

**LOS TEXTOS PUBLICITARIOS COMO ESTRATEGIA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE
QUINTO GRADO DE BÁSICA PRIMARIA DEL COLEGIO SAN LUIS DEL
MUNICIPIO DE ARATOCA, SANTANDER**

MARTHA LILIANA FERNANDEZ



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y ARTES

MAESTRÍA EN EDUCACIÓN

DIRECTOR: DOCTOR DIEGO BAEZ ZARABANDA

22/07/2021

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 Situación Problema	12
1.1.2. Índice Sintético de la Calidad Educativa	15
1.1.2. Los textos publicitarios como estrategia de solución al problema	16
1.2 Formulación del Problema	19
1.3. Objetivos	20
1.3.1. Objetivo General	20
1.3.2. Objetivos Específicos	20
1.4 Justificación	20
CAPÍTULO 2. MARCO REFERENCIAL	26
2.1 Contextualización de la Institución	26
2.2 Antecedentes de la Investigación	27
2.2.1 Antecedentes Internacionales	27
2.2.2 Antecedentes Nacionales	30
2.2.3 Antecedentes Regionales	32
2.3 Marco Teórico	33
2.3.1. Lectura crítica	35
2.3.1.1. Fases de la lectura crítica	37
2.3.1.2. Estrategias pedagógicas para promover la lectura crítica	40
2.3.2. Pensamiento crítico	42
2.3.3. Prácticas pedagógicas	45
2.3.4. El discurso y el mensaje publicitario	47
2.3.5. Semiótica de la imagen: lo que hay detrás del signo icónico	49
2.4. Marco Legal	50

3.1 Enfoque De Investigación	55
3.2 Tipo de Investigación	55
3.2.1 Características de la investigación acción.	57
3.2.2 Modelo de la Investigación.	57
3.3 Proceso de Investigación	58
3.3.1 Fases de Investigación.	59
3.3.1.1 Fase Diagnóstica.	60
3.3.1.2 Fase de Diseño.	60
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	61
3.4. Población y Muestra	61
3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	62
3.5.1 Análisis Documental.	62
3.5.2 Prueba Diagnóstica.	63
3.5.3 Observación no participante mediante un Diario de campo.	63
3.5.4 Entrevista semiestructurada.	65
3.5.5 Encuestas semiestructuradas.	65
3.6 Unidad de Análisis y Matriz Categorical	66
3.7. Validación de los Instrumentos	70
3.7.1. Validación interna	70
3.7.2. Validación de contenido	70
3.8 Validación por Triangulación	71
3.9 Principios Éticos	72
CAPÍTULO 4. PROPUESTA PEDAGÓGICA	73
4.1 Título	73
4.2 Presentación	73

4.3 Justificación	73
4.4 Objetivos	74
4.5 Estándares de Competencia	74
4.6 Indicadores de Desempeño	74
4.7 Metodología	74
4.8 Criterios Y estrategias De Evaluación	74
4.9 Plan de Actividades de la Propuesta	75
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
REFERENCIAS	89

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Prueba Diagnóstica	99
Anexo B. Prueba Inicial	109
Anexo C. Diario de Campo	111
Anexo D. Guía de preguntas para la entrevista semiestructurada a los docentes	114
Anexo E. Cuestionario para la encuesta padres de familia	115
Anexo F. Criterios de evaluación	116
Anexo G. Rubricas de evaluación	117
Anexo H. Intervención secuencia didáctica	118
Anexo I. Permiso del rector del colegio	140
Anexo J. Documento de autorización de uso de imagen sobre fotografías y fijaciones audiovisuales (videos) para uso público	141

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Número de estudiantes evaluados por año en lenguaje, Quinto Grado.	13
Tabla 2 Comparación de los puntajes promedio y los márgenes de estimación del establecimiento educativo por año en lenguaje, quinto grado.	14
Tabla 3. Fases de la investigación.....	61
Tabla 4. Unidad de análisis y matriz categorial.....	66
Tabla 5. Categorización de aspectos de la investigación.....	68
Tabla 6. Matriz para la validación del contenido por instrumento	71
Tabla 7. Plan de actividades de la propuesta	85

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Comparativo de los puntajes en el área lenguaje.....	13
Figura 2. Estudiantes con un nivel insuficiente.	16
Figura 3. Conceptualización de la lectura crítica.....	25
Figura 4. Esquematización del marco teórico.....	35
Figura 5. Fases del modelo de Elliot.....	58

Resumen

El objetivo de la presente investigación es diseñar una propuesta pedagógica para promover el mejoramiento de los procesos de comprensión de lectura y de lectura crítica a través del análisis del discurso publicitario. La propuesta está dirigida a los estudiantes de quinto de primaria del colegio San Luis del municipio de Aratoca, pues se han evidenciado importantes problemáticas en lo referente a las comprensión de lectura, que generan resultados negativos en las pruebas de Estado, además de afectaciones en el desempeño general de los estudiantes en las demás áreas. En particular, se pretende plantear una propuesta innovadora, que estimule la lectura crítica a través de textos publicitarios, los cuales parten de enfoques como la multimodalidad, el aprendizaje significativo y la relación entre imágenes, palabras y sonidos.

Se reconoce la importancia de hacer uso de los discursos publicitarios como textos integrales que se relaciona con el contexto y con elementos que conocen los estudiantes en su cotidianidad, como forma de apoyo a los procesos lectores y al desarrollo de actividades que les permitan sentir más motivación e interés por la lectura. La propuesta que se presenta permite reconocer que la lectura basada en textos publicitarios ayuda a asumir una postura personal ante los temas, comprender las diferentes perspectivas y promover discusiones basadas en argumentos, lo cual en conjunto favorece el desarrollo de capacidades asociadas a la lectura crítica. El diseño final de la propuesta se enfoca en presentar un conjunto de actividades mediante los cuales los estudiantes puedan relacionarse con diversos textos publicitarios de productos que conocen, para que de esta manera los analicen desde una perspectiva crítica, y desarrollen diversas actividades que finalmente les permitan diseñar sus propios mensajes publicitarios.

Abstract

The objective of this research is to design a pedagogical proposal to promote the improvement of the processes of reading comprehension and critical reading through the analysis of public discourse. The proposal is aimed at fifth-grade students of the San Luis school in the municipality of Aratoca, since important problems have been evidenced in relation to reading comprehension, which generate negative results in state tests, in addition to affectations in the general performance of students in the other areas. In particular, it is intended to propose an innovative proposal that encourages reading through advertising texts, which are based on approaches such as multimodality, meaningful learning and the relationship between images, words and sounds.

The importance of making use of advertising speeches as comprehensive texts that is related to the context and elements that students know in their daily lives is recognized, as a way of supporting the reading processes and the development of activities that later feel more motivated. and interest in reading. The proposal presented allows us to recognize that reading based on advertising texts helps to assume a personal position on the issues, understand the different perspectives and promote discussions based on arguments, which together favors the development of capacities associated with critical reading. The final design of the proposal focuses on presenting a set of activities through which students can relate to various advertising texts of products they know, so that in this way they analyze them from a critical perspective, and develop various activities that finally design them. your own advertising messages.

Introducción

La lectura se establece como una de las actividades primordiales para orientar el desarrollo de la reflexión y del pensamiento crítico en los estudiantes, ya que les permite desarrollar capacidades de análisis e interpretación, a través de un proceso en el cual los textos se leen de acuerdo con una serie de experiencias personales y relaciones particulares con el entorno. Existen diferentes tipos de textos, los cuales se enfocan en las palabras, en las imágenes o en diferentes aspectos que hoy en día son posibilitados gracias a la multimedia. En particular, en esta investigación se genera un enfoque en los textos publicitarios, con el fin de analizar cómo pueden ser utilizadas en clase para promover la comprensión de textos y la cultura críticas, teniendo en cuenta que poseen una importante riqueza lingüística y cultural.

Para analizar la importancia del trabajo con los textos publicitarios se desarrolla una investigación con estudiantes de quinto año de básica primaria. La intención central es orientar el diseño de una propuesta didáctica para que los docentes la puedan utilizar en clases reconociendo las diferentes capacidades y habilidades que se pueden desarrollar a través del trabajo con los textos publicitarios.

Así mismo, esta nueva forma de abordar los procesos de comunicación, invita al sistema educativo y a sus diferentes actores a reconocer el potencial pedagógico que poseen dichos medios 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. Desde esta perspectiva, el docente, entonces, debe ser el actor que lidera la articulación de los procesos por medio de los cuales los estudiantes pueden construir su identidad.

El capítulo I de esta pesquisa presenta el Problema de investigación que se abordará en el documento y la justificación que soporta los planteamientos expuestos. Se trata, principalmente, de justificar la importancia del uso de los textos publicitarios en el desarrollo de las habilidades asociadas con la comprensión de lectura.

El capítulo II presenta el Marco Referencial, en el cual se presentan los conceptos que son claves para relacionar a los textos publicitarios, con las estrategias pedagógicas los procesos de enseñanza, la comprensión de lectura y la lectura crítica. En el capítulo III se presenta el Diseño Metodológico, en el cual se presenta el enfoque de la investigación, así como el diseño y los procedimientos por medio de los cuales es posible orientar el desarrollo de la propuesta. Además, se presentan los instrumentos que se utilizan en el trabajo de campo y se caracteriza a la población.

Finalmente, el capítulo IV presenta la Propuesta de Secuencia Didáctica, basada en el discurso de textos publicitarios, enmarcada en la formación curricular de quinto grado de básica primaria bajo el contexto del discurso argumentativo y crítico.

Capítulo 1. Planteamiento del Problema

1.1 Situación Problema

La conceptualización de la lectura ha evolucionado con el paso del tiempo y con el involucramiento de las imágenes y la tecnología en su conformación. Según Cassany (2006) la lectura se define como “[la] decodificación de las palabras de algún texto, que exige que el lector tenga conocimientos previos que le permitan inferir lo que no se dice explícitamente” (p. 13). De acuerdo con lo anterior, leer implica en el lector, involucrar todos los aspectos de su vida a efectos de lograr una mejor comprensión de lo que identifica en signos o imágenes, relacionándolo con sus experiencias personales.

Aunado a lo anterior, la lectura como proceso no puede separarse de la realidad ni de la incidencia de factores como la tecnología y los procesos audiovisuales. Por esta razón, los procesos de lectura guiados en las aulas, deben responder a esta realidad social que habitan los estudiantes e involucrar, en aras de facilitar la comprensión, elementos de la cotidianidad. Así resulta oportuno articular el discurso presente en la publicidad con las estrategias pedagógicas de reforzamiento de los procesos de lectura en las aulas, pues en el convergen “lo icónico, lo gráfico, lo sonoro, lo verbal y lo no verbal” (Lomas, 1997, p. 350).

A partir de estas experiencias, junto con la apropiación del contenido escrito o visual del texto, se genera la comprensión lectora pues el destinatario procesa y entiende el mensaje que se plasma en el texto (Romero, 2019). Según Tufanelli (2010):

Comprender es una operación mental en absoluto gratuita. Es fruto de una elaboración activa por parte del sujeto, tanto en la fase de recepción como en la de mantenimiento. Si se quiere entender, es decir: “contener”, no basta con adquirir conocimientos, es necesario repetirlos y aplicarlos (p. 21).

