lectora y escritora.
2. Desempeños alcanzados por componentes del lenguaje.
3. Desempeños evidenciados por niveles de comprensión lectora: literal, inferencial y crítico.
4. Tablas comparativas entre la prueba inicial y la prueba final.

Seguido a este análisis de los desempeños alcanzados por los estudiantes, la investigadora categoriza las percepciones de los estudiantes frente a la propuesta de intervención con el fin de escuchar su sentir y pensar frente a los siguientes tópicos relevantes para medir el impacto de la propuesta para los actores principales:

Pregunta N°1: ¿Qué aprendieron durante las sesiones de clase?

Categoría: Procesos de metacognición

Pregunta N°2: ¿Cómo se sintieron durante las sesiones de clases?

Categoría: Desempeño actitudinal y expresión de emociones.

Pregunta N°3: ¿Qué tal te pareció la estrategia de trabajo cooperativo?

Categoría: Estrategia de enseñanza y aprendizaje.

Pregunta N°4: ¿Cómo te pareció la propuesta?

Categoría: Juicios de valor.

Pregunta N°5: ¿Qué cosas puede mejorar tu maestra de la propuesta?

Categoría: Proponer y argumentar.

- Competencia comunicativa:

Desde sus inicios la presente propuesta de intervención buscó el fortalecimiento de la competencia comunicativa de los estudiantes participantes, con el fin de iniciarlos en los procesos de comprensión lectora en el nivel de lectura crítica. Teniendo en cuenta lo anterior, esta competencia fue adoptada por la investigadora como el uso de las habilidades comunicativas (leer, hablar, escuchar y escribir) que poseían los estudiantes para la lectura literal, inferencial y crítica de los textos publicitarios; manejados estos desde la secuencia didáctica como excusa intencionada y cargada de un doble potencial pedagógico: por una parte en los estudiantes, la lectura de la publicidad los ayudó a descubrir de forma clara los diferentes usos semánticos, sintácticos y pragmáticos del lenguaje presentes en ella y desarrollar su capacidad crítica para develar sus mecanismos persuasivos; por otro lado, le permite al

maestro reflexionar inicialmente en su quehacer pedagógico, la planeación de clases cargadas de significación para los estudiantes, el brindar alternativas a los mismos, para contemplar lo icónico, lo gráfico, lo sonoro, lo verbal y no verbal de este tipo de texto con el cual se dieron cuenta que busca convencer al destinatario de consumir en muchas ocasiones situaciones, estilos de vida, poder, distinción y estatus social no hacen parte de su realidad.

Es así que esta competencia fue evaluada en los 16 estudiantes participantes por medio de la prueba final de lectura y esta estuvo organizada de la siguiente manera:

TABLA 40. CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA FINAL.

Competencia		Comunicativa		
		<i>Lectura</i>	<i>Escritura</i>	
<i>Procesos</i>		Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.	Producción desde los momentos de planeación escritura y revisión.	
<i>Tipo de texto</i>		Discontinuo: Publicitario (Avisos y afiches		
		<i>Semántico</i>	<i>Sintáctico</i>	<i>Pragmático</i>
<i>Componentes</i>		Sentido y significado del texto.	Estructura y forma del texto.	Uso del texto en contexto.

Fuente: Elaboración propia.

- Resultados prueba final por componentes.

Buscando resolver la pregunta orientadora de investigación sobre ¿En qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto grado? la docente investigadora inicia un recorrido para determinar dichos niveles, por cada uno de los componentes del lenguaje y competencias tenidas en cuenta

como elementos importantes en el desarrollo de las habilidades necesarias para desarrollar buenos procesos de comprensión de lectura a nivel crítico. Por lo tanto, el primer resultado a exponer son los componentes del lenguaje evaluados así:

GRÁFICA 40. RESULTADOS POR COMPONENTES DEL LENGUAJE PRUEBA FINAL DE LECTURA.



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 41. COMPARATIVO COMPONENTES DEL LENGUAJE ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.

Componente	Prueba inicial		Prueba final	
	Cumplen	No cumplen	Cumplen	No cumplen
Semántico	43%	57%	61%	39%
Sintáctico	52%	48%	57%	43%
Pragmático	47%	53%	46%	54%

Fuente: Elaboración propia.

De esta información podemos concluir que desde cada componente los estudiantes después de la propuesta de intervención logran comprender los siguientes elementos:

COMPONENTE SEMÁNTICO:

Recuperan información explícita e implícita en el contenido del texto, específicamente para la movilización de sus propios saberes previos o del texto hacia otros textos y así dar respuesta al contenido del mismo. Adicional a ello, desde la escritura evalúan de un texto los mecanismos de uso y control que les permiten regular, el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular.

COMPONENTE SINTÁCTICO:

Desde este componente del lenguaje los estudiantes ahora logran reconocer tanto información explícita e implícita en el texto leído, pero en lo que tiene que ver con la organización, tejido y componentes del mismo; identificando adicionalmente el armazón o estructura de un texto publicitario y la tipología textual a la que pertenecen.

COMPONENTE PRAGMÁTICO:

Para este componente los estudiantes participantes alcanzan a reconocer y evaluar dentro de una situación de comunicación, información implícita y explícita, en lo relacionado con quién habla en el texto, el posible enunciatario y las intenciones y propósitos de los textos publicitarios que lee. En otras palabras es capaz ahora de reconocer los elementos de la comunicación publicitaria (emisores, receptores, canal, mass media empleada (internet, televisión, radio, redes sociales, etc), códigos verbales y no verbales, mensajes e intenciones o propósitos presentes en ellos.

- Resultados prueba final de lectura competencia lectora.

Desde la prueba se evaluó con relación a la competencia lectora, que el estudiante lograra realizar una lectura no fragmentada de textos publicitarios como los avisos y afiches, reconociendo su estructura textual y realizando una comprensión específica de sus partes. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

GRÁFICA 41. RESULTADOS PRUEBA FINAL COMPETENCIA LECTORA.



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 42. COMPARATIVO COMPETENCIA LECTORA ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.

Competencia lectora	Cumplen	No cumplen
Prueba inicial	44%	56%
Prueba final	56%	44%

Fuente: Elaboración propia.

De los datos anteriores podemos concluir que los estudiantes participantes de este proyecto de investigación, luego de la propuesta de intervención mejoraron su competencia lectora con relación a los resultados obtenidos de la prueba inicial de lectura. Con ello se deduce que, ahora los estudiantes con relación a la lectura del texto publicitario son capaces de realizar procesos de comprensión lectora en el nivel literal, inferencial y crítico. Esto quiere decir que, ellos logran:

- ✓ Recuperar información explícita planteada en el texto haciendo una comprensión literal de él.
- ✓ Reconocer y recordar detalles puntuales como nombres, tiempo, lugar etc.; así mismo las secuencias de acciones ya sea del texto completo o de un trozo de él.
- ✓ Usar la información implícita que le brinda el texto para hacer inferencias y poder elaborar hipótesis de lectura sobre detalles, personajes, secuencias, causas, intenciones y propósitos comunicativos de los textos que lee.

Con relación a la competencia escritora, la investigadora analizó que los resultados obtenidos también mejoraron en 6 puntos porcentuales, observables en la siguiente gráfica y tabla comparativa.

GRÁFICA 42. RESULTADOS PRUEBA FINAL COMPETENCIA ESCRITORA.



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 43. COMPARATIVO COMPETENCIA ESCRITORA ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.

Competencia escritora	Cumplen	No cumplen
Prueba inicial	45%	55%
Prueba final	52%	48%

Fuente: Elaboración propia.

De estos resultados obtenidos, la investigadora infirió, que los estudiantes ahora tienen en cuenta para su producción textual los siguientes aspectos:

En el momento de la planeación de un texto publicitario, identifican el propósito que debe tener su texto y la adecuación al contexto comunicativo, así mismo la modalidad de texto publicitario que deben escribir para cumplir con ello (afiche, aviso o cartel).

En cuanto a los momentos de escritura y revisión, los estudiantes tienen en cuenta evaluar la pertinencia del contenido que exponen en sus textos, en relación con el propósito y la validez de la información del texto y su adecuación al contexto comunicativo, de igual aprendieron sobre la producción escrita de los textos publicitarios el uso adecuado de los elementos gramaticales (concordancia) y ortográficos (acentuación, mayúsculas, signos de puntuación).

Sobre, ¿En qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto grado? se puede afirmar que después de la intervención los estudiantes del establecimiento educativo mostraron algunas mejoraría que se observaran en la siguiente tabulación de la información.

GRÁFICA 43. RESULTADOS PRUEBA FINAL NIVEL DE COMPRENSIÓN LITERAL.



Fuente: Elaboración propia.

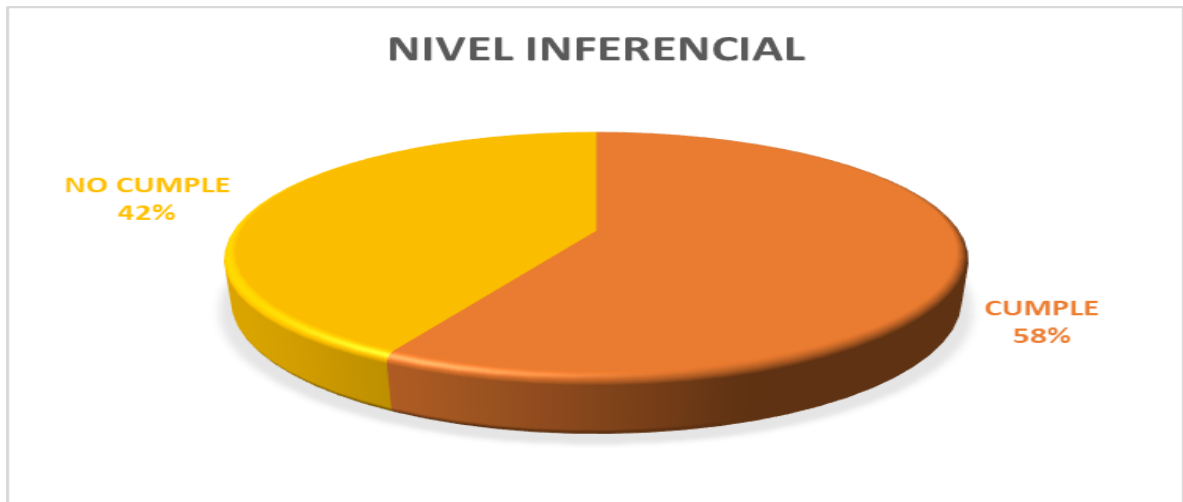
TABLA 44. COMPARATIVO NIVEL DE COMPRENSIÓN LITERAL ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.