En la actualidad, el colegio San Luis, ubicado en el municipio de Aratocha, cuenta con un total de 708 estudiantes, que hacen parte de los estratos socioeconómicos 2 y 3. El 60% de los estudiantes viven en la zona urbana y el 40% en la zona rural. En lo que tiene que ver con la educación, se observan problemáticas complejas en la población, ya que se evidencian importantes limitaciones económicas, vulnerabilidad, falta de acompañamiento de las familias

en el proceso escolar. Además, cabe tener en cuenta que el 18.5% de los padres de estas familias no asistió a la escuela y el 18% no tiene primaria completa, lo cual genera como resultado que muchos estudiantes crezcan en un entorno familiar en el cual la educación resulta tener una importancia mínima (Plan de desarrollo Municipal 2012-2015).

De acuerdo con los datos suministrados por las pruebas SABER 5° y según el Índice Sintético de Calidad Educativa ISCE, durante los últimos tres años, los estudiantes de quinto de primaria del colegio San Luis del municipio de Aratoca, han venido presentado dificultades en el área de lenguaje, debido a que tienen pocas capacidades de comprensión de lectura. Para comprobar esta idea, se puede hacer referencia a los resultados de las pruebas Saber 5°, de los años 2017, 2016 y 2015. A continuación, se muestra el número de estudiantes evaluados por año en el quinto grado de la institución:

Tabla 1. Número de estudiantes evaluados por año en lenguaje, Quinto Grado.

Año	Número de estudiantes evaluados
2015	27
2016	32
2017	72

Fuente: Icfes Interactivo 2017.

Por otro lado, en la siguiente figura se muestran el comparativo de los resultados para los tres años.

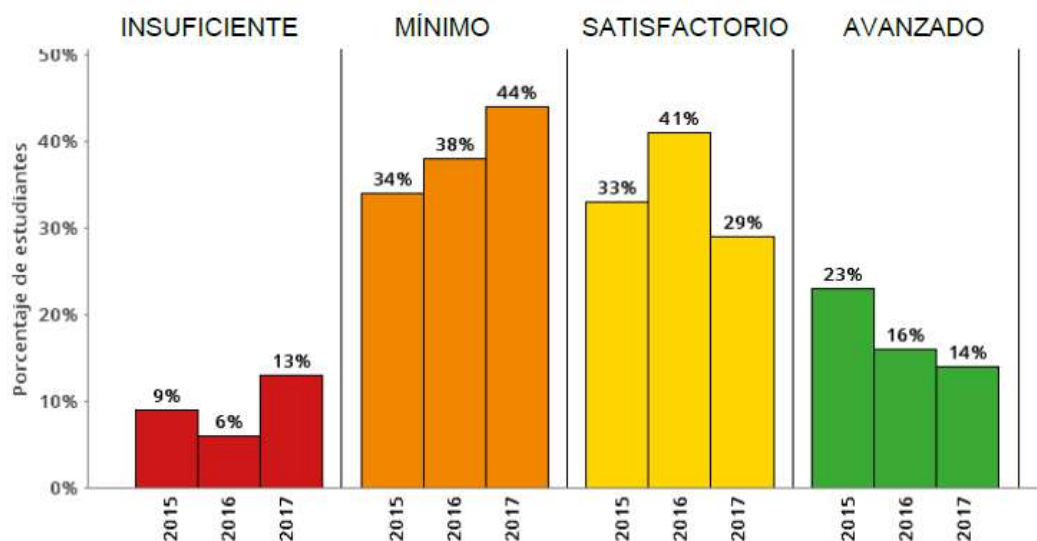


Figura 1. Comparativo de los puntajes en el área lenguaje

Fuente: Icfes Interactivo 2017

Se observa que para el año 2015 los estudiantes que tenían un resultado insuficiente respondían al 9%, que en el 2016 la cifra bajó al 6%, y que en el 2017 ascendía al 13%. El puntaje mínimo ha venido presentado un crecimiento continuo, de 35% en el 2015, 38% en el 2016, y 44% en el 2017. Por otro lado, en lo que respecta al nivel avanzado se ha venido experimentando una caída progresiva, pues en el 2015 el 23% de los estudiantes estaban en el nivel avanzado, en el 2016 el 16%, y en el 2017 solo el 14%. Generalmente, como se puede apreciar, los estudiantes se encuentran en un nivel mínimo.

Tabla 2 Comparación de los puntajes promedio por año en lenguaje de quinto grado en el Colegio San Luis.

Año	Puntaje Promedio	Margen de estimación	Intervalo de confianza	Intervalos de confianza para la puntuación estimada de la escala
2015	335	±23,1	(311,9 - 358,1)	
2016	322	±10,9	(311,1 - 332,9)	
2017	313	±2,5	(310,5 - 315,5)	

Fuente: Icfes Interactivo 2017

Considerando los anteriores datos, es clara la carencia de estrategias pedagógicas enfocadas a fortalecer las competencias lectoras en los estudiantes, haciendo que docentes y directivos se vean obligados a ajustar la relación enseñanza - aprendizaje con los cambios contextuales y teniendo en cuenta la articulación casi constante entre las imágenes y el texto como nuevas formas de lectura fomentadas por la introducción de la tecnología en la transversalidad de los contextos, sin importar la procedencia familiar o nivel económico del estudiante.

Al reconocer en la lectura una práctica que garantiza la apropiación transversal de conocimiento, el dominio sobre códigos convencionales resulta una herramienta útil al proceso de comprensión en cualquier campo del conocimiento, permitiéndole de este modo a los estudiantes, ejercitar sus habilidades cognitivas a través del análisis y la interpretación de la información suministrada (Marín y Gómez, 2015), articulándola con el contexto en el que se desenvuelven.

Esta necesidad de cambio, en cuanto a los procesos pedagógicos que promuevan la comprensión lectora, se reforzó con el simulacro de prueba saber hecho por los docentes al interior del colegio San Luis, quienes utilizando los cuadernillos del ICFES publicados en la página web de las pruebas SABER, y teniendo en cuenta las mismas condiciones en que se aplica la prueba, las cuales determinaron cuales fueron las preguntas en las que los estudiantes tienen mayor dificultad y error en la respuesta para así identificar que los principales obstáculos se encuentran en la interpretación de los postulados escritos y la falta de coherencia en cuanto al desarrollo del pensamiento crítico. De manera concreta, las principales falencias reflejadas por los estudiantes en lo que a lectura se refiere, están relacionadas directamente con el componente pragmático (ICFES, 2016):

- Deducir información implícita en un texto
- Inferir relaciones temporales partiendo de la identificación de los eventos y situaciones dentro de un texto.
- Diferenciar propósitos e intenciones en textos de distintas tipologías.
- Interpretar el lenguaje verbal del no verbal para comprender el sentido del texto.
- Inferir la intención o el propósito del texto partiendo de su contenido y del contexto social en que fue emitido. (ICFES, 2016).

A partir de los aspectos expuestos anteriormente, podemos encontrar que los estudiantes de quinto grado de la institución San Luis, reflejan en las pruebas externas un bajo desempeño en el componente pragmático debido a que no han desarrollado habilidades de lectura crítica para inferir la información contenida en los textos publicitarios. Lo anterior se ve reflejado en la dificultad que demuestran para identificar propósitos e intencionalidades de los mensajes, así como en identificar a los emisores y receptores de los mensajes como sujetos comunicativos encargados de transmitir ciertas ideas.

1.1.2. Índice Sintético de la Calidad Educativa

El Índice Sintético de la Calidad Educativa (ISCE) se ha venido utilizando para evaluar los procesos educativos con una calificación que va de 1 a 10. El objetivo central del índice es orientar acciones concretas de mejora en las instituciones. Como se observa a continuación,

para 2015 y 2016, el 23 % y el 21 % de los estudiantes se encontraban en nivel insuficiente en el área de lenguaje

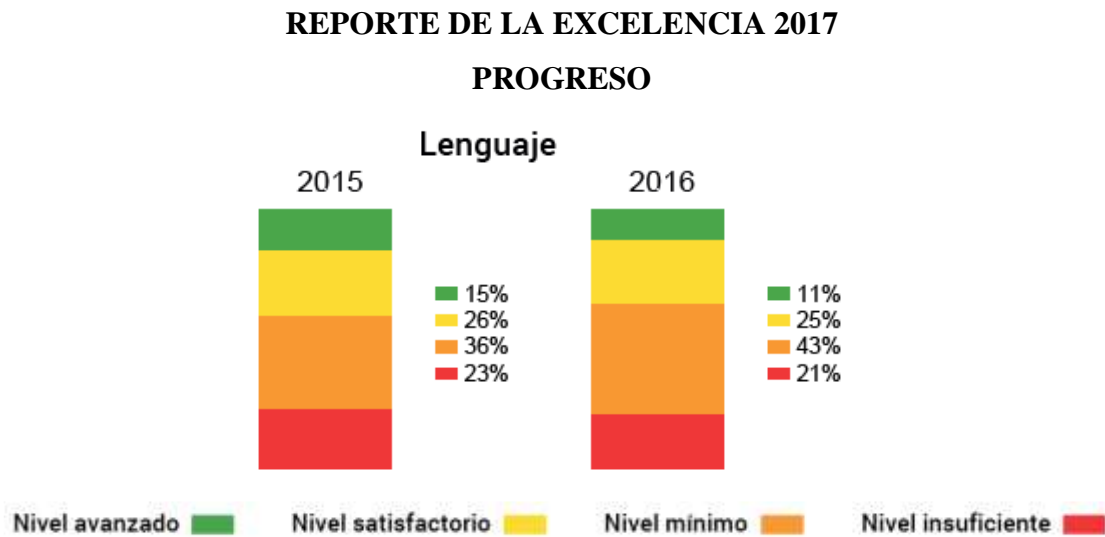


Figura 2. Estudiantes con un nivel insuficiente.
Fuente: Icfes Interactivo 2017

Ante la situación planteada, este trabajo de investigación busca proponer una herramienta pedagógica que permita a los estudiantes familiarizarse con la lectura y desarrollar habilidades de comprensión y crítica, a partir de las propuestas que se establecen desde el discurso publicitario, en las cuales converge: “lo icónico, lo gráfico, lo sonoro, lo verbal y lo no verbal” (Giraldo, 2017, p. 6). Por tanto, a continuación es importante analizar de qué manera los textos publicitarios pueden orientarse como una estrategia pedagógica que ayude a superar la problemáticas que se han presentado en lo que tiene que ver con la comprensión de lectura y lectura crítica en los estudiantes del colegio San Luis.

1.1.2. Los textos publicitarios como estrategia de solución al problema

Con la inclusión de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) al desarrollo de las prácticas pedagógicas se ha promovido la práctica continua de nuevas estrategias de aprendizaje mediante las cuales se le da una mayor relevancia al aprendizaje colectivo y a unos procesos de construcción del conocimiento que parten de una comprensión sobre el contexto y

el conjunto de situaciones que hacen parte de la cotidianidad (Area, 2010). El uso de las nuevas tecnologías no solo establece la posibilidad de transformar la información y los recursos para fortalecer las capacidades cognitivas, sino que además se establecen como un reto para propiciar relaciones más productivas entre los textos y las experiencias previas de los estudiantes, a través de procesos dinámicos que ayuden a fortalecer elementos claves como la reflexión y la participación.