NIVEL LITERAL	Cumplen	No cumplen
Prueba inicial	52%	48%
Prueba final	42%	58%

Fuente: Elaboración propia.

De estos resultados la investigadora se pudo dar cuenta que, teniendo en cuenta que durante las sesiones de clase se abordó el estudio de los textos publicitarios en el nivel literal, los resultados de la final de lectura no mejoraron, esto quiere decir que a los estudiantes aún se les dificulta realizar una lectura de la superficie del texto y comprender el significado de palabras, párrafos, oraciones que se encuentran en ellos, así mismo, entender el significado de término dentro de ellos o determinar la función que cumplen los signos de interrogación, admiración, la comillas etc.

GRÁFICA 44. RESULTADOS PRUEBA FINAL NIVEL DE COMPRENSIÓN INFERENCIAL.



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 45. COMPARATIVO NIVEL DE COMPRENSIÓN INFERENCIAL ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.

NIVEL INFERENCIAL	Cumplen	No cumplen
Prueba inicial	42%	58%
Prueba final	58%	42%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al nivel inferencial la tabla 43, muestra que el porcentaje de estudiantes aumenta de un 42% que cumplían con los requerimientos de la comprensión lectora en este nivel, a un 58% de estudiantes evaluados que realizan inferencias para comprender un texto escrito, de tal manera que usan las ideas que se encuentran implícitas en el texto para realizar conjeturas e hipótesis de lectura, con el fin de comprender de manera acertada los textos publicitarios que leen.

Gráfica 45. Resultados prueba final nivel de comprensión crítica.



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 46. COMPARATIVO NIVEL DE COMPRENSIÓN CRÍTICO ENTRE PRUEBA INICIAL Y FINAL DE LECTURA.

NIVEL CRÍTICO	Cumplen	No cumplen
Prueba inicial	44%	46%
Prueba final	61%	39%

Fuente: Elaboración propia.

La tabla comparativa anterior permite observar los resultados obtenidos de los estudiantes, en cuanto al nivel de lectura crítica alcanzado por los estudiantes con la tipología textual empleada para este proyecto de investigación. De dichos resultados, la investigadora pudo concluir que:

Los estudiantes lograron realizar procesos iniciales de lectura crítica del texto publicitario, de acuerdo con esto, los resultados obtenidos en la prueba final nos muestran que los estudiantes mejoraron en un 61% su desempeño en este nivel, es

decir, se observa una mejoría en un 17% más con relación a la prueba inicial de lectura. En esta prueba, los niños y niñas participantes lograron responder acertadamente, demostrando que son capaces de tomar distancia del contenido del texto y asumir una posición crítica al respecto, son capaces de realizar una lectura crítica de los textos publicitarios en su formato aviso, anuncio, afiche y cartel, identificando en las intenciones comunicativas de los mismos, de su autor o enunciario.

- Análisis de la evaluación y reflexión de la propuesta con los estudiantes:

Uno de los elementos que permitieron ir mejorando la implementación de la propuesta de intervención, fue la recopilación de las percepciones de los estudiantes al finalizar la intervención. Las respuestas recolectadas de ellos, fueron categorizadas de la siguiente forma:

TABLA 47. CATEGORÍAS FASE DE ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN O REFLEXIÓN DE LA PROPUESTA.

Análisis de la evaluación y/o reflexión			
Preguntas	Categorías	Descriptor	Análisis
¿Qué aprendieron durante las sesiones de clase?	Procesos de metacognición	<p><i>L5-E03:</i> Aprendí lo que no sabía, todo lo que hemos visto en todas las sesiones.</p> <p><i>L5-E11:</i> Aprendimos a darle color a los textos publicitarios y que se vieran más reales.</p> <p><i>L5-E16:</i> A trabajar en equipo.</p> <p><i>L5-E09:</i> Aprendimos hacer un texto publicitario real.</p>	

		<p><i>L5-E15:</i> Aprendimos a mejorar las cosas que tenemos que mejorar y no dejarlas mal hechas.</p> <p><i>L5-E14:</i> Aprendimos los elementos de la comunicación publicitaria.</p> <p><i>L5-E12:</i> Aprendimos del texto publicitario informativo.</p> <p><i>L5-E16:</i> El proceso de comunicación publicitaria.</p> <p><i>L5-E15:</i> Aprendimos como hacer que las cosas se vean reales en computador como cambiarle el tamaño de letras y todas las cosas que usted nos enseñó.</p>	
<p>¿Cómo se sintieron durante las sesiones de clases?</p>	<p>Desempeño actitudinal y expresión de emociones.</p>	<p><i>L5-E08:</i> Primero me sentí bien y luego mal porque en el equipo mi compañera se puso brava.</p> <p><i>L5-E05:</i> Alegre, feliz.</p> <p><i>L5-E09:</i> Bien, porque aprendí lo que no sabía, todo lo que hemos visto en todas las sesiones.</p> <p><i>L5-E11:</i> Al principio mal porque no me dejaban participar,</p>	

		<p>pero después mejor por que participe en todas las clases.</p> <p><i>L5-E13:</i> Mal, porque al principio Bexaida no quería hacer nada conmigo.</p> <p><i>L5-E10:</i> Bien y mal, mal por que participe poco.</p>	
¿Qué tal te pareció la estrategia de trabajo cooperativo?	Estrategia de enseñanza y aprendizaje.	<p><i>L5-E06:</i> Bien, porque todos aportamos hicimos el afiche publicitario para el llanito.</p> <p><i>L5-E07:</i> Buena, pero primero me sentí aburrida porque mis compañeros no me dejaban participar.</p> <p><i>L5-E12:</i> Buena porque trabajamos en grupo e hicimos buenos productos.</p> <p><i>L5-E14:</i> Chévere, me sentí bien porque trabajamos en equipo.</p> <p><i>L5-E16:</i> Excelente, porque me sentí bien con mi equipo de trabajo.</p>	
¿Cómo te pareció la propuesta?	Juicios de valor.	<i>L5-E11:</i> Buena, me gusto todo. Todo fue muy bonito aprendí demasiadas cosas	

		<p>para mí todo estuvo bien.</p> <p>L5-E01: Excelente profe, lo que más me gusto fue trabajar con los diseñadores.</p> <p>L5-E15: Súper buena, lo que más me gusto fue jugar a los diseñadores.</p> <p>L5-E08: Profesora primero que todo yo no tengo quejas tuyas porque fue muy bien con nosotros excelente, pero a mí me parecieron las cosas muy buenas porque yo aprendí cosas que yo no sabía de la publicidad.</p> <p>L5-E14: Me gusto, en especial como dibujar en un afiche con las imágenes y hacer muchas cosas en el afiche en Corel.</p>	
¿Qué cosas puede mejorar tu maestra de la propuesta?	Proponer y argumentar.	L5-E05: A mí me gusto todo, no le cambio nada y la profe no tiene nada que mejorar bueno sí, que no nos regañe tanto, jajajaja.	

Fuente: Elaboración propia.

5. HALLAZGOS

En este capítulo del proyecto se presentan los hallazgos encontrados producto del desarrollo del proyecto de investigación titulado “El texto publicitario para desarrollar lectura crítica en estudiantes de quinto grado de una institución educativo oficial del municipio de Barrancabermeja. De tal manera que iniciaremos esta presentación de los hallazgos respondiendo a los objetivos específicos de la investigación:

El primer objetivo específico de esta propuesta de investigación giraba en torno a identificar en qué niveles de comprensión de lectura se encontraban los estudiantes del grado quinto de la institución intervenida, y con relación a ello podemos decir que:

El producto del análisis de los resultados comparativos entre las dos pruebas aplicadas nos permite decir inicialmente que los estudiantes se encontraban en niveles bajos de comprensión de lectura de tipo literal, inferencial y crítico con relación al texto publicitario, pues al no ser una tipología textual abordada en las aulas de clases con frecuencia por los docentes, los estudiantes al iniciar la propuesta de intervención se les dificultó dar cuenta de los elementos implícitos y explícitos de los diferentes códigos, iconos, lenguajes y mensajes que se encontraban inmersos en la publicidad que leían.

Sin embargo, terminada la intervención y aplicada la prueba final de lectura, se pudo determinar que a mayor conocimiento del medio publicitario, de sus elementos, características y tipos de discursos persuasivos, mayor facilidad desarrollan los estudiantes para desestructurar los contenidos de este tipo de texto y asumir su lectura de una manera más crítica.