El punto que se quiere resaltar el auge tecnológico no solo transforma los espacios de clase y las estrategias pedagógicas, sino que también modifica procesos básicos de aprendizaje como la lectura y la escritura, los cuales ya no pueden entender desde una linealidad, sino que deben ser comprendidos como actividades integrales multimodales (Villa, 2008). En otras palabras, los textos no pueden seguir siendo considerados como un conjunto de signos lingüísticos organizados lineal y secuencialmente, en los cuales lo único realmente importante para el proceso del conocimiento sea el texto. Más allá de ello, explica Sabich (2014), los textos hoy en día se establecen como un conjunto de símbolos que no siempre es lineal, y que están compuestos por diferentes relaciones entre las palabras y los símbolos que dan lugar a varias interpretaciones.

De acuerdo con las apreciaciones de Segovia (2004), en las escuelas siempre se le ha dado una gran importancia al desarrollo de habilidades relacionadas con la lecto-escritura. Sin embargo, pocas veces se ha considerado que los lenguajes se han venido transformando, y que gracias al desarrollo de las tecnologías de la información, la manera en la cual se presentan los textos incluye ahora un conjunto amplio y variable de símbolos y elementos que conectan al texto con una variedad de sentidos, que es preciso comprender. Este es precisamente el caso de los textos publicitarios, en los cuales se manifiesta una intención perlocutiva cuya finalidad es convencer a las personas que leen el mensaje a través de unas relaciones bien planificadas entre los textos, las imágenes, las figuras, las fuentes, lugares, ubicación del texto, tamaño, y un conjunto de elementos simbólicos de carácter coercitivo (Rueda, 2003).

En particular, los textos publicitarios articulan el desarrollo y la presentación de diferentes elementos por medio de los cuales se representan las ideas utilizando diversos recursos semióticos mediante los cuales la lectura se convierte en un proceso articulado que exige construir relaciones entre los textos y los símbolos (Rubilar, 2013). Según Rojas (2013), la pluralidad e integralidad de los textos publicitarios permite construir interpretaciones a partir

de sistemas de significación mediante los cuales los estudiantes conectan sus conocimientos previos y experiencias con la información que les ofrecen los textos, lo cual puede ayudar a mejorar la lectura crítica.

Los textos publicitarios son un muy buen ejemplo para comprender que los procesos de comprensión de lectura se han venido transformando, ya que las personas no solo deben leer y comprender a los signos lingüísticos y sus relaciones para configurar sentidos, sino que además también deben incluir el análisis de un conjunto de signos pictóricos, auditivos y gestuales, los cuales conforman una unidad de sentido mucho más rica (Cope y Kalantzis, 2009). La inclusión de diferentes tipos de símbolos y textos dentro el texto ha orientado el análisis del discurso multimodal como un elemento que favorece nuevos procesos de aprendizaje y fortalece el desarrollo de las capacidades cognitivas relacionadas con la comprensión de textos y la lectura crítica en los estudiantes:

Durante los últimos diez años, la investigación multimodal ha desafiado a las definiciones unimodales, y ha mostrado que el aprendizaje de la alfabetización exige la comprensión de la compleja interrelación entre el material escrito y gráfico, unido a los modos corporales de construcción de significado (González, 2013, p. 92).

De acuerdo con el análisis planteado por Boudon y Parodi (2014), se puede observar que esta clase de textos construidos a través de la multimodalidad generan múltiples beneficios para los procesos de aprendizaje y las prácticas educativas, dentro de las cuales se destaca la integración de diferentes tipos de recursos para incentivar la comprensión y la reflexión; las posibilidades de que el lector tiene de promover una relación con el texto más libre, en la medida en que puede tomar diferentes tipos de decisiones para jerarquizar la información que se le presenta; y la estimulación de una interpretación visual que permite que el estudiante conecte lo que percibe con sus experiencias y conocimientos previos.

En este sentido, teniendo en cuenta el análisis que se ha planteado, se puede decir que los textos publicitarios, que se incluyen precisamente en el enfoque de la multimodalidad, favorecen nuevos procesos de comprensión y de significación, al relacionar palabras con sonidos e imágenes en un todo en el cual no hay algo que sea más importante o primordial, razón por la cual son los propios intérpretes del mensaje los cuales establecen las jerarquías y organizan semánticamente el contenido (Betancur y Moreno, 2014).

Este tipo de textos ayudan a entender que la escritura y la lectura no tienen que ser siempre abordadas en las escuelas como procesos que tengan que ir siempre de izquierda a derecha o de arriba hacia abajo (Dussel y Quevedo, 2010). Lo que se puede favorecer al incluir el análisis de textos publicitarios en el aula de clases son posibilidades para que construir relaciones entre las palabras, los títulos, las fotografías, figuras e imágenes, a través de un proceso que capta la atención del estudiante y lo obliga a conectarse con el texto a partir de sus conocimientos previos (Betancur y Moreno, 2014).

Otro factor relevante asociado con los textos publicitarios es que están relacionados con una cultura específica, pues su contenido refleja un conjunto de creencias y comportamientos particulares:

Se reconoce el lugar del anuncio publicitario como un portador de saber cultural, en tanto que se puede reconocer como un texto susceptible de leer, dando lugar a un diverso repertorio de interpretaciones por parte del lector. Este tipo de texto exige al lector, procesos de interpretación basados en la elección de los códigos más pertinentes para descifrar los signos presentados por el enunciario (González y Parra, 2016, p. 10).

En este sentido, teniendo en cuenta las importantes posibilidades que ofrecen los textos publicitarios para propiciar una lectura integral, relacional, reflexiva y cultural, se plantean en la presente investigación como una estrategia pedagógica importante para enfrentar las problemáticas que se han experimentado en la población del colegio San Luis. Esto teniendo en cuenta que en la institución se han venido desarrollando estrategias para mejorar la comprensión de lectura, las cuales no han arrojado los resultados esperados, ya que en cada una de ellas siempre se aborda a los textos de una manera similar, como bloques lineales de signos lingüísticos, lo cual se puede establecer como una limitación que obliga a generar propuestas centradas en la multimodalidad.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuáles son los enfoques, recursos y actividades que se pueden incluir en el diseño de una propuesta pedagógica enfocada en el uso del análisis del discurso publicitario para favorecer el desarrollo de la comprensión lectora en el Colegio San Luis de Aratoca (Santander)?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Diseñar una propuesta pedagógica a través de la cual se promueva el mejoramiento de los procesos de comprensión de lectura y de lectura crítica a través del análisis del discurso publicitario en los estudiantes de quinto de primaria del colegio San Luis del municipio de Aratoca.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar de manera crítica y articulada con el contexto de los estudiantes el discurso publicitario desde su dimensión lingüística y semiótica.
2. Caracterizar las estrategias discursivas e ideológicas que hacen uso de la semiótica en el discurso publicitario como forma de apoyo a los procesos lectores.
3. Diseñar la articulación de los discursos publicitarios en los procesos pedagógicos de lectura como forma de mejora del aprendizaje en los estudiantes de quinto de primaria del Colegio San Luis.

1.4 Justificación

En la escuela se generan una serie de procesos mediante los cuales el ser humano aprende gracias al desarrollo de su curiosidad, la creatividad y descubrimiento, lo cual fomenta su gusto por el saber. En este proceso, la lectura se establece como una herramienta sumamente importante en la búsqueda del conocimiento, desarrollar la capacidad de interpretación y crear diferentes tipos de contenidos, ya sean ficticios o ya sea que expresen algún elemento concreto de la realidad. La lectura despertará en el estudiante el deseo de imitar aquello que le gusta, como primer paso para desarrollar el pensamiento creativo e innovador.

En este sentido, el trabajo desde sistemas simbólicos que ha introducido en la cotidianidad la sociedad de la información y la tecnología, requiere que los estudiantes cuenten con capacidades para entender los contextos y el trasfondo de la sociedad poli-discursiva, a efectos de contar con ciudadanos críticos conscientes de la realidad que habitan (Cassany, 2006). Solo a través de este entendimiento, los estudiantes lograrán conceptualizar a partir de

una posición crítica la sociedad de la que hacen parte, y que requiere de actores democráticos activos.

Con el fin de lograr la incidencia esperada con la propuesta pedagógica que se presenta en esta investigación, el modelo planteado se constituye como una necesidad en el Colegio San Luis, pues los estudiantes se encuentran inmersos en un mundo mediado por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en donde los diferentes medios de comunicación están enviando información constantemente, y frente a ello, los estudiantes deben desarrollar las habilidades requeridas para generar posturas críticas a nivel social, las cuales sólo se logran con un proceso lector adecuado y de reconocimiento de los mensajes no verbales inmersos en el discurso publicitario, proceso que requiere de herramientas adicionales para su comprensión.

Por lo tanto, la adopción de nuevos procesos pedagógicos, tanto para Institución Educativa como para la comunidad, permitirá trascender desde varios enfoques a través del fortalecimiento de competencias comunicativas en sus estudiantes. Para el Colegio San Luis, el apropiarse de un modelo de enseñanza que involucre el discurso publicitario en el proceso de generar criterios académicos y criterios personales de comprensión, llevará al estudiante a adoptar las competencias necesarias de un buen lector, quien entendiendo el contexto de lo que lee, analiza con una mirada crítica los argumentos que le proponen.

A partir de lo anterior, se hace necesario investigar el tema de la comprensión teórico, reconociendo aquellas capacidades que permiten generar un nivel crítico. Lo anterior obliga a establecer nuevos procesos de acercamiento al proceso lector, utilizando formatos de textos diferentes, en particular textos publicitarios que le permiten al estudiante analizar otros códigos de lectura nuevos para ellos, los cuales fortalecen y propician operaciones cognitivas y meta cognitivas.

A partir de este propósito, la concepción tradicionalista considera el acto de leer como la comprensión del significado del texto. Entendiendo lo anterior como la decodificación literal por parte de una persona que reconoce, maneja un código, y da cuenta de lo que allí se expresa de manera comprensiva (Solé, 1998); la lectura de texto, de imágenes o de lo que se permita leer, es realmente una decodificación de lo que el autor del mismo desea dar a conocer. De esta manera, la importancia del desarrollo lector, debe darse de manera enfática, progresiva y transversal. Sin embargo, para el proceso propuesto es necesario soportarlo en los estándares

básicos de competencia del lenguaje del Ministerio de Educación Nacional, los cuales mencionan que:

Al mismo tiempo que se busca el desarrollo del gusto por la lectura, se apunta a que se llegue a leer entre líneas, a ver más allá de lo evidente, para poder así reinterpretar el mundo y, de paso, construir sentidos transformadores de todas las realidades abordadas. Se busca entonces desarrollar en el estudiante, como lector activo y comprometido, la capacidad de formular juicios sustentados acerca de los textos, esto es, interpretarlos y valorarlos en su verdadera dimensión. (MEN, 2006, p.25).