Con relación al segundo objetivo específico, que hace referencia a las estrategias que utilizaba la docente para desarrollar la comprensión y la interpretación textual

en los estudiantes de quinto, la investigadora estableció que, las estrategias para desarrollar comprensión e interpretación textual que usan los maestros de lenguaje en sus clases son variadas, estas pueden ir desde simples ejercicios tradicionales y mecánicos como son la lectura en voz alta, hasta la solución de cuestionarios de comprensión lectora. Con la información analizada producto de la investigación se pudo determinar que si bien es cierto los maestros en sus discursos mencionan algunas estrategias para desarrollar comprensión lectora, esto no se evidencia en su práctica de aula, por lo tanto se puede inferir de ello, que aunque existe un conocimiento pleno de la importancia que tienen estas para fortalecer procesos de lectura significativos en el estudiante, no son planeadas, pensadas y ajustadas para el mejoramiento de los procesos de comprensión lectora en los estudiantes.

Lo que la investigadora pudo determinar con el desarrollo de la propuesta de intervención es que, el texto publicitario como estrategia facilita en gran medida los procesos de comprensión de lectura en todos los niveles, literal, inferencial y crítico, ya que es de las pocas tipologías textuales que desde el primer acercamiento con el lector entrega un gran cúmulo de información y como segunda medida permite explotar en los estudiantes su capacidad de elaborar inferencias a partir de los saberes previos que este posee. Adicionalmente, el texto publicitario le permite al maestro explorar ampliamente las conexiones e intertextualidades que sólo esta tipología puede brindar.

Para el tercer objetivo relacionado con las características que debe tener un material publicitario para favorecer los procesos de comprensión e interpretación en los estudiantes de grado quinto, se encontró que:

La publicidad, posee unas características propias que permiten diferenciarla de otras tipologías textuales y distinguirlos fácilmente como son: el uso de los colores, las líneas, los planos, el puntos, la forma, la luz, el tono, el encuadre, el movimiento,

el tiempo, el sonido etc., los cuales necesitan de unos conocimientos previos sobre el medio publicitario que les permita a los estudiantes realizar interpretaciones elaboradas, pues con la intervención de la investigadora pudo observar que la subjetividad del lector juega un papel relevante a la hora de analizar críticamente un texto publicitario. Es así que el leer de manera crítica este tipo de textos implica que los estudiantes posean una enciclopedia sobre la imagen, la lectura de ellas, sus características y elementos, un saber cultural su entorno y buenos conocimientos previos; para que de tal manera pueda realizar niveles de lectura intertextual de todos los elementos que componen los textos publicitarios en cualquiera de sus modalidades, afiches, avisos, carteles, propaganda, campaña publicitaria y demás.

El criterio más importante que el docente debe en cuenta para la selección de un material publicitario para favorecer los procesos de comprensión de lectura es determinar la intención pedagógica para lo cual quiere usar esta tipología textual, esto quiere decir, que el docente primeramente comprenda la diferencia que existe entre los textos publicitarios, puesto que algunos son usados para cumplir una función informativa, con los cuales se favorecen niveles de comprensión lectora literal y inferencial; y que de los otros de tipo argumentativo son especialmente diseñados desde una intención comunicativa de persuasión, manipulación y convencimiento a los lectores de creer y hacer cosas con las cuales no están muy de acuerdo. Por ello, los tres ejes temáticos sobre los que debe girar la selección de estos textos, van encaminados hacia educar en conocer sus discursos persuasivos, educar en el consumo y para desarrollar actos de pensamiento críticos, reflexivos y auténticos de nuestras realidades sociales.

Por último, con relación al cuarto objetivo buscaba definir las características que debe tener una secuencia didáctica basada en el texto publicitario para mejorar los procesos de comprensión e interpretación textual en los estudiantes de quinto, se encontró que:

Para el trabajo de esta tipología textual, es necesario realizar una planeación de clases, organizada, articulada, secuencial, contextualizada y pensada especialmente en que contenidos publicitarios son más relevantes para los estudiantes, con el fin de iniciar el trabajo basado en sus gustos e intereses.

Era importante permitir durante la implementación de la secuencia didáctica, pequeñas pausas que permitan realizar los ajustes necesarios al proceso cuando el docente considere que los objetivos de aprendizaje en los estudiantes no se están cumpliendo a cabalidad. De igual manera es primordial incorporar estrategias de comprensión lectora definidas que permitan trabajar con esta tipología textual desde su intertextualidad; ya que este es el elemento que posibilita una lectura comprensiva direccionada al análisis crítico de los mensajes publicitarios.

Adicionalmente, durante la implementación de la secuencia didáctica se debe fomentar el trabajo cooperativo por parte de los estudiantes, pues es en este dialogar, compartir, socializar, hablar y disentir es que se logran procesos de mejoramiento en la lectura crítica de los textos publicitarios y en la producción escrita de los mismos.

6. CONCLUSIONES

La investigadora en esta parte del informe final presenta algunas conclusiones generales del proyecto de investigación desarrollado:

- Es importante para el diseño e implementación de una propuesta de intervención basada en la lectura crítica de textos publicitarios, poseer como docentes un conocimiento medianamente sobre el medio publicitario, conocer referentes conceptuales sobre otros escenarios educativos en donde se hayan implementado este tipo de propuestas y que impacto han tenido en la mejora de los procesos de comprensión lectora en los estudiantes.
- Los textos publicitarios seleccionados deben poseer un alto contenido de elementos facilitadores de la comprensión, aspecto en el que esta tipología es rica, significativa y fácilmente moldeable a los gustos y necesidades intelectuales de los estudiantes de hoy, que al estar vinculados directamente a los medios multimediales, televisión, radio, prensa, redes sociales, permiten ampliar los saberes culturales de los niños y niñas de nuestros contextos, desarrollar en ellos una visión de mundo más amplia, fortaleciendo adicionalmente su identidad cultural en el momento de producir sus propios textos publicitarios.
- El docente es el mediador y facilitador por excelencia de todos los procesos de enseñanza y aprendizaje que se ejecuten en el aula de clase, de tal manera que este debe poner especial énfasis en el mejoramiento de la comprensión lectora como eje articulador y potencializador de destrezas superiores de lectura que desarrollaren en los educandos.

7. RECOMENDACIONES

Se sugieren las siguientes recomendaciones:

- Resignificar los planes de estudio con el fin de integrar en ellos textos que integren lenguajes verbales y no verbales, para permitir el desarrollo de la lectura crítica.
- Implementar estrategias pedagógicas para fomentar la comprensión lectora en sus distintos niveles: literal, inferencial y crítico, generando al interior de las aulas de clase espacios de reflexión, dialogo entre pares, discusión y trabajo cooperativo.
- Emplear variadas estrategias pedagógicas que hagan de los textos publicitarios, herramientas potencializadoras de procesos de lectura de manera que permitan en los estudiantes sientan interés y con expectativas en todo el proceso de adquisición de conocimientos.
- Implementar secuencias didácticas que hagan uso de textos publicitarios, con el fin de formar lectores competentes, autónomos, reflexivos en donde se fortalezcan los procesos de comprensión e interpretación textual para generar lectores críticos.
- Se sugiere implementar la presente investigación en otras instituciones educativas que deseen hacer uso de la lectura de imágenes para desarrollar procesos de comprensión e interpretación; a fin de explorar las posibilidades de adecuación de esta tipología textual en otros contextos.

BIBLIOGRAFIA

BISQUERRA ALZINA, Rafael. Metodología de la Investigación Educativa. Madrid: La Muralla, 2004. p 349.

BARRIGA A. Frida D; HERNÁNDEZ R. Gerardo. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. 1 ed. México: McGraw-Hill, 1998. 232 p.

CASSANY, Daniel. Tras las líneas sobre la lectura contemporánea. Barcelona: Anagrama, 2006. 25 p.

CASTRO BONILLA, Elssy. RODRIGUEZ S. Penélope. La investigación en ciencias sociales. Más allá del dilema de los métodos. Colombia: Norma, 1997. 220 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución política. (20, julio, 1991). Bogotá, 1991. 125

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 115 (8, febrero, 1994). Por la cual se expide la ley general de educación. Bogotá, 1994. 50 p.

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Estándares básicos de competencias en lenguaje, matemáticas, ciencias y ciudadanas. Bogotá: 2006. 184 p.

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Lineamientos Curriculares Lengua castellana. Bogotá, 1998. 102 P.

COOPER, David. El desarrollo de la información previa, cómo mejorar la comprensión lectora. Ed. Antonio Machado. 461 p.

DIAZ BARRIGA, Ángel. Guía para la elaboración de una secuencia didáctica. En: Comunidad del conocimiento UNAM. Universidad Nacional Autónoma de México. 2013. p. 15.

ECO, Umberto. Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo. 3 ed. España: Lumen, 1993. 329 p.

FREIRE, Paulo. Pedagogía de la esperanza. Ed: Siglo XXI. 267 p.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. México: Abril, 2006. p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS y CERTIFICACIÓN. Trabajos escritos: presentaciones y referencias bibliográficas. NTC 1486. Sexta actualización. Santafé de Bogota, D.C.: ICONTEC, 2008. p. 24

JORBA, Jaume y SANMARTÍ, Neus. La función pedagógica de la evaluación. Universidad Autónoma de Barcelona. 4 p.

MARFÍL CARDONA, Rafael. Educación Artística y comunicación audiovisual: Espacios comunes. Tesis doctoral. España. 2015. p. 750.

MARTÍNEZ, Jorge. Métodos de investigación cualitativa. En: Silogismos de investigación. Julio – Diciembre 2011. N°8(1), 43. ISSN 1909955X

MEN. Lineamientos Curriculares para la Lengua Castellana. Cooperativa Editorial Magisterio. Bogotá: 1998. 35 p. LEY 115 DE 8 DE FEBRERO DE 1994, Fines de la educación. Colombia. Artículo 5. P. 1

NOREÑA, Ana L.; ALCARAZ-MORENO, Noemí.; ROJAS, Juan G.; REBOLLEDO-MALPICA Dinora. La aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. Colombia: Aquichan, 2012.