Siendo clara esta perspectiva, se debe guiar al estudiante de modo que logre interpretar entre líneas el texto leído o por leer. Dadas las condiciones establecidas por el MEN, desde una concepción significativa y semiótica, se puede entender al acto de leer como un proceso complejo en el cual se relacionan los interés, experiencias, ideas y gustos del lector, quien se establece como un sujeto que aporta un significado a los textos.

Ahora bien, para Cassany, (2006), la comprensión de textos distingue tres planos: el primer plano lo denomina “las líneas”, refiriéndose a la comprensión literal del texto; el segundo, “entre líneas”, se relaciona con aquello que es tácito en los textos; y el tercer plano, “detrás de las líneas”, se relacionan aquellas comprensiones que permiten identificar la ideología y descubrir cuál es el propósito del autor en dicho texto, cuáles son las razones que lo motivaron a escribirlo y la relación e interrelación con otros escritos ya sean propios o de otros escritores.

Aunado a lo anterior, es propósito fundamental que el lector logre asumir una postura frente al texto, determinar si éste realmente está de acuerdo o no con lo que ha comprendido, y qué razones lo llevan o no a estarlo, entre muchos otros aspectos. Es ahí en donde el arquetipo de esta comprensión es lo que Cassany llama “literacidad crítica”. Esta contemplación teórica, permite esbozar aún mejor el desarrollo de la presente investigación.

En relación con este último aspecto, se puede decir que la lectura crítica de los textos publicitarios fortalece la comprensión y al análisis consciente de los mensajes que realmente desea transmitir el autor. Para ello, es necesario reconocer la influencia que actualmente tiene

la publicidad en los diferentes comportamientos de los estudiantes de básica primaria, ya sean estos comportamientos sociales, políticos, comerciales, entre otros.

Por tanto, es fundamental enseñar a los estudiantes a leer imágenes, los propósitos y las ideologías de los textos publicitarios, más aún cuando es conocido que detrás de líneas sus creadores perfilan mensajes implícitos, y por esta y muchas otras razones, se debe fomentar el pensamiento crítico entre los estudiantes de básica primaria, pues a través de éste podrán descubrir otras perspectivas y dimensiones del autor tras los textos publicitarios.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario que la comunidad educativa replantee los procesos académicos mediante la renovación de estrategias pedagógicas de enseñanza y aprendizaje, en donde cada uno de los miembros consideren la pertinencia de su transformación para así tejer una red de lectura crítica que permita la generación de nuevos cambios y nuevas concepciones del proceso lector. Una de las mejores maneras de desarrollar esta capacidad, es implementar las estrategias a partir de los primeros niveles de básica primaria y darles continuidad en secundaria y educación media. Al dar continuidad al estudio lector, aumentará la claridad de pensamiento crítico, creativo y argumentativo de los estudiantes dando espacio a la reflexión constructiva y propositiva.

Ahora bien, ser crítico implica asumir una postura frente a la vida, ante la sociedad y la cultura en la que se desenvuelven los individuos. De la misma manera, la crítica es la postura que un lector toma frente a lo que apropia de un texto, es la comprensión eficaz que le permite descubrir las diversas intencionalidades que esconde un texto a partir de las cuales hace su propia interpretación, respetando los razonamientos de su autor.

Para Cassany (2003), la lectura crítica se puede definir como: “un único procedimiento didáctico que fortalece un yo autónomo, consciente y constructivo, con opiniones propias y con capacidades de compromiso con la comunidad” (p.12). La lectura crítica desarrolla el pensamiento crítico, permitiéndole al lector una interpretación en diferentes ámbitos como el profesional, el personal o el social, asumiendo una postura propia en cada tema.

En ese mismo sentido, el pensamiento crítico es el desarrollo de una capacidad del ser humano para analizar y evaluar cualquier clase de información existente, para proponer una idea justificada en argumentos claros, ignorando todos los sesgos externos que pudiesen existir.

El pensamiento crítico permite también generar abstracciones como la imaginación y fomentar los procesos de creatividad, mediante el desarrollo de habilidades que permiten identificar, reconocer, hacer inferencias, evaluar y proponer.

Ahora bien, la persona que desarrolla el pensamiento crítico es la que posee una actitud antagonista frente a todo lo que aprende o percibe, específicamente en el desarrollo de sus propósitos, y en especial cuando se da la oportunidad de apropiarse de un excelente proceso lector, que le permite, de igual manera, mejorar su proceso de escritura, contribuyendo constructivamente de una u otra manera al desarrollo de la humanidad, específicamente de una sociedad plural, respetuosa y progresista.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, desarrollar en los estudiantes la capacidad lectora fortalece sus habilidades mentales y mejora sus procesos académicos, facilitando la construcción de opiniones propias. A través de la lectura de textos publicitarios, los estudiantes serán capaces de plantear una posición autónoma y reflexiva frente al conjunto de situaciones y problemáticas que tienen que experimentar de manera cotidiana en su entorno y en su contexto social.

Hecha la anterior observación, este trabajo de investigación permitirá a los estudiantes de la IE renovar constantemente sus procesos de aprendizaje por medio del desarrollo de una actitud crítica que les permita buscar nuevas posturas, comprender las ideas de los demás y establecer nuevos juicios ante la realidad en la cual están inmersos. De manera más específica, en el siguiente mapa conceptual se aprecia la conceptualización de lectura crítica desde la mirada de varios autores:

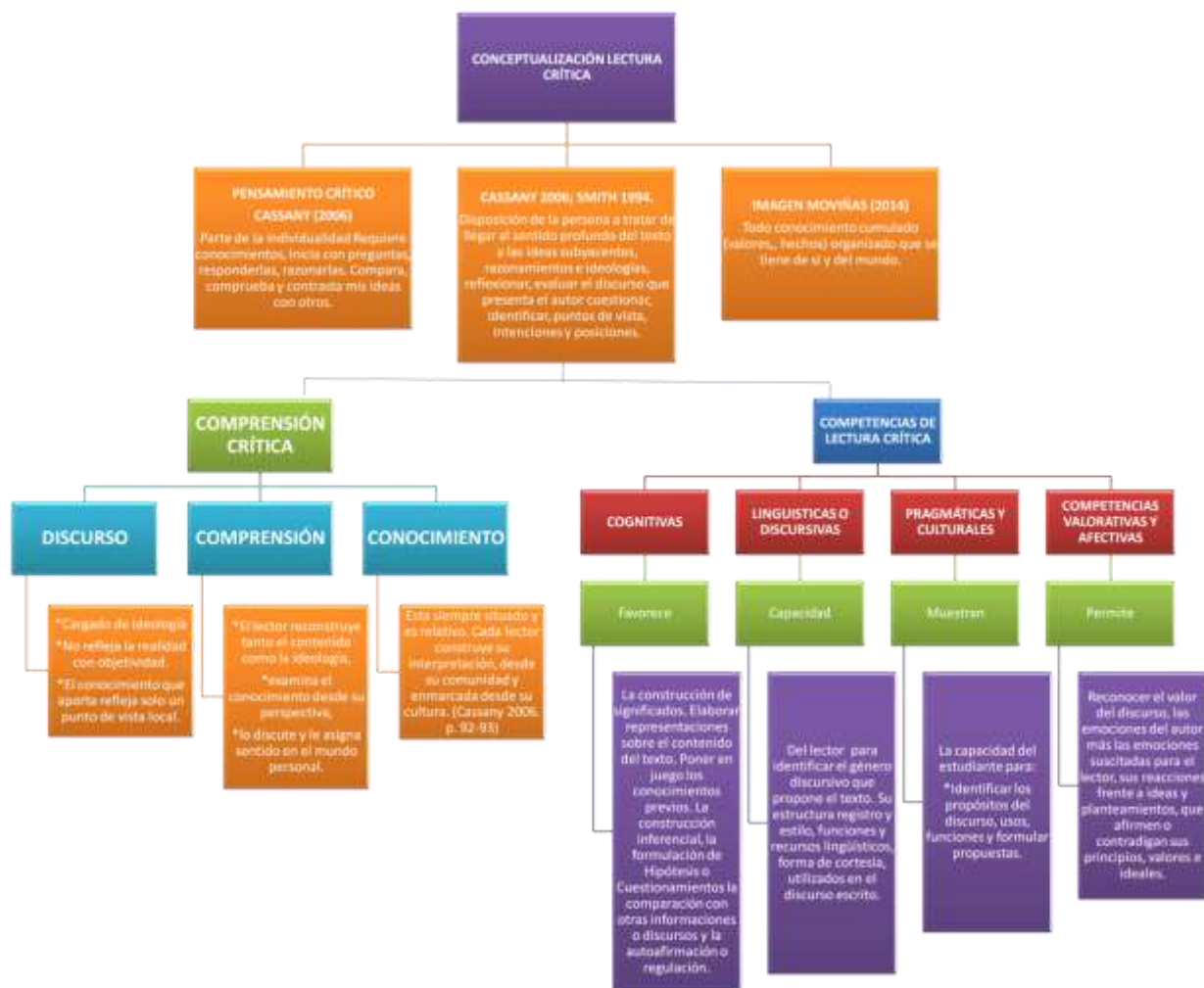


Figura 3. Conceptualización de la lectura crítica
Fuente: Ávila, Giral, Sánchez. (2016).

Sin embargo, como se puede apreciar, no se tiene en cuenta la formación de estudiantes reflexivos. Como ya se ha aclarado, tanto para la IE como para la comunidad, el fortalecimiento del proceso lector permitirá trascender desde varios enfoques, apropiarse de los textos publicitarios para generar criterios académicos y criterios personales que le permitan a cada miembro de la comunidad lograr las competencias necesarias de un buen lector, y contextualizarse ante cualquier texto que lea, comprendiéndolo a partir de un análisis con criterio y con argumentos.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Contextualización de la Institución

En el colegio San Luis del municipio de Aratoca (Santander), es necesario mejorar el proceso de lectura crítica con miras a fortalecer el componente pragmático de aprendizaje mediante la inclusión de diversas tipologías textuales, como lo son los textos publicitarios, teniendo en cuenta que actualmente la institución presenta falencias importantes en el área de lenguaje, aspecto reflejado en las pruebas SABER, aplicadas por el Ministerio de Educación Nacional (en adelante MEN).

El Colegio San Luis está ubicado en el Municipio de Aratoca, Provincia de Guantán, Departamento de Santander, el cual tiene una población de 8.500 habitantes. El 24% de las personas que habitan en el municipio están en edad escolar. En el colegio San Luis hay un total de 708 estudiantes en los niveles de preescolar, básica primaria, básica secundaria y media vocacional. Este colegio es de carácter oficial, mixto, reconocido oficialmente por la Secretaría de Educación mediante Resolución Departamental N° 14874 de diciembre 1 de 2008.

En la institución se evidencia la presencia de estudiantes con familias vulnerables, que han sido víctimas del desplazamiento formado en Colombia. Los padres de familia generalmente poseen una escasa formación académica, de tal manera que deben dedicar su tiempo al trabajo, principalmente a labores comerciales informales. En este sentido, el colegio se ha establecido como un centro importante para promover nuevas oportunidades en el municipio, ya que les permite a los estudiantes ir orientando un perfil académico que pueda desembocar en una carrera técnica o profesional.

Aratoca es un municipio agro-turístico, puesto dentro de sus actividades productivas se encuentra el cultivo de fique, de café y en el mismo se ubica el Parque Nacional del Chicamocha. Los cargos establecidos para cada uno de los niveles educativos del Colegio San Luis son: un (1) Rector, un (1) Coordinador, un (1) Docente orientador, treinta y un (31) docentes y ocho (8) cargos administrativos. La misión del Colegio se centra en la formación integral de sus estudiantes, sin distinción alguna, para que promuevan con sus valores, saberes

y habilidades el desarrollo de la región. La misión central de la IE es impulsar a los estudiantes en el desarrollo de las competencias básicas, laborales, ciudadanas, culturales, ambientales y éticas, puestas al servicio de la comunidad y exigidas por un mundo globalizado.

2.2 Antecedentes de la Investigación

Luego de realizar una revisión conceptual y bibliográfica de estudios relacionados con las categorías de análisis que se desarrollan en la presente investigación, a continuación, se presentan algunos trabajos previos que apoyaron la construcción de los fundamentos teóricos, resultados, y experiencias significativas de interés para este documento.

2.2.1 Antecedentes Internacionales

De acuerdo con Bravo (2012), las estrategias pedagógicas para mejorar las competencias de lectura para niños de entre 5 y 6 años, son la mejor forma de mantener el hábito de lectura como primer paso para lograr un pensamiento comprensivo; mantener estrategias didácticas como “La Hora del Cuento”, “La Bolsa Mágica”, “Recordando mis divertidas Experiencias” y “Pijamada Literaria”, llevaron a que los niños de transición de la Institución Educativa Soledad Román de Núñez (Venezuela), leyeran con mayor fluidez, mejoraran sus procesos de escritura, y establecieran lazos de amistad con sus compañeros.

La motivación por los procesos de lectura y escritura generaron un mejor desarrollo en la expresión comunicativa de los estudiantes quienes, al encontrar un espacio de confianza en el aula de clase, expresaron de manera espontánea sus vivencias familiares, e incorporaron nuevas palabras a su vocabulario pues comprendían su significado. Se demuestra así que el proceso de lectura cuenta con un componente cultural y de apropiación conceptual importante, el cual debe estar inmerso en cualquier proceso lector.

Dentro de las conclusiones de la investigación se resalta la importancia de utilizar lecturas y actividades que sean atractivas para los estudiantes, con la finalidad de que puedan fortalecer el hábito de la lectura a través de historias que se conecten con sus vivencias y experiencias. También se demuestra que a partir de la lectura es posible promover el desarrollo de lazos de amistad, compañerismo y solidaridad, pues las historias ayudan a atender nuevas maneras de reaccionar y de comportarse. Otro elemento central es la importancia de involucrar

las vivencias familiares al proceso de escritura, ya que los estudiantes se apropian de las historias y les permiten desarrollar mejor sus habilidades de escritura.

Como enseña para el presente proyecto de investigación, este antecedente deja como enseñanza la importancia de generar situaciones en el proceso lector que promuevan el interés con los estudiantes. Lo anterior implica realizar diagnósticos previos en los cuales se conozca cuáles son las cosas que les gustan a los estudiantes, cuáles son las problemáticas de su contexto social y cuál es el conjunto de vivencias que los identifican.

Por su parte, González (2012), en su proyecto titulado “Comprensión lectora en estudiantes de quinto grado de educación primaria: Un elemento fundamental en la adquisición conocimientos”, menciona que, el papel del aprendizaje y el de la lectura insertos en la práctica educativa cotidiana, determinan la apropiación de la comprensión lectora como un proceso inherente a todo acto de lectura. Además, rescata que lo fundamental es lograr en los estudiantes la comprensión de lo que leen, pues casi siempre las competencias académicas están dirigidas únicamente al proceso de adquisición de contenidos, sin importar si los estudiantes entienden lo que leen.

En este sentido, el autor precisa que el problema de la comprensión lectora, queda limitado a responder “correctamente” un sinnúmero de preguntas, confundiendo la comprensión lectora con la capacidad de responder interrogantes cuyas respuestas se pueden encontrar de manera textual en el material de lectura, sin que esto implique la interpretación y/o análisis del texto, lo que resulta ser una visión muy pobre, tanto de la comprensión, como de la capacidad del estudiante para comprender.

Partiendo de este análisis, el autor plantea como objetivo general: “Planear una investigación documental que establezca teóricamente los esquemas de formación de la comprensión lectora en los niños de 5º grado”. De su proceso de investigación, González (2012) llegó a las siguientes conclusiones en cuanto al panorama de la enseñanza lectora: en primer lugar, que mediante la enseñanza de la lengua, el objetivo central es que el estudiante desarrolle capacidades comunicativas a través de la reflexión sobre los signos lingüísticos. En segundo lugar, que el papel de los docentes resulta clave en el desarrollo de la comprensión de lectura, pues su función es la de ser guías en el proceso de aprendizaje. Finalmente, se resalta

que la competencia lectora es clave para promover el desarrollo de las demás competencias comunicativas.

El anterior antecedente deja como enseñanza para el presente proyecto la importancia del docente en el desarrollo de competencias comunicativas direccionadas a los textos publicitarios. El docente debe desarrollar una serie de capacidades que le permitan relacionar los diferentes símbolos y elementos que componen los textos publicitarios, con el fin de promover análisis integrales que puedan ser transmitidos a los estudiantes mediante diferentes tipos de actividades en las cuales se promueva la interacción y la participación.

Siguiendo la línea de González, Duarte (2012) propuso a través de su trabajo “La enseñanza de la lectura y su repercusión en el desarrollo del comportamiento lector” presentado ante la Universidad de Alcalá (España), que las competencias de lectura desarrolladas por los docentes, repercuten directamente en los hábitos creados por sus estudiantes, y que, en razón a esta relación casi dependiente, las escuelas públicas deben despertar el interés en los estudiantes desde muy temprana edad, a través de prácticas innovadoras y creativas implementadas por los docentes, que mantuvieran a lo largo del crecimiento de los estudiantes, el interés en la lectura. Para el logro de tal fin, los profesores deben estar abiertos a implementar estrategias didácticas de lectura, y para ello, deben capacitarse previamente en función de esto.

Esta falta de articulación entre las estrategias pedagógicas adoptadas en las escuelas y el desconocimiento de una realidad que invita a la innovación en la práctica escolar, imposibilita los procesos de reflexión y reconstrucción del personal docente, ralentizando la labor de enseñanza en temas de comprensión lectora. Uno de los puntos débiles detectados por el autor es la ausencia de estrategias en las cuales se motive el desarrollo de nuevas capacidades en los estudiantes a partir del proceso lector, debido a que se desarrollan actividades repetitivas que no llaman la atención de los estudiantes y que no le permiten establecer nuevos procesos de interacción con los textos.

Esta investigación pone de presente que el sostenimiento del modelo de evaluación tradicional, no fortalece la comprensión de los nuevos contextos de la sociedad de la información, alejando a los estudiantes de sus intenciones de acercarse a una comprensión holística de la comunicación, debido a factores como la falta de planificación y a la ausencia

de espacios de comunicación en los cuales el docente pueda entender las necesidades de los estudiantes.

De esta manera, se puede observar la importancia de un tutor en la lectura, como también, se resalta el apoyo de los medios didácticos que involucren nuevas formas de lectura para el desarrollo de la enseñanza, así como elementos bibliográficos diversos que brinden una experiencia directa al estudiante. Estos elementos son de gran importancia, pues son indispensables para el desarrollo del comportamiento lector.

2.2.2 Antecedentes Nacionales

Ardila y Cruz (2014), en su estudio sobre las estrategias didácticas para desarrollar competencias de lectura y escritura en el colegio Santa María Goretti de la ciudad de Ibagué, observan que en esta institución no se han desarrollado estrategias didácticas para promover el desarrollo de la competencia lectora en el primer grado, debido principalmente al poco interés por parte de los docentes. Esto ha generado como resultado que la población analizada, que corresponde al primer grado de básica primera, se encuentre en un nivel pre-silábico, razón por la cual se hace necesario promover estrategias de innovación en la práctica docente, a través del desarrollo de etapas como el diagnóstico, la planeación, ejecución y evaluación.

Por otro lado, se recomienda que la propuesta didáctica diseñada tenga una continuidad en el tiempo, y que se aplique desde los grados inicial de educación, con el fin de que los estudiantes puedan ir adquiriendo una serie de destreza y habilidades que les permitan generar nuevos procesos de relacionamiento con los textos que se trabajan en clase.

Este antecedente permite reconocer la importancia de formular propuestas para fomentar habilidades de escritura y lectura que sean diferentes, que promuevan diferentes tipos de actividades y que generen nuevas relaciones entre los docentes y los estudiantes. La innovación, de esta manera, se establece como un elemento clave para orientar nuevos procesos de formación en el cual los estudiantes se sientan desafiados a prender nuevas cosas y a desarrollar diferentes tipos de habilidades, superando de esta manera la imposición repetida de las mismas actividades.

En cuanto al valor de la imagen en el texto, Gurrero et al. (2011), proponen como forma de reforzar el aprendizaje lector la utilización del libro álbum o libro con imágenes en los estudiantes de la Institución Educativa Juan Pablo II del municipio de Nariño (Nariño) que están en etapa de transición, es decir, los que inician primero de primaria después del pre-escolar, o los de grado quinto que pasan a sexto de bachillerato. Según los autores, la mezcla de texto con imagen hace mucho más fácil la comprensión lectora pues al asociar lo escrito con lo visual, los procesos cognitivos se generan de maneras distintas, pues la memoria opera en función de un concepto pictórico y la relación que se genera con un concepto, definición o idea, genera un proceso más amable de aprendizaje para el estudiante.

Dentro de los aspectos que se destacan de esta investigación, se encuentra que hay una buena disposición de ellos estudiantes a participar en nuevas estrategias didácticas, que el contexto cultural del departamento favorece la creación de imágenes y textos a través de los cuales los estudiantes pueden generar nuevos procesos de relación con los textos, y que el desarrollo de talleres innovadores y estrategias genera una mayor motivación en los estudiantes.

Estas estrategias, a grandes rasgos, se enfocan en desarrollar el pensamiento crítico en los estudiantes, a través de la rutina de lecto-escritura que mejor logre este proceso. Por tanto, este antecedente enriquece al presente proyecto en la medida en que describe las herramientas y estrategias pedagógicas utilizadas para mejorar la comprensión del proceso lector a través del uso de la imagen y de los símbolos como elementos que ayudan a dinamizar los procesos de comprensión. Sin duda alguna, para este proyecto es clave lograr relacionar los textos y las imágenes, en un proceso que ayuda a construir nuevos sentidos y significados.

Sobre el desarrollo del pensamiento crítico en el aula de clase, Arévalo, Pardo y Quiroz (2014), en su trabajo “Desarrollo del pensamiento crítico a partir de rutinas de pensamiento en niños de Ciclo I de educación”, analizaron la importancia del desarrollo de Rutinas de Pensamiento que permitan desarrollar expresiones críticas en niños de Ciclo I de educación básica. Una de las conclusiones más interesantes del estudio, demuestra que el nivel de exigencia para los docentes de pre-escolar, varía significativamente respecto de los profesores de grados superiores, pues culturalmente se asume que el nivel de importancia en las edades más tempranas es menos valioso pues este puede corregirse en la niñez o en la

adolescencia. No obstante, el rol del docente en esta etapa formativa es vital, pues es quien actúa como agente socializador y mediador entre la sociedad y los estudiantes.