PND 2014 -2018. Departamento Nacional de Planeación, Bases del Plan Nacional de Desarrollo (Bogotá: 2014), 67 p.


SANDOVAL CASILIMAS, Carlos A. Módulo de investigación social. Bogotá: Arfo, 2002. p, 139.

VERA VILA, Julio. Educación social e impacto educativo de los medios persuasivos: Publicidad y propaganda. 1998. N°316, 193-213 p.

ZÁRATE, Adolfo. La lectura crítica en los libros de texto de educación secundaria: concepción y tratamiento metodológico. Perú. 2010. 105 p.

ANEXOS

ANEXO A. ASENTIMIENTO INFORMADO DE LOS ESTUDIANTES

 	UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
---	--

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, dirigida por ROSA ELVIRA LAGARES MERCADO. He sido informado (a) que el objetivo principal de este estudio es DETERMINAR DE QUE MANERA UNA SECUENCIA DIDACTICA BASADA EN LA LECTURA DE TEXTOS PUBLICITARIOS DESARROLLA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA.



Me han indicado también que tendré que participar en el desarrollo del proyecto, responder preguntas y brindar información para la recolección de los datos a través de las diferentes técnicas e instrumentos lo cual requerirá de dos horas de mi tiempo durante tres días de la semana.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo realizar contacto con quien lo dirige al correo fresola2125@hotmail.com, contacto 3163243409-6125255.

Firma del Participante

Fecha

ANEXO B. CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS ESTUDIANTES PARTICIPANTES DE LA INVESTIGACIÓN

 	<p>UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA</p>
---	---

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los padres de familia de los estudiantes participantes en esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma.

La presente investigación será realizada por la estudiante ROSA ELVIRA LAGARES MERCADO bajo la dirección de LEONARDO RAÚL BRITO de la Maestría en Pedagogía de la Universidad Industrial de Santander. El objetivo principal de este estudio DETERMINAR DE QUE MANERA UNA SECUENCIA DIDACTICA BASADA EN LA LECTURA DE TEXTOS PUBLICITARIOS DESARROLLA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA.

Si usted autoriza la participación de su hijo en este estudio, se le pedirá participar en el desarrollo del proyecto, responder preguntas y brindar información para la recolección de los datos a través de las diferentes técnicas e instrumentos lo cual requerirá de dos horas en la jornada de la tarde durante tres días de la semana, que no tomará muchos minutos de su tiempo. Lo que responda se tendrá en cuenta para reconocer el alcance de los objetivos propuestos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento. Si alguna de las preguntas o aspectos abordados en el proyecto le

parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderla.

Desde ya le agradezco su valiosa participación.

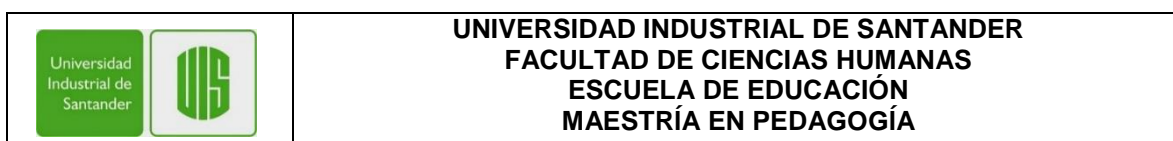
Nombre del padre de familia

Firma del padre de familia

Nombre de mi hijo (a) participante

Fecha:

ANEXO C. CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA DIRECTIVOS DOCENTES



El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer información a los directivos docentes de la institución educativa sobre la investigación que será realizada por la estudiante ROSA ELVIRA LAGARES MERCADO bajo la dirección de LEONARDO RAÚL BRITO de la Maestría en Pedagogía de la Universidad Industrial de Santander. El objetivo principal de este estudio es DETERMINAR DE QUE MANERA UNA SECUENCIA DIDACTICA BASADA EN LA LECTURA DE TEXTOS PUBLICITARIOS DESARROLLA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA.

Si ustedes autorizan la ejecución de este estudio, se les pedirá participar en el desarrollo del proyecto, respondiendo preguntas y brindando información para la recolección de los datos a través de las diferentes técnicas e instrumentos aplicados por la docente investigadora y que no tomará muchos minutos de su tiempo. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Si tienen algunas dudas sobre este proyecto, puede formularlas en cualquier momento. Si alguna de las preguntas o aspectos abordados en el proyecto le parecen incómodas, tienen ustedes el derecho de hacérselo saber a docente investigadora o no responderla.


Desde ya les agradecemos su valiosa participación. En constancia firman,

Rectora

Coordinador

Fecha: _____

ANEXO D. DECLARACIÓN DEL DOCENTE INVESTIGADOR

 <p>Universidad Industrial de Santander</p>		<p>UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA</p>
--	---	--

Yo certifico que le he explicado al menor de edad y a su padre o acudiente, la naturaleza y el objetivo de la investigación, y que ellos entienden en qué consiste su participación, los posibles riesgos y beneficios implicados.

Todas las preguntas que los sujetos me han hecho le han sido contestadas en forma adecuada. Así mismo, he leído y explicado adecuadamente las partes del asentimiento y el consentimiento informado.

Hago constar con mi firma.

Nombre del investigador: _____

Firma: _____


Cedula de Ciudadanía número: _____ expedida en _____

Fecha: ___ / ___ / _____

**ANEXO E. GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A DOCENTE DEL
ÁREA DEL LENGUA CASTELLANA**


		UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: LA PUBLICIDAD COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA		
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Determinar qué estrategias utilizan los docentes para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual.		
FECHA DE LA ENTREVISTA:	AÑOS DE EXPERIENCIA:	
GÉNERO:	EDAD:	
HORA DE INICIO:	HORA DE FINALIZACIÓN:	
CÓDIGO DEL ENTREVISTADO:		
INTRODUCCIÓN		
<p>Apreciada maestra, le comento que la información que vamos a recopilar producto de esta entrevista será usada únicamente con fines académicos para esta investigación y el programa de maestría en pedagogía de la Universidad Industrial de Santander. Para ello, ¿autoriza usted la grabación de esta entrevista? SI _____ NO _____</p>		
ENTREVISTA		
1. ¿Qué entiende usted por texto?		
2. ¿Cuáles tipos de texto conoce?		
3. Desde su valiosa experiencia: ¿Podría mencionarme algunas tipologías textuales que trabaja en su clase?		
4. ¿Cómo desarrolla los procesos de comprensión e interpretación textual de las tipologías empleadas?		
5. Teniendo en cuenta su experiencia pedagógica: ¿Qué papel ha jugado “la lectura de imágenes” en la comprensión e interpretación textual?		
6. ¿Qué tipo de texto que combina lenguaje verbal escrito e imagen ha empleado para la comprensión de lectura?		
7. Me podría compartir, ¿Qué entiende por lectura crítica?		
8. ¿Qué estrategia pedagógica aplica para desarrollar lectura crítica en su clase?		
9. ¿Ha realizado lectura crítica de anuncios publicitarios y cómo lo ha hecho?		
10. Profesor (a): ¿Reconoce usted qué tipo de discurso posee la publicidad?		

ANEXO F. GUÍA DE OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE

	UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA		
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: LA PUBLICIDAD COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA			
OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN: Determinar qué estrategias utilizan los docentes para el desarrollo de la comprensión e interpretación textual.			
Fecha de la observación (AAAA/MM/DD)			
Descripción de la Observación no participante			
Grado Observado:			
Código Docente:			
Hora inicio:			
Hora final:			
Lugar:			
Involucrados:			
SOBRE LA PLANEACIÓN DE CLASE			
ITEM	OBSERVACIÓN	SI	NO
Planeación	La docentes planea la clase de lengua castellana		
Uso de material	En la planeación de la clase se evidencia la utilización de materiales educativos para el logro de los objetivos de aprendizaje de la clase.		
Actividades de aprendizaje	En la planeación se propone diversas actividades de interacción entre los estudiantes (Trabajo independiente, en parejas o cooperativo).		
Gestión de aula	Dentro de la planeación se estima el uso adecuado y efectivo del tiempo para cada actividad (organización del espacio y materiales como: maletas, cartucheras, llamado a lista, organización de estudiantes, revisión de uniformes, organización del espacio al final de clase, etc.).		
Evaluación formativa	En la planeación se evidencian estrategias de evaluación para el logro de los aprendizajes planteados.		
	En la planeación se hace explícito el criterio de evaluación que se espera observar como resultado del proceso de aprendizaje de sus estudiantes.		
OBSERVACIÓN DE LA CLASE			
CRITERIOS		SI	NO
Clima de aula	La clase tiene normas claras, conocidas y seguidas por todos. El docente recuerda estas normas cuando corresponde y los estudiantes rectifican su comportamiento.		
Gestión de aula	El docente da instrucciones claras para el desarrollo de las actividades.		
	Los estudiantes participan de una clase con estructura clara, definida y con un ritmo apropiado para su edad (motivación hacia el logro de aprendizaje, desarrollo de la clase, realimentación y cierre).		
	Los estudiantes cuentan con tiempo necesario para desarrollar las actividades solicitadas y desarrollar el proceso de aprendizaje.		