Según esta necesidad de formación, las rutinas de pensamiento son una propuesta que aporta en el desarrollo del pensamiento crítico, ya que promueven un cuestionamiento por los hechos, y les permiten a los estudiantes establecer una forma de organización del pensamiento. En este sentido, el docente juega un papel central ya que los procesos de formación están determinados por el tipo de interacciones generadas en clase, y la orientación de rutinas de pensamiento a través de las cuales los estudiantes puedan desarrollar una nueva identidad y nuevos procesos de relacionamiento con el entorno. De esta forma se relaciona la reflexión con la toma de decisiones y el pensamiento crítico.

2.2.3 Antecedentes Regionales

De la investigación titulada “Estrategias para Fomentar la Lectura Crítica en Estudiantes de Quinto y Sexto Grado” presentada en la Corporación Universitaria Adventista del Municipio de Palmira (Valle) los autores Jaramillo, Oliveros, Fernández y Díaz (2014), resaltaron que, aunque el Ministerio de Educación Nacional argumenta que los procesos pedagógicos de lectura deben enfocarse en desarrollar el gusto por la lectura en los alumnos, son pocas las IE que tienen en cuenta estos aspectos a la hora de orientar sus procesos de enseñanza – aprendizaje de la materia lenguaje.

Contrario a lo esperado por el MEN, la realidad que se observa al interior de las instituciones es muy diferente, ya que los contenidos que se ven en las clases dejan muy poco espacio para la reflexión y el desarrollo del pensamiento crítico. Por ello, los resultados arrojados por las Pruebas Saber muestran importantes falencias en cuanto al desarrollo de habilidades lectoras de niños y jóvenes que quizá, pues se valora el aprendizaje de memoria de contenidos pero no el desarrollo del pensamiento crítico.

Por tanto, es preciso promover lectura crítica en el estudiante, a través de un trabajo interdisciplinar que involucre la participación de todas las asignaturas, usando para ello lecturas interesantes, proceso que los relacionará desde una edad temprana con diferentes contextos y temas, de cara a fortalecer sus saberes previos. Aunado a lo anterior, al permitir que, por medio de un gráfico, historieta, viñeta, y demás representaciones gráficas el estudiante deje volar su

imaginación al comentar lo que la imagen le inspira, se generará un aprendizaje significativo que le facilitará desarrollar el pensamiento crítico.

Por su parte, Morato, Pérez y Pineda (2015) de la Universidad Santo Tomás (Bogotá), desarrollan en su trabajo de investigación “La Literatura como vía de acceso a la Lectura Crítica en el marco del proyecto PILEO” que las actividades lectoras propuestas en el marco del Proyecto Institucional de Lectura, Escritura y Oralidad (PILEO) al interior de los Colegios Distritales Delia Zapata Olivella y República Estados Unidos de América, giran en torno a prácticas tradicionales en las cuales se refleja un acercamiento contundente a fortalecer la lectura crítica, pues los referentes teóricos relacionados con la lectura, la escritura y la literatura, sugeridos y abordados en cada una de las asignaturas de la línea didáctica, pues se desarrollaron procesos de lectura crítica por medio del texto literario en los estudiantes del Ciclo tres de los colegios distritales.

Los antecedentes que han sido analizados a nivel internacional, nacional y regional permiten reconocer la importancia de promover una lectura crítica como medio para fortalecer los procesos de formación académica, personal y social, a través de la implementación de estrategias y propuestas pedagógicas centradas en la innovación, mediante las cuales los estudiantes puedan descubrir nuevas formas de abordar los textos.

Se destaca la importancia de incluir en la lectura las imágenes, símbolos y demás elementos que componen un enfoque multimodal. Esto se debe a que el proceso lector no implica únicamente entender los códigos sino también genera significado, promover nuevas herramientas de comunicación y orientan el desarrollo de mejores comprensiones sobre el entorno y sobre las problemáticas que se presentan en un contexto determinado.

2.3 Marco Teórico

A continuación, se presenta un análisis sobre los conceptos clave que se relacionan con la formulación del problema y que orientan la propuesta pedagógica que se propone como objetivo en la presente investigación. En primer lugar, se define a qué se hace referencia con la lectura crítica, identificando sus fases y las estrategias que se implementan generalmente en el aula para promover una lectura crítica desde la cual se promueva la reflexión y sea posible conectar las ideas del texto con las vivencias y conocimientos previos del lector. En segundo

lugar, se analiza el pensamiento crítico como una capacidad que se fortalece precisamente a través de la lectura crítica, y que les permite a los estudiantes mejorar sus procesos de toma de decisión, además de avanzar en la construcción de los conocimientos como medio para solucionar problemas.

Posteriormente, se analiza el concepto de práctica pedagógica, deteniéndose en la observación de cómo se ha venido transformando gracias a elementos como el desarrollo de la cultura digital y la multimodalidad. Una vez se comprende la relación entre la lectura crítica, el pensamiento crítico y las prácticas pedagógicas, es posible analizar el tema del discurso publicitario, con la finalidad de describir cómo dicho discurso ayuda a favorecer mejores habilidades de comprensión lectora a través de la integración de un conjunto de símbolos multimodales. Finalmente, se hace referencia al concepto de semiótica de la imagen y la importancia de trabajar en el aula con distintos tipos de figuras, símbolos y fotografías, con el fin de promover el desarrollo de diferentes tipos de capacidades y habilidades de pensamiento crítico en los estudiantes.

Teniendo en cuenta los diferentes conceptos que se van a trabajar en este apartado, a continuación, se muestra una representación gráfica del marco teórico para comprender mejor la relación entre los temas:

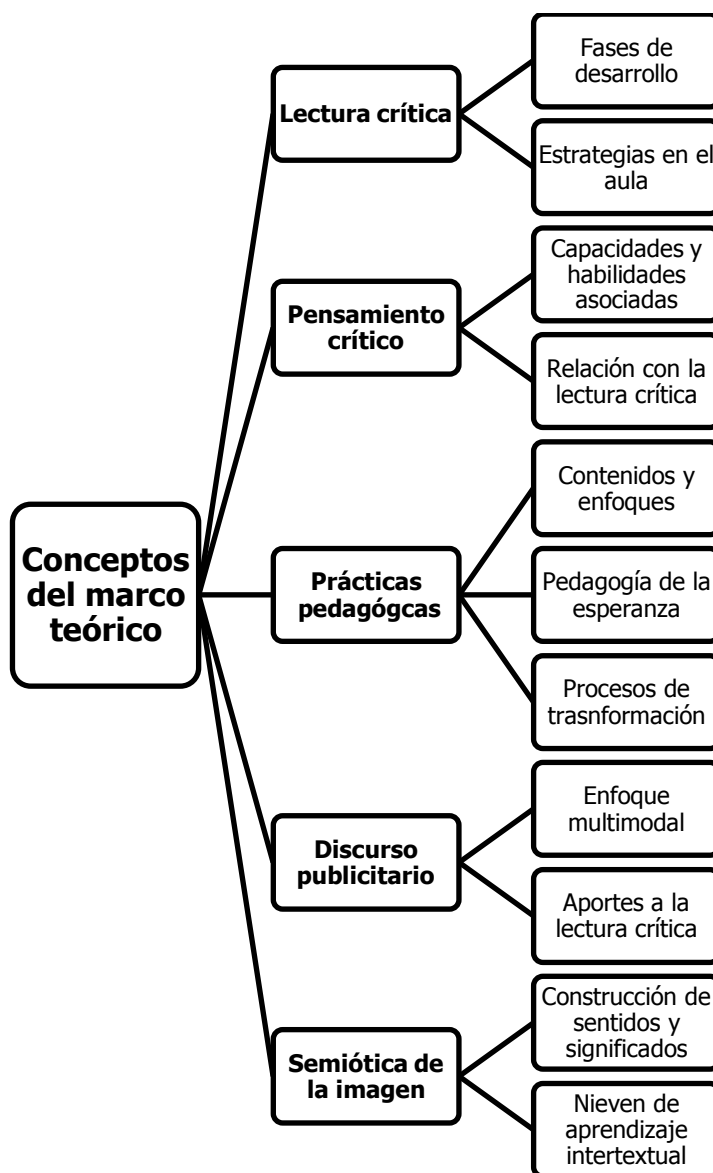


Figura 4. Esquematización del marco teórico

Fuente: Elaboración del autor

2.3.1. Lectura crítica

La lectura crítica se puede entender como la disposición de las personas para llegar al sentido de lo que leen, más allá de la literalidad de las palabras, identificando las ideas subyacentes, los fundamentos y razonamientos que están inmersos en el texto (Cassany, 2004). En los estudiantes, el desarrollo de hábitos lectores que los inviten a la comprensión, les permite tomar posición y conciencia sobre lo que leen, teniendo en cuenta el contexto que habitan.

Según lo establecido por el Ministerio de Educación Nacional (MEN), se entiende que la lectura crítica se orienta a:

saber proponer interpretaciones en profundidad de los textos leídos. La interpretación en profundidad implica un proceso de lectura que va desde el nivel primario, o lectura literal, pasa por un nivel secundario, o lectura inferencial y converge en un nivel crítico-intertextual. Este tercer nivel, operado en un lector competente, se caracteriza porque desde allí se generan las relaciones dialógicas entre textos de diversa clase, y no sólo los literarios (MEN, 2011, p. 15).

A partir de lo anterior, introducir el concepto de lectura crítica en las aulas, busca que los estudiantes desarrollen el gusto por la lectura, aprendiendo a leer entre líneas y así asumir posturas críticas de cara a proponer transformaciones en sus realidades. En este propósito, la lectura crítica se puede apreciar como la decodificación literal por una persona que reconoce, maneja un código y da cuenta de lo que allí se expresa de manera comprensiva (Solé, 1998). Es por eso que la lectura de texto, de imágenes, o de lo que se permita leer, es realmente una decodificación de lo que el autor del mismo desea dar a conocer.

En este sentido, siguiendo las apreciaciones de Chaverra y Gil (2017), se puede decir que la lectura crítica favorece el desarrollo del pensamiento en la medida en que permite relacionar el lenguaje y el texto con el conjunto de experiencias que componen la historia y la cotidianidad de una persona, lo cual genera como resultado un proceso mediante el cual se comprende y se percibe de una manera diferente al mundo. Por otro lado, la lectura crítica ayuda a comprender la realidad social e histórico de una manera contextualizada, ofreciendo herramientas importantes para comprender el texto, mediante la posibilidad de establecer relaciones mucho más personales y significativas entre la información y el lector.

La posibilidad que ofrece la lectura crítica para generar nuevos procesos de relacionamiento con el texto que ayuda a resignificar la realidad y reinterpretar el entorno, ha sido entendida por varios autores como un elemento importante que potencia la motivación y el interés por la lectura. Por ejemplo, Chaverra y Bolívar (2016) afirman que cuando se favorece la lectura crítica el estudiante logra ubicarse e interesarse en la lectura, en la medida en que puede relacionar los contenidos con su propia vida. Por su parte, Del Río (2002) plantea

que este enfoque permite percibir y analizar una serie de situaciones cotidianas que no son decodificadas completamente, y que adquieren nuevos sentidos gracias a la lectura.

En este sentido, se puede apreciar que la lectura crítica significa un proceso mediante el cual se trasciende de una lectura lineal a una integral, compuesta no solo por la información del texto sino también por la ideología de cada actor, lo cual permite otorgarle al proces lector un enfoque social y cultural. Siguiendo a Krees (2009), estas características que componen a la lectura crítica permiten que el lector defina cuál es la construcción que quiere realizar en el texto, que jerarquice la información y decida libremente cuál es el orden en el cual se presenta la información para construir su propio sentido, lo cual resulta ser sumamente significativo en los procesos de aprendizaje actuales.

De esta forma, mediante la lectura crítica el lector absorbe la información y la relaciona con sus vivencias y conocimientos previos, y para lograrlo en las aulas de clase no solo se deben generar actividades que les permitan a los estudiantes comprender los signos lingüísticos, sino también los diferentes elementos que se integran en el texto, los cuales se articulan en discursos repletos de sentido (O'Halloran, 2012). Ante esta perspectiva, la lectura crítica se considera como una herramienta necesaria para motivar a los estudiantes, para generar procesos significativos de comprensión de textos, y para orientar procesos de reconstrucción social a través del aprendizaje.

Ahora bien, para Cassany, (2006), lo más importante es que el lector establezca una postura frente al texto. En relación con esta última premisa, se puede inferir que la lectura crítica de los textos publicitarios llevara al fortalecimiento de la comprensión y al análisis consciente de los mensajes que realmente se desea transmitir. Para ello, es necesario reconocer la influencia actual de la publicidad en comportamientos de los estudiantes, pues al estar en contacto constante con redes sociales, internet, radio y televisión, la incidencia del mensaje es alta y permanente. Sin embargo, antes de entrar a analizar la relevancia de los textos publicitarios en la promoción de habilidades y capacidades críticas de lectura, es preciso profundizar el análisis sobre las fases de la lectura crítica.

2.3.1.1. Fases de la lectura crítica

El trabajo pedagógico frente a la lectura crítica, debe reconocer los niveles de lectura de los estudiantes, de manera que todos logren las mismas destrezas sin importar el punto desde el

cual inicien. Los niveles de lectura están soportados en los niveles de comprensión que el estudiante tenga desde el punto de vista lingüístico, sociológico (contexto); semiótico (interpretación de las imágenes). Los niveles propuestos por Pérez (2003) son:

1. Literal: se refiere a la recordación de las situaciones que integran la lectura, de tal manera que el estudiante pueda recordar los hechos, personajes y situaciones que son narrados o explicados en la lectura, y que además pueda entender las relaciones que se establecen entre los diversos hechos para conformar una historia.
2. Inferencial: es la deducción de información que se obtiene de la lectura del texto. Esto sólo puede realizarse a partir de los conocimientos previos que tenga el lector sobre un tema específico.
3. Crítica: es un nivel más elevado de comprensión textual que supone un grado más alto de conocimiento sobre determinado tema para poder emitir juicios de valor.
4. Meta-comprensión: este proceso involucra la actividad cognitiva de planificación, supervisión y evaluación. En esta etapa el lector detecta fallas en los documentos y propone mejoras sobre el mismo.

La comprensión sobre los niveles de lectura permite promover el desarrollo de un trabajo gradual y continuo mediante el cual el estudiante pueda ir adquiriendo distintas habilidades a medida que se familiariza con los textos y desarrollar nuevas capacidades que le permiten comprender, inferir y criticar el contenido. Siguiendo con el análisis sobre las consecuencias de entender la lectura como un proceso compuesto por niveles, es preciso considerar también las apreciaciones de Ospina (2006), quien señala que la comprensión lectora se establece como un proceso complejo en el cual se establece la interpretación particular de un texto tomando en consideración dos elementos centrales: por un lado la intención del autor y por el otro lado los conocimientos previos del lector, los cuales están ligados a las características del contexto intercultural. Lo que se puede deducir de este análisis es que la lectura se establece como un proceso continuo de interacción entre el lector y el texto, que permite generar un nuevo conocimiento.

Sin embargo, las posibilidades de orientar nuevos procesos de conocimiento y representaciones sobre la realidad a partir de la lectura, depende precisamente de ir reconociendo y desarrollando cada una de las fases de la lectura crítica. De acuerdo con Jiménez y O'shanahan (2008) los textos generan nueva información, usando por ejemplo el vocabulario, el recuento de los hechos, el tema y la historia. Por otro lado, comprender el texto implica relacionar y darle sentido a los hechos. En este sentido, promover la lectura crítica implica que el estudiante tenga no solamente la capacidad de identificar los aspectos formales del texto, sino que también pueda crear nuevos sentidos.

Por lo tanto, leer no solo implica comprender lo que el autor quiere que se comprenda sino que implica el desarrollo de un acto de creatividad mediante el cual se generan nuevos sentidos (Dussel y Quevedo, 2010). Más allá de los elementos que construyen literalmente a un texto, lo que se debe valorar en las escuelas es que los estudiantes aprendan a fabricar sentido:

Tradicionalmente se ha equiparado la decodificación eficiente con un buen desempeño de la competencia lectora, asumiendo que la primera asegura la comprensión; pero lejos de esta realidad las investigaciones de las últimas décadas han modificado la concepción del término de lectura (Gutiérrez, 2012, p. 56).

La lectura, por tanto, responde a un proceso complejo en el cual se resalta precisamente esa relación que se debe construir entre los datos del texto y la interpretación que hace el lector, lo cual implica:

- Identificar las palabras y las partes constitutivas del texto
- Recordar los elementos estructurales de la lectura.
- Establecer relaciones entre los símbolos del texto.
- Entender la estructura.
- Relacionar los diferentes elementos
- Profundizar el contenido de los textos a partir de los conocimientos previos.

- Criticar el contenido y relacionarlo con problemáticas que se presentan en la cotidianidad de los contextos interculturales.
- Producir nuevos sentidos a partir de los textos.

Teniendo en cuenta el análisis que se ha planteado sobre las fases de la lectura crítica, es necesario que la comunidad educativa replantee los procesos académicos mediante la renovación de estrategias pedagógicas de enseñanza y aprendizaje, en donde cada uno de los miembros consideren la pertinencia de los mismos para así tejer una red de lectura crítica que permita la generación de nuevos cambios y nuevas concepciones de lectura. La mejor manera para su desarrollo, es implementar estos cambios desde los primeros niveles de enseñanza y así trascender hasta básica primaria, secundaria y educación media. A partir del momento en el que el estudiante se familiariza con la lectura la claridad de pensamiento crítico, creativo y argumentativo de los estudiantes en el proceso lector, no sólo será reflexivo, también será constructivo y propositivo.

2.3.1.2. Estrategias pedagógicas para promover la lectura crítica

El desarrollo de las estrategias pedagógicas se establece como un elemento clave que ayuda a promover la comprensión global de los textos que lleven a una excelente comprensión lectora. Por lo tanto, como lo explica García (2016) lo primero es tener en cuenta que, para poder desarrollar la comprensión lectora no es recomendable fragmentar el texto, pues de esta manera se evita desarrollar destrezas aisladas en el lector, propendiendo por su integración en el proceso de lectura.

En las estrategias pedagógicas se deben incluir actividades antes, durante y después de la lectura, y deben tener en común la posibilidad de motivar al estudiante, de generar nuevos procesos de comprensión y de llamar su atención para que se interese en los textos. Lo importante es usar las herramientas del texto para llamar la atención de ellos estudiantes. Por ejemplo, desde el mismo título se puedan crear preguntas y cuestionamientos que vayan orientando una discusión antes de leer el texto, para que de esta manera se generen nuevos procesos de análisis, y el estudiante se sumerja en la temática (García, 2015).

Durante la lectura es clave orientar el proceso, estar pendiente de los estudiantes y resolver sus dudas. Finalmente, al terminar la lectura es clave desarrollar estrategias que permitan a los estudiantes recrear nuevas historias compartir lo que aprendieron y participar en un proceso de retroalimentación. Es clave que estos espacios sean participativos, que incluyan las ideas de todos los estudiantes y que se puedan genera nuevos conocimientos (González, 2013). Sin embargo, de acuerdo con Guzmán (2016):

El problema radica en que muchas veces estos elementos y estrategias no son consideradas en las clases ni en las actividades que orientan el desarrollo de la comprensión lectora. Por ello, se generan situaciones en medio de las cuales se abordan los contenidos de una manera demasiado teórico y sistemática, sin darle al estudiante la posibilidad de explorar y vivenciar a través de dinámicas alternativas (p. 42).

Hechas las observaciones anteriores, la práctica de la lectura crítica depende de la posibilidad de que los estudiantes asuman una postura frente a lo que leen, con la finalidad de renovar los procesos de aprendizaje, y de establecer nuevas estrategias de construcción conjunta a través de las cuales los textos se enriquezcan por medio de las interpretaciones personales.

Por otro lado, favorecer estrategias que fomenten el desarrollo de la lectura crítica implica comprender que la comprensión lectora se compone de dos elementos centrales: aquellos que incluyen los componentes léxicos y gramaticales del proceso, y aquellos que le permiten al lector construir sentido y significado a partir de sus experiencias y perspectivas. En este sentido, se destacan las apreciaciones de Vanthier y Abry-Deffayet (2009) quienes plantean que la comprensión lectora es: “El conocimiento de varias palabras, comprender a que se refieren las palabras del texto y poderle atribuir sentido”. (p. 50). De esta manera, la lectura crítica implica dominar unas habilidades que permiten entender las ideas con la finalidad de satisfacer los procesos de construcción de sentido, y además la capacidad de comunicar dichos sentidos con la finalidad de producir nuevos conocimientos.

Los docentes deben tener en cuenta que para promover la lectura crítica aquello que media la relación entre un lector y un texto es el contexto, de tal manera que se deben promover un conjunto de habilidades comunicativas que den respuestas a las problemáticas particulares

que se viven en el entorno común, tomando como base los aprendizajes generados a través de la lectura:

Dicho desarrollo está ligado a un proceso previo de enseñanza y construcción, en la medida en que los conocimientos previos del estudiante son fundamentales para orientar el proceso de interpretación del texto. Por tanto, la comprensión lectora se genera en la medida en que el estudiante, a través de un esfuerzo de interpretación, conecta el estímulo-palabra a un significado y luego lo integra a su propio léxico (Henao, 2006, p. 13).

En la literatura también se resalta la importancia de la lúdica como una estrategia importante que apoya los procesos asociados a la lectura crítica, ya que los juegos orientados y planificados producen como resultado el esfuerzo de los estudiantes, la concentración y la atención para superar las metas y obtener buenos resultados. En este sentido, autores como Henao y Zapata (2002) señalan que la lúdica sostiene una importante relación con la producción de un pensamiento crítico.