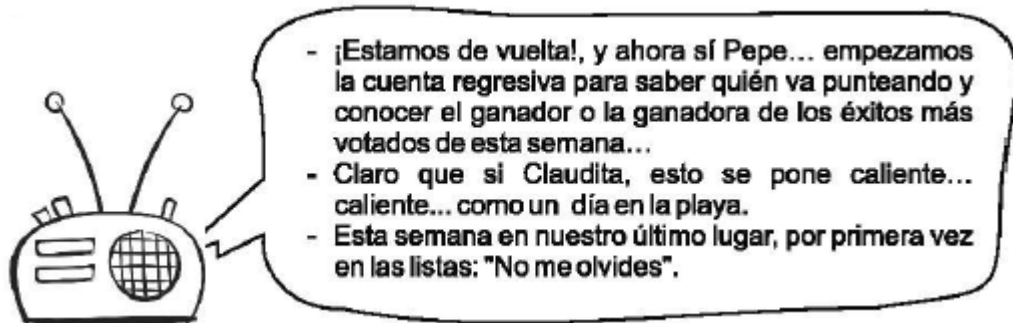
		Los estudiantes evidencian aprendizajes a través de la participación en actividades conectadas con los objetivos de clase.		
		Los estudiantes participan en rutinas que apoyan el uso efectivo del tiempo de clase (distribución de material, roles en actividades de trabajo cooperativo).		
Práctica Pedagógica	Enseñanza y aprendizaje	Todos los estudiantes se involucran cognoscitiva y activamente en actividades planeadas y orientadas al aprendizaje, a través de la interacción entre los, preguntas, respuestas, acciones, reacciones, propuestas y creaciones.		
		Los estudiantes potencian sus aprendizajes a través del uso de materiales educativos.		
		El docente refleja comprensión de los contenidos del lenguaje y la didáctica pertinente para la enseñanza de la disciplina.		
		Los estudiantes participan en actividades de trabajo cooperativo.		
	Evaluación	Los estudiantes reconocen los objetivos de aprendizaje de la clase.		
		Los estudiantes reciben realimentación objetiva y positiva que propende por el desarrollo y logro de aprendizajes en el aula, sin juicios valorativos en el proceso.		
		Los estudiantes utilizan diferentes instrumentos y ejercicios de evaluación para verificar sus aprendizajes (rúbricas, listas de chequeo, portafolios, realimentación escrita por parte del docente en los textos, autoevaluación).		
REFLEXIÓN				

ANEXO G. PRUEBA INICIAL DE LECTURA

 	UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: LA PUBLICIDAD COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA	
OBJETIVO DE LA PRUEBA DE LECTURA: Identificar en qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto.	
FECHA:	
GÉNERO:	EDAD:
HORA DE INICIO:	HORA DE FINALIZACIÓN:
CÓDIGO DEL EVALUADO: -----	

LEE CON ATENCIÓN Y RESPONDE LAS PREGUNTAS:

1. Juliana escucha su programa de radio favorito. Prestemos atención a lo que dicen en él:



¿De qué se está hablando en la radio?

- A. Del clima en la playa.
- B. De las noticias musicales.
- C. De los ganadores de un concurso.
- D. De una lista de canciones.

2. A Isabel le gusta ver televisión porque se puede informar sobre lo que pasa en otros lugares lejanos a su región y también para poder entretenerse. Ella ha elaborado listas de los diferentes programas que ve. ¿Cuál de ellas contiene un tipo de programa que no es televisivo?

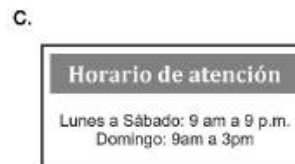
A. Concursos
Eventos deportivos
Comerciales
Culturales
Peliculas de cine

C. Eventos deportivos
Dibujos animados infantiles
Telenovelas
Concursos.

B. Telenovelas
Comerciales
Dibujos animados
Concursos
Noticieros
Caricaturas.

D. Noticieros
Telenovelas
Entrevistas
Dibujos animados
Comerciales
Eventos deportivos

3. Observa con atención las siguientes imágenes. ¿Cuál de ellas no encontrarías en un supermercado?



Observa el siguiente aviso

**CAMPEONATO DE FÚTBOL
PARA NIÑOS Y NIÑAS**

Próximo sábado
15 de marzo
en las canchas
del colegio "San José"

Participa en el primer campeonato
de fútbol para niños y niñas del municipio

Los ganadores recibirán un paseo con
todos los gastos pagos a:
Cerro Verde
Patrimonio turístico de nuestra región.

En la premiación
conoce
personalmente
a nuestro querido
alcalde
Felipe Ramos.

Organizado por la Alcaldía Municipal

4. ¿Para qué crees que la alcaldía hizo el anterior anuncio?
- A. Incentivar el deporte en los estudiantes.
 - B. Conocer el Alcalde del municipio.
 - C. Organizar un paseo a "Cerro Verde".
 - D. Motivar el deporte en la comunidad.

En clase te entregan el siguiente volante.

SE NECESITAN VOLUNTARIOS



Salvemos el planeta

Miércoles en la mañana 7:15 a 7:45

Jueves en la tarde: 3:30 a 4:00.

Escoge uno de los horarios.

Pregunta por Mario Torres en sala de profesores.

5. Si

Ayúdanos a cuidar nuestro planeta recogiendo basura del piso y ayudando a separar los elementos reciclables.

Si tú eres amigo del planeta. ¡¡Te necesitamos!!

deseas participar en esta actividad, ¿qué debes hacer?

- A. Preocuparme por ayudar al planeta.
- B. Empezar a recoger la basura del piso.
- C. Si estoy interesado, debo tener tiempo para reunirnos dos veces a la semana.
- D. Si me intereso por ser voluntario en la actividad “Salvemos el planeta” debo buscar a Mario Torres.


Observa la siguiente ilustración.



Los profesores te invitamos a participar en el

Concurso

Cuento mi historia



Inventa un cuento y entrégalo a tu profesora antes del 10 de agosto.

Participan niños y niñas de los grados segundo y tercero de primaria.

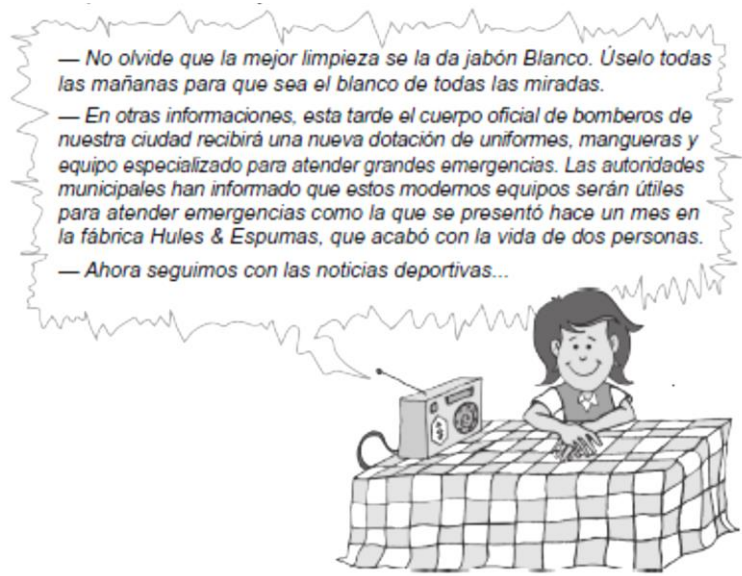
Premios:
Primer lugar: Colección de 10 libros.
Segundo lugar: Colección de 5 libros.

Premiación: Viernes 31 de agosto.

6. Según el afiche, el viernes 31 de agosto se

- A. Escogen los cuentos clasificados.
- B. Entregan los premios a los dos ganadores.
- C. Entregan los cuentos a la profesora.
- D. Invitan a los estudiantes a participar en el concurso.

En la casa de Luisa, todas las mañanas siempre escuchan la radio. Leamos lo que ella escuchó hoy



7. ¿De la noticia que escuchó Luisa, cuál es la información más actualizada?
- A. El comercial de jabón Blanco para mejorar la limpieza del hogar.
 - B. El gran incendio de la fábrica Hules & Espumas en el que murieron dos personas.
 - C. La entrega de nueva dotación a los bomberos del municipio.
 - D. La importancia de tener un cuerpo de bomberos para prevenir accidentes.

Responde las preguntas 8 y 9 de acuerdo con el siguiente texto:



8. Los estudiantes del comité ambiental quieren fijar este afiche en un lugar adecuado para que todos los interesados se enteren de la feria que van a realizar. ¿En qué lugar NO sería adecuado ponerlo y por qué?
- En la sala de profesores, porque la información va dirigida a ellos.
 - En la entrada del colegio, porque casi nadie lee la información que allí se expone
 - En la cartelera principal de la escuela, porque en ella se pone mucha información
 - En la oficina de la rectoría, porque allí pasan muchos estudiantes
9. En el afiche de la feria ambiental se encuentra información acerca de
- La profesora encargada y el lugar donde se puede encontrar.
 - El tipo de evento, la fecha de realización y los responsables.
 - Los tipos de actividades y las horas en que se realizan.
 - Los estudiantes que van a participar en la feria.
10. La secretaria del hospital revisó los avisos que llegaron para publicar en el periódico mural. Procedían de diferentes lugares del pueblo. ¿Cuál de los siguientes avisos NO es apropiado para publicar en el periódico?

Observa el siguiente

A. **TODOS CONTRA LA ENFERMEDAD DEL DENGUE**



ELIMINEMOS LOS CRIADEROS

CAMPAÑA DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL

B. **NUEVA MEDICINA**
para aliviar los problemas de la piel de perros y gatos



Consígala llamando al teléfono: 44-55667
Pregunte por la veterinaria Sandra Reyes.

C. **TALLER CUIDADO DEL RECIÉN NACIDO**



ORGANIZA:
GRUPO DE PRIMERA INFANCIA
LUGAR: SALÓN COMUNAL

D. **LEER PARA SANAR**



Se buscan voluntarios para leer a los niños enfermos en el hospital.

Están todos invitados el próximo domingo 10 de julio a la cancha del parque central.
Hora 10 a.m.

Un evento para disfrutar y compartir en familia.

texto

11. La Alcaldía hizo el anterior texto para

- A. Motivar a los estudiantes del colegio Simón Bolívar para que asistan al partido.
- B. Conocer los equipos que se enfrentan en la final.
- C. Informar a los equipos en dónde van a jugar.
- D. Invitar a la comunidad a asistir al partido.

Observa y lee el siguiente afiche y responde la pregunta



12. Laura, después de leer este afiche en su colegio, se da cuenta de que la información está incompleta. ¿Qué dato hace falta para completar la información sobre el evento al que invita?
- A. La edad de los asistentes al evento.
 - B. Los precios de los libros que se venderán.
 - C. La ubicación de los principales eventos que se realizarán.
 - D. Las fechas de inicio y finalización del evento promocionado.

Observa y lee el siguiente cartel. Luego responde la pregunta



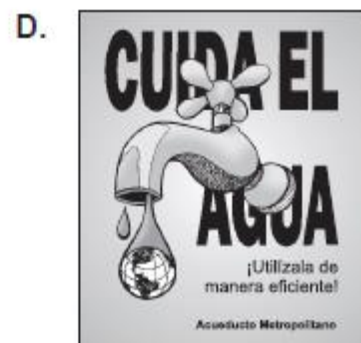
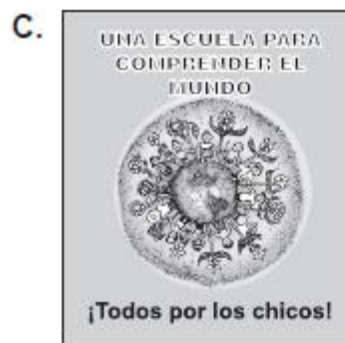
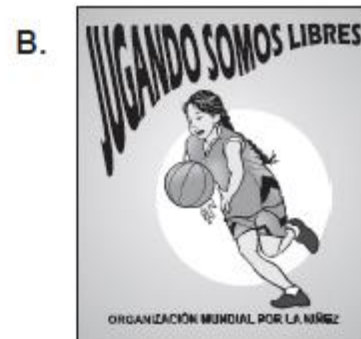
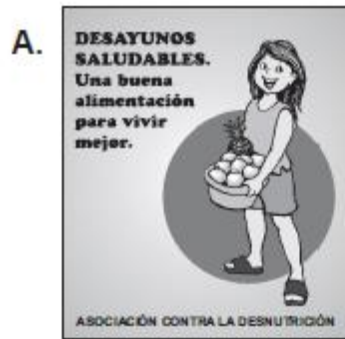
13. La información del cartel va dirigida a
- A. Los niños, las niñas y los padres de familia.
 - B. Los niños, las niñas y los centros de salud.
 - C. La secretaria de salud y el centro de salud.
 - D. Los médicos y enfermeras del centro de salud.

Responde las preguntas 14 y 15 de acuerdo con la siguiente información.

La Alcaldía Municipal de Los Almendros encargó a los directivos de la Casa Cultural organizar un evento dirigido a los niños y las niñas de los colegios y escuelas de la región.



14. Con el fin de que todos tengan la oportunidad de participar, ¿en cuál lugar NO sería adecuado fijar el anterior afiche y por qué?
- En la Alcaldía de Los Almendros, porque es un lugar al que solo van los adultos.
 - En la puerta de la parroquia, porque, no todos profesan la religión católica.
 - En la Casa de la Cultural, porque la información es enviada directamente.
 - En la cartelera de una cárcel, porque son muy pocos los niños que van a esta institución.
15. Según la información que contiene el afiche, los estudiantes de todos los colegios del municipio de Los Almendros
- Deben poseer los seis talentos presentados para poder participar
 - Pueden participar con uno de sus talentos en el festival.
 - Podrán participar en el Festival del Talento Escolar sin inscripción.
 - Serán premiados en el Festival del Talento Escolar solo por participar.
16. Para celebrar el Día de los Niños y las Niñas, algunos estudiantes llevaron afiches relacionados con el tema de los derechos de los menores. Entre los siguientes afiches, el que NO trata este tema es:



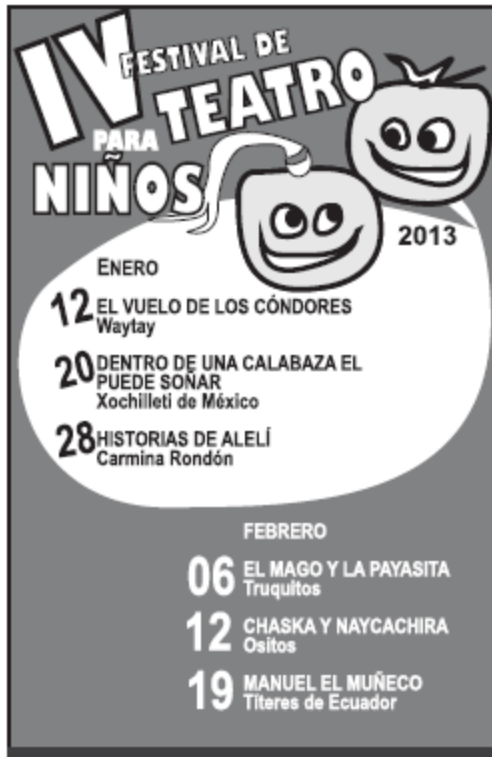
La Escuela Artística Pandora inicia sus labores repartiendo volantes con la siguiente información



17. El propósito de estos volantes es

- A. Apoyar el talento artístico que tienen todos los niños.
- B. Ocupar el tiempo de los niños en actividades
- C. Sorprender a los niños con las técnicas de pintura que enseñarán.
- D. Que mucha gente se informe e inscriba a sus hijos en los cursos de pintura.

Observa y lee el siguiente afiche. Luego, responde la pregunta.



18. Después de leer este afiche en su colegio, Melissa se da cuenta de que la información está incompleta. El dato que hace falta, para completar la información sobre el evento al que se invita con el afiche, es:
- A. Qué evento se va a presentar.
 - B. Quiénes son los invitados al festival de teatro.
 - C. Cuándo serán las presentaciones teatrales.
 - D. En dónde se harán las presentaciones de teatro.

19. El rector de tu colegio quiere saber qué opinan los estudiantes de la franja infantil de la televisión colombiana. Tú quieres ayudarlo y para eso elaboras

- A. Un afiche.
- B. Una cartelera.
- C. Un aviso clasificado.
- D. Una encuesta.

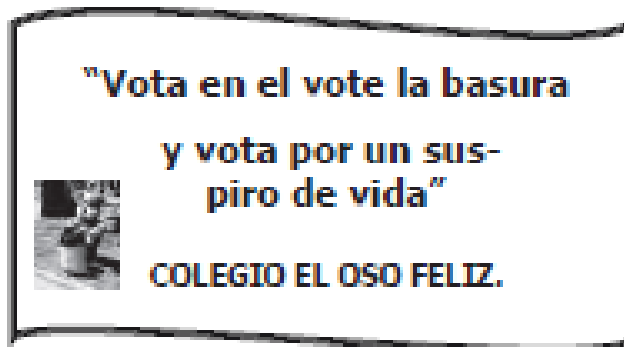
20. El rector de tu colegio escribe, en la cartelera del día, una nota para la reflexión: *“Ver televisión es una pérdida de tiempo y no aporta a la formación del estudiante”* Claudia no está de acuerdo con el rector y escribió algunas ideas para mostrar su inconformidad:

1. *Yo considero que ver televisión puede ser muy educativo.*
2. *Hay una variedad de documentales muy interesantes acerca de mundo animal y de culturas y pueblos que no conocemos.*
3. *A diferencia del cine, la televisión nos brinda entretenimiento a muy bajo costo.*

Para que la nota de Claudia cumpla con el propósito, tú le dirás que:

- A. Las ideas expuestas pertenecen a otro tema y es mejor cambiarlas.
- B. Es necesario suprimir la tercera idea porque no contribuye al propósito.
- C. El texto está incompleto, le falta decir a quién va dirigido.
- D. Es necesario quitar la segunda idea porque no corresponde con el tema.

21. Los estudiantes de un colegio elaboran el siguiente afiche para una campaña publicitaria sobre las basuras. En él se encuentra la siguiente frase:



En la frase se presentan errores de ortografía y de mala ortografía y de mala utilización de palabras. Al corregirlos tú escribirías:

- A. "Bota en el vote la basura y bota por un suspiro de vida"
- B. "Arroja en el bote la basura y vota por un suspiro de vida"
- C. "Arroja en el vote la basura y vota por un suspiro de vida"
- D. "Vota en el bote la basura y bota por un suspiro de vida"

22. Debes escribir una propuesta de campaña porque tus compañeros de salón te eligieron como postulante, para ser el posible presidente de tu curso ante el concejo estudiantil. La propuesta que debes elaborar debe tener como propósito principal

- A. Convencer a tus compañeros para que te elijan presidente.
- B. Invitar a tus compañeros a participar en la campaña.
- C. Informar a tus compañeros sobre los días de elección.
- D. Promover en el colegio la necesidad de participación.

23. El director del periódico escolar te pidió informar de manera clara y completa sobre los eventos de la próxima semana cultural. Para que los estudiantes asistan a las actividades de su interés, lo fundamental es incluir información sobre:

- A. La importancia que tiene la semana cultural.

- B. El lugar, la fecha y la hora de cada evento.
- C. Los patrocinadores que presentan cada evento.
- D. La historia de la semana cultural en tu colegio.

24. Los estudiantes de quinto grado del colegio Manuelita Sáenz quieren ir de excursión al finalizar el año. Ellos han decidido organizar un bazar para recoger fondos. ¿Qué tipo de texto es el más adecuado para invitar a toda la comunidad educativa al bazar?

- A. Un afiche
- B. Una receta
- C. Una caricatura
- D. Un grafiti

25. Estas escribiendo acerca de cómo los animales se protegen contra sus enemigos. Tienes las siguientes ideas:

1. Para defenderse algunos animales deben protegerse de sus enemigos o de otros depredadores.
2. _____ el puerco espín tiene su cuerpo cubierto de espinas.
3. _____ se siente atacado se esconde debajo de las espinas hasta que pase el peligro.

Para unir estas ideas de manera coherente, utilizas como conectores:

- A. Tal vez; sin embargo.
- B. A su vez; de pronto.
- C. Entonces; luego.
- D. Por ejemplo; cuando.

26. La frutería FRUC-TÍFERA está realizando una campaña publicitaria para lanzar una nueva ensalada de frutas.


La más barata del mercado, puedes obtenerla al precio más cómodo para tú bolsillo, las frutas son de exportación exclusiva.

Contiene: 20% de calorías, 10% de carbohidratos, un 35% de agua y 35% de amor. Esta ensalada es elaborada por la señorita Juanita, con 20 años de experiencia en el ramo de la frutería, ha trabajado en los mejores restaurantes y fruterías del país, vive muy cerca de nuestras instalaciones.

En la publicidad presentada, hay información que no es pertinente, por ello tú eliminarías:

- A. Las bondades que ofrece la ensalada.
- B. La procedencia de las frutas utilizadas.
- C. Los aportes nutricionales.
- D. Los datos de quien elabora la ensalada.

ANEXO H. MATRIZ DE EVALUACIÓN PRUEBA INICIAL DE LECTURA

	UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: LA PUBLICIDAD COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA	
OBJETIVO DE LA PRUEBA INICIAL: Identificar en qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto.	

MATRIZ DE ANÁLISIS RESULTADOS PRUEBA INICIAL DE LECTURA

ÁREA: LENGUAJE

GRADO: 5°

CATEGORIA: COMPETENCIA COMUNICATIVA LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal e inferencial.

SUBCATEGORIA: COMPONENTE SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.

Pregunta	Clave	Nivel	Matriz de referencia Prueba Saber		Cantidad de estudiantes que responden correctamente
			Aprendizaje	Evidencia	
9	B	LITERAL	Recupera información explícita en el contenido del texto.	Ubica en un texto escrito información puntual sobre ¿Qué?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?,	1
5	D				10
18	D				13
6	B	LITERAL	Recupera información explícita en el contenido del texto.	Reconoce secuencias de acciones, hechos o eventos en los textos que lee.	8
7	C	LITERAL	Recupera información explícita en el contenido del texto.	Reconoce secuencias de acciones, hechos o eventos en los textos que lee.	3
13	A	LITERAL	Recupera información explícita en el contenido del texto.	Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos.	15
1	D	INFERENCIAL	Recupera información implícita en el contenido del texto.	Relaciona e integra información del texto y los paratextos, para predecir información sobre posibles contenidos.	0
2	B	CRÍTICO	Relaciona textos y moviliza saberes previos para ampliar referentes y contenidos ideológicos.	Relaciona el contenido de un texto con otros textos de la cultura.	0

CATEGORIA: COMPETENCIA COMUNICATIVA LECTORA: Comprensión de textos en los niveles literal, inferencial y crítico.

SUBCATEGORIA: COMPONENTE PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.

Pregunta	Clave	Nivel	Matriz de referencia Prueba Saber		Cantidad de estudiantes que responden correctamente
			Aprendizaje	Evidencia	
10	B	LITERAL	Reconoce elementos explícitos de la situación de comunicación.	Identifica quién habla en el texto.	6

14	D	INFERENCIAL	Reconoce elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	1
15	B	INFERENCIAL	Reconoce elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	5
8	D	INFERENCIAL	Reconoce elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	6
17	D	INFERENCIAL	Reconoce elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	7
3	A	INFERENCIAL	Reconoce elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	9
4	D	INFERENCIAL	Reconoce elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	11
11	D	INFERENCIAL	Reconoce elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	12
16	D	CRÍTICO	Evalúa información explícita e implícita de la situación de comunicación.	Caracteriza al posible enunciatario del texto.	14

CATEGORIA: COMPETENCIA COMUNICATIVA ESCRITORA: Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.

SUBCATEGORIA: COMPONENTE SEMÁNTICO: Sentido y significado del texto.

Pregunta	Clave	Momentos	Matriz de referencia Prueba Saber		Cantidad de estudiantes que responden correctamente
			Aprendizaje	Evidencia	
20	C	REVISIÓN	Comprende los mecanismos de uso y control que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular.	Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito.	5
26	D	REVISIÓN	Comprende los mecanismos de uso y control que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular.	Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito.	8
12	D	REVISIÓN	Comprende mecanismos de uso y control que permiten regular el desarrollo de un tema en un texto, dada la situación de comunicación particular.	Evalúa la pertinencia del contenido en relación con el propósito.	12

CATEGORIA: COMPETENCIA COMUNICATIVA ESCRITORA: Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.

SUBCATEGORIA: COMPONENTE PRAGMÁTICO: Uso del texto en contexto.

Pregunta	Clave	Nivel	Matriz de referencia Prueba Saber		Cantidad de estudiantes que responden correctamente
			Aprendizaje	Evidencia	



19	D	REVISIÓN	Da cuenta de los mecanismos de uso y control de las estrategias discursivas, para adecuar el texto a la situación de comunicación.	Evalúa la validez o pertinencia de la información de un texto y su adecuación al contexto comunicativo.	3
22	A	PLANEACIÓN	Prevé el propósito o las intenciones que debe cumplir un texto, atendiendo a las necesidades de la producción textual en un contexto comunicativo particular.	Identifica el propósito que debe tener un texto y su adecuación al contexto de comunicativo.	0
23	A	PLANEACIÓN	Prevé el propósito o las intenciones que debe cumplir un texto, atendiendo a las necesidades de la producción textual en un contexto comunicativo particular.	Identifica el propósito que debe tener un texto y su adecuación al contexto de comunicativo.	2

CATEGORIA: COMPETENCIA COMUNICATIVA ESCRITORA: Producción de textos desde los momentos de planeación, escritura y revisión.

SUBCATEGORIA: COMPONENTE SINTÁCTICO: Estructura y forma del texto.

Pregunta	Clave	Nivel	Matriz de referencia Prueba Saber		Cantidad de estudiantes que responden correctamente
			Aprendizaje	Evidencia	
21	B	REVISIÓN	Da cuenta de los mecanismos de uso y control de la lengua y de la gramática textual que permiten regular la coherencia y cohesión del texto, en una situación de comunicación particular.	Evalúa en un texto escrito el uso adecuado de los elementos gramaticales (concordancia. Tiempos verbales, pronombres) y ortográficos (acentuación, mayúsculas, signos de puntuación).	4
25	D	REVISIÓN	Da cuenta de los mecanismos de uso y control de la lengua y de la gramática textual que permiten regular la coherencia y cohesión del texto, en una situación de comunicación particular.	Evalúa en un texto escrito el uso adecuado de los elementos gramaticales (concordancia. Tiempos verbales, pronombres) y ortográficos (acentuación, mayúsculas, signos de puntuación).	8
24	A	PLANEACIÓN	Prevé un plan textual, organización de ideas, tipo textual y estrategias discursivas atendiendo a las necesidades de la producción, en un contexto comunicativo particular.	Identifica el tipo de texto que debe escribir.	13

ANEXO I. DIARIO DE CAMPO

		UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: LA PUBLICIDAD COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA		

Fecha de la observación (AAAA/MM/DD)
Descripción de la Observación
Grado Observado:
Docente investigador:
Hora inicio:
Hora final:
Lugar:
Involucrados:

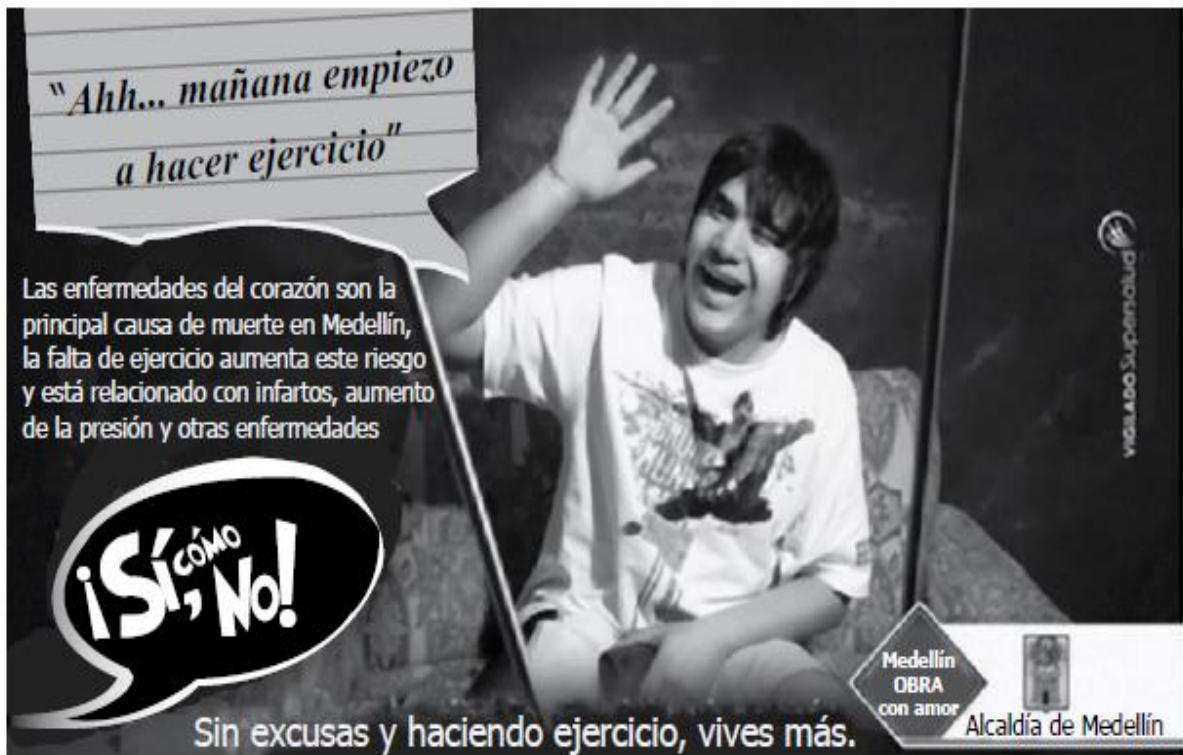
OBSERVACIÓN DE LA CLASE		
	CRITERIOS	REFLEXIÓN
Clima de aula	La clase tiene normas claras, conocidas y seguidas por todos. El docente recuerda estas normas cuando corresponde y los estudiantes rectifican su comportamiento.	
Gestión de aula	El docente da instrucciones claras para el desarrollo de las actividades.	
	Los estudiantes participan de una clase con estructura clara, definida y con un ritmo apropiado para su edad (motivación hacia el logro de aprendizaje, desarrollo de la clase, realimentación y cierre).	
	Los estudiantes cuentan con tiempo necesario para desarrollar las actividades solicitadas y desarrollar el proceso de aprendizaje.	
	Los estudiantes evidencian aprendizajes a través de la participación en actividades conectadas con los objetivos de clase.	
	Los estudiantes participan en rutinas que apoyan el uso efectivo del tiempo de clase (distribución de material, roles en actividades de trabajo cooperativo).	
Práctica Pedagógica	Enseñanza y aprendizaje	
	<p>Todos los estudiantes se involucran cognoscitiva y activamente en actividades planeadas y orientadas al aprendizaje, a través de la interacción entre ellos, preguntas, respuestas, acciones, reacciones, propuestas y creaciones.</p> <p>Los estudiantes potencian sus aprendizajes a través del uso de materiales educativos.</p>	

	El docente refleja comprensión de los contenidos del lenguaje y la didáctica (estrategias de comprensión de lectura) pertinente para la enseñanza de la disciplina.	
	Los estudiantes participan en actividades de trabajo cooperativo.	
Evaluación	Los estudiantes reconocen los objetivos de aprendizaje.	
	Los estudiantes reciben realimentación objetiva y positiva que propende por el desarrollo y logro de aprendizajes en el aula, sin juicios valorativos en el proceso.	
	Los estudiantes utilizan los diferentes instrumentos y ejercicios de evaluación para verificar sus aprendizajes (rúbricas, listas de chequeo, portafolios, realimentación escrita por parte del docente en los textos, autoevaluación).	
REFLEXIÓN GENERAL DE LA INVESTIGADORA (Cómo me sentí / oportunidades de mejora)		

ANEXO J. PRUEBA FINAL DE LECTURA

		UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS ESCUELA DE EDUCACIÓN MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: LA PUBLICIDAD COMO ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA DESARROLLAR LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA OFICIAL DEL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA		
OBJETIVO DE LA PRUEBA DE LECTURA: Identificar en qué niveles de comprensión e interpretación textual se encuentran los estudiantes de quinto.		
FECHA:		
GÉNERO:		EDAD:
HORA DE INICIO:		HORA DE FINALIZACIÓN:
CÓDIGO DEL EVALUADO:		

LEE CON ATENCIÓN LA SIGUIENTE IMAGEN Y RESPONDE LAS PREGUNTAS:



1. Según el texto la falta de ejercicio
 - A. Previene el aumento de la presión
 - B. Disminuye las posibilidades de infarto
 - C. Aumenta el riesgo de muerte
 - D. Previene las enfermedades

2. En el afiche la imagen de la alcaldía de Medellín permite
 - A. Identificar la persona que aparece en el afiche
 - B. Identificar quien dice ¡Sí, cómo no!
 - C. Reconocer quienes pueden leer el mensaje publicitario
 - D. Reconocer a los promotores del mensaje publicitario

3. En la imagen, las expresiones “hacer ejercicio”, “sedentarismo” permiten hablar de
 - A. Salud y enfermedad
 - B. Televisión y muerte
 - C. Riesgo y vida
 - D. Excusas y vida

4. Según la información contenida en la imagen se puede afirmar que va dirigido
 - A. Mujeres que hacen ejercicio
 - B. Hombres que hacen ejercicio
 - C. Personas que son sedentarias
 - D. Ciudadanos que ven televisión

5. El propósito de la imagen es
 - A. Invitar a tomar conciencia de hacer ejercicios
 - B. Contar una historia y dejar una enseñanza
 - C. Divertir al lector haciendo ejercicios
 - D. Conocer a cerca de las enfermedades del corazón

6. En la afirmación “Ahh... mañana empiezo a hacer ejercicio”, el uso de las comillas (“ ”) sirve para
 - A. citar textualmente cuando se empezará a hacer deporte.
 - B. contraponer una idea.
 - C. destacar lo que está pensando el niño.
 - D. expresar una duda.

7. En el afiche encontramos principalmente:

- A. Advertencias y recomendaciones
- B. Descripciones y enumeraciones
- C. Características y ejemplos
- D. Datos y demostraciones

8. A Isabel le gusta ver televisión porque se puede informar sobre lo que pasa en otros lugares lejanos a su región y también para poder entretenerse. Ella ha elaborado listas de los diferentes programas que ve. ¿Cuál de ellas contiene un tipo de programa que no es televisivo?

A.

Concursos Eventos deportivos Comerciales Culturales Películas de cine

C.

Eventos deportivos Dibujos animados infantiles Telenovelas Concursos.

B.

Telenovelas Comerciales Dibujos animados Concursos Noticieros Caricaturas.

D.

Noticieros Telenovelas Entrevistas Dibujos animados Comerciales Eventos deportivos

9. La secretaria del hospital revisó los avisos que llegaron para publicar en el periódico mural. Procedían de diferentes lugares del pueblo. ¿Cuál de los siguientes avisos NO es apropiado para publicar en el periódico?



10. Laura, después de leer este afiche en su colegio, se da cuenta de que la información está incompleta. ¿Qué dato hace falta para completar la información sobre el evento al que invita?
- La edad de los asistentes al evento.
 - Los precios de los libros que se venderán.
 - La ubicación de los principales eventos que se realizarán.
 - Las fechas de inicio y finalización del evento promocionado.
11. El rector de tu colegio quiere saber qué opinan los estudiantes de la franja infantil de la televisión colombiana. Tú quieres ayudarle y para eso elaboras
- Un afiche.
 - Una cartelera.
 - Un aviso clasificado.
 - Una encuesta.
12. Debes escribir una propuesta de campaña porque tus compañeros de salón te eligieron como postulante, para ser el posible presidente de tu curso ante el concejo estudiantil. La propuesta que debes elaborar debe tener como propósito principal

- A. Convencer a tus compañeros para que te elijan presidente.
- B. Invitar a tus compañeros a participar en la campaña.
- C. Informar a tus compañeros sobre los días de elección.
- D. Promover en el colegio la necesidad de participación.

13. El director del periódico escolar te pidió informar de manera clara y completa sobre los eventos de la próxima semana cultural. Para que los estudiantes asistan a las actividades de su interés, lo fundamental es incluir información sobre:

- A. La importancia que tiene la semana cultural.
- B. El lugar, la fecha y la hora de cada evento.
- C. Los patrocinadores que presentan cada evento.
- D. La historia de la semana cultural en tu colegio.

14. Los estudiantes de quinto grado del colegio Manuelita Sáenz quieren ir de excursión al finalizar el año. Ellos han decidido organizar un bazar para recoger fondos. ¿Qué tipo de texto es el más adecuado para invitar a toda la comunidad educativa al bazar?

- A. Un afiche
- B. Una receta
- C. Una caricatura
- D. Un grafiti

15. Estas escribiendo acerca de cómo los animales se protegen contra sus enemigos. Tienes las siguientes ideas:

1. Para defenderse algunos animales deben protegerse de sus enemigos o de otros depredadores.
2. _____ el puerco espín tiene su cuerpo cubierto de espinas.

3. _____ se siente atacado se esconde debajo de las espinas hasta que pase el peligro.

Para unir estas ideas de manera coherente, utilizas como conectores:

- A. Tal vez; sin embargo.
- B. A su vez; de pronto.
- C. Entonces; luego.
- D. Por ejemplo; cuando.

OBSERVA CON ATENCIÓN EL SIGUIENTE AVISO PUBLICITARIO Y RESPONDE:



¿Cuáles elementos del texto publicitario consideras que están presentes en este aviso?

¿Cuál es el propósito comunicativo de este texto publicitario?

¿Quiénes son los receptores de este aviso publicitario?

¿Qué otro slogan podrías utilizar en el aviso y que conserve el propósito del texto?

¿Qué opinas del color empleado en este texto y qué relación habrá entre este y la imagen seleccionada?

¿Qué piensas del maltrato a la mujer?

Según el texto, a que se refiere la expresión “Antes de que tu violencia la marque para siempre, detente y cuenta...” Argumenta tu respuesta.

ANEXO K. CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS

Certificado de finalización

La Oficina para Investigaciones Extrainstitucionales de los Institutos Nacionales de Salud (NIH) certifica que **Rosa Elvira Lagares Mercado** ha finalizado con éxito el curso de capacitación de NIH a través de Internet "Protección de los participantes humanos de la investigación".

Fecha de finalización: 10/28/2017

Número de certificación: 391998