Para seguir analizando el tema de la lectura crítica es necesario conocer el significado de la noción del pensamiento crítico, concepto que ha generado controversias en las diferentes corrientes de pensamiento e ideologías a través de la historia. Ser crítico es asumir una postura frente a la vida, ante la sociedad y en esa sociedad, frente a la cultura en la que se desenvuelve. De la misma manera, el pensamiento crítico le permite al lector asumir una posición frente a lo que lee, a efectos de lograr una comprensión eficaz que le permita descubrir las diversas intencionalidades que esconde un texto y le permita hacer su propia interpretación.

2.3.2. Pensamiento crítico

El pensamiento crítico es la habilidad que permite tomar decisiones a partir de un proceso complejo mediante el cual se relacionan diferentes tipos de contenidos e información, además de elementos como el crecimiento en experiencias y vivencias que ayudan a fortalecer los procesos de análisis sobre el entorno. De acuerdo con las apreciaciones de Kress (2003) el pensamiento crítico favorece el desarrollo de análisis más profundos en los cuales se utilizan las diferentes herramientas e insumos que existen para mejorar los procesos de toma de decisión. Desde una perspectiva clásica, Archer (2010) plantea que el pensamiento crítico se define como

un conjunto de estrategias y representaciones mentales mediante las cuales las personas solucionan problemas, aprenden nuevos conceptos, construyen conocimientos significativos y toman decisiones relevantes.

En este sentido, como lo explican Bailin, Case, Coombs y Daniels (1999) el desarrollo del pensamiento crítico ayuda a formular respuestas más constructivas con respecto a las problemáticas que se presenta cotidianamente, generar así soluciones eficientes en un contexto analítico. Siguiendo con la argumentación planteada por Kress (2005), una persona que ha desarrollado un pensamiento crítico es que aquella que tiene la capacidad de establecer razonamientos adecuados, en los cuales se relacionan los diferentes insumos que ofrece el entorno, además de las experiencias y conocimientos previos de tipo personal, lo cual le permite establecer análisis adecuados y con fundamentos (Bailin, et al 1999).

De acuerdo con el análisis que se ha planteado, se puede decir que para que una persona desarrolle el pensamiento crítico debe pasar primero por un proceso que le permita plantearse continuamente la formulación de problemas para encontrar soluciones que partan de un análisis detallado y un proceso contenido de planificación. Como lo plantean Márquez, Izquierdo y Espinet (2003), el pensamiento crítico precisa de una serie de recursos, dentro de los cuales se destacan los conocimientos de fondo, los recursos intelectuales, los estándares mediante los cuales se orienta un pensamiento basado en la comprensión y resolución de problemas, además de un entendimiento sobre los conceptos clave. Por su parte, Martín (2012) señalan como habilidades importantes asociadas al pensamiento crítico la posibilidad de comprender al futuro como un espacio abierto y flexible, el cual se puede ir construyendo a través de la toma de decisiones acertadas.

Teniendo en cuenta la conceptualización sobre el pensamiento crítico es importante preguntarse cómo se puede promover en la escuela. Su desarrollo implica, principalmente, unos procesos de enseñanza en los cuales se orienten aprendizajes relacionados con los problemas que enfrenta la humanidad en contextos específicos. Según Reyes (2014), favorecer el pensamiento crítico en los estudiantes implica promover la integración de los saberes en esquemas de análisis reflexivos y participativos sobre el entorno, promoviendo constantemente un pensamiento que ayude al estudiante a comprender y enfrentar el mundo que habita. También debe promover, estimular y potenciar los diferentes procesos cognitivos en el

estudiante, con el fin de generar que promuevan el desarrollo del aprendizaje por medio de la resolución de problemas.

En la escuela el pensamiento crítico debe ayudar a promover una visión integrada sobre la realidad y sus problemas. En este sentido, temas como la condición humana y social deben hacer parte integral del currículo, pues su comprensión favorece la participación y la reflexión. Solo de esta manera es posible orientar un aprendizaje mucho más significativo para los estudiantes, desde el cual pueden trabajar a favor de la humanización del entorno, respetando las diferencias existentes entre las personas y desarrollar la ética de la tolerancia, fomentar la comprensión y la solidaridad.

Ahora bien, es importante analizar la relación entre la lectura con el pensamiento crítico, teniendo en cuenta inicialmente las apreciaciones de Mackay, Franco y Villacis (2017):

Una actividad que sin duda coadyuva a elevar el nivel de pensamiento crítico de las personas es la lectura, debido a que a través de ella los sentidos se activan, se acumula información y se estudian realidades distintas a la habitual, lo que genera una activación superior en el proceso de toma de decisiones (p. 17).

Para Cassany (2003), la lectura crítica desarrolla el pensamiento crítico en la medida en que le permite al lector realizar una interpretación más profunda en diferentes ámbitos como el profesional, el personal o el social. En ese mismo sentido, el pensamiento crítico aplicado en los procesos de lectura le permite a los estudiantes analizar y evaluar cualquier clase de información existente, y así proponer una idea justificada, ignorando todos los sesgos externos que pudiesen existir. El pensamiento crítico permite también generar abstracciones y procesos de creatividad, mediante el desarrollo de habilidades que ayudan a hacer inferencias, evaluar y proponer.

Sin duda alguna, como se puede apreciar, la lectura crítica depende del desarrollo de prácticas pedagógicas adecuadas desde las cuales se fomente la resolución de problemas y el establecimiento de pautas de comprensión sobre el entorno como medio para fortalecer las ideas. Por tanto, a continuación es importante analizar el significado de las prácticas pedagógicas.

2.3.3. Prácticas pedagógicas

La práctica pedagógica se define como la actividad cotidiana que se desarrolla en las aulas de clases y demás espacios destinados para la formación académica y humana de los estudiantes. De acuerdo con Reyes (2014), la práctica pedagógica está orientada por un currículo y está compuesta por la participación de diferentes actores, dentro de los cuales se encuentran las directivas, los docentes y estudiantes, además de una serie de elementos como los procesos formativos, estrategias, y componentes como la infraestructura y el currículo.

En este sentido, se puede decir que la práctica pedagógica es un concepto complejo, dinámica y dialéctico, que tiene como objetivos centrales la formación de los estudiantes, la transmisión de un conjunto de valores que determinan y definen a una sociedad a través del currículo, la contribución continua en los procesos de formación personal y humana, y el fortalecimiento de nuevas posibilidades de cambio que favorezcan el mejoramiento de las condiciones sociales (Martin, 2012).

Teniendo en cuenta esta perspectiva dinámica e integral de la práctica pedagógica, se puede definir también como un espacio de reflexión e investigación en medio del cual es preciso entender los cambios sociales y culturales que se presentan en el entorno, con el fin de que los contenidos y estrategias aplicadas en el aula sean coherentes con la realidad y con las soluciones que se precisan para enfrentar los problemas (Monsalve, 2012). Como lo explica Martin (2012) la práctica pedagógica debe ser concebida como un proceso de reflexión y experimentación didáctica, a través de la cuales se enriquece el proceso educativo y se promueven nuevas competencias en el docente como actor central en los procesos de construcción del conocimiento.

Por lo tanto, en las escuelas es preciso promover de manera continua una reflexión crítica a partir del análisis y registro de las prácticas pedagógicas, lo cual obliga a consultar la percepción de los estudiantes, las experiencias de los docentes y de los padres de familia, estableciendo así análisis integrales sobre la realidad de una institución y el papel que desempeña en una sociedad determinada.

Ahora bien, al hablar de prácticas pedagógicas se resaltan los aportes de Paulo Freire en “La pedagogía de la Esperanza”:

La nueva educación humaniza al estudiante, no lo conduce a adaptarse y aceptar la realidad, sino a transformarse y transformar el mundo, rehaciéndose ambos en el acto educativo: educador y educando. De esta manera, el educador ya no es sólo aquel que educa, sino también aquel que es educado por el educando en el proceso de educación, a través del diálogo que ambos sostienen. Ambos se re-valorizan transformándose en sujetos centrales del proceso en un crecimiento mutuo; negando toda forma de autoritarismo y de opresión. (Freire, 2010, p.19).

Es preciso, por tanto, promover el desarrollo de una educación crítica como principal elemento que le permite a las personas rebelarse contra la opresión, y de esta manera avanzar en la transformación de la realidad. Educar, por tanto, se establece como un proceso crítico de cambio, como un camino hacia la libertad por medio del cual se comprende la realidad no con el propósito de acumular conocimientos sino de generar prácticas efectivas de cambio.

Por lo tanto, se puede decir que la práctica educativa exige el desarrollo de enfoques de investigación por medio de las cuales los contenidos que se ven en las clases tengan relación con las problemáticas de los contextos y con las necesidades de los estudiantes. De esta forma se genera un proceso en el cual se respetan los saberes y las experiencias de los estudiantes y se construyen nuevos conocimientos a partir de la práctica continua.

En este punto de la argumentación es importante preguntarse cómo se han transformado las prácticas pedagógicas gracias a dos elementos esenciales que se han venido considerando en la presente investigación: por un lado, el desarrollo de las herramientas digitales y de las TIC, y por el otro el uso cada vez más común de textos multimodales como medio para favorecer una comprensión integral.

La relación entre estos dos factores se establece en la medida en que los textos multimodales ayudan no solo a generar cambios importantes en los procesos comunes de enseñanza, sino que también ayuda a entender de una manera diferente la realidad, sintetizando y combinando diferentes tipos de elementos para construir nuevos conocimientos. Lo anterior implica que los estudiantes puedan significar de manera diversas el mundo que los rodea, no solo a partir de una lectura convencional y lineal de ellos hechos, sino a través de la posibilidad

de explorar, utilizando para ello los diferentes recursos que ofrece actualmente la tecnología (Reyes, 2014).

La cultura de la multimodalidad favorece la integración de diferentes culturas que aprendan de ellas mismas y de las demás, con la finalidad de generar nuevos procesos de significación sobre la realidad y de aprendizaje, a partir del uso de nuevas herramientas que además ayudan a favorecer el interés y la motivación. Por tanto, se puede decir con Cassany (200) que: "... lo digital posibilita el desarrollo de comunidades basadas en cualquier tipo de propósito o actividad, más allá de las "fronteras" tradicionales" (Cassany, 2000, p. 3).

El análisis que se ha planteado permite observar que las prácticas educativas están sometidas a procesos continuos de transformación, lo cual obliga a generar propuestas innovadoras que modifiquen las estrategias mediante las cuales se construyen los conocimientos desde una perspectiva participativa. En particular, para la presente investigación este elemento innovador que atraviesa a la comprensión de lectura y al desarrollo de la lectura crítica son los textos publicitarios. Por tanto, de acuerdo con el análisis que se ha planteado sobre lectura crítica pensamiento crítico y las prácticas pedagógicas, a continuación, es importante enfocarse en el tema del discurso publicitario como un elemento que puede favorecer el desarrollo de la lectura crítica en la escuela.

2.3.4. El discurso y el mensaje publicitario

El discurso publicitario es un tipo de comunicación contemporánea en la que se atiende a la cultura y la socialización como elementos claves a la hora de comercializar un producto pues es a partir de la cotidianidad del comportamiento, que se determinan los intereses de consumo que guiarán la publicidad (Catalá, 2002):

La publicidad es una herramienta necesaria que ofrece información importante para la vida en sociedad a través de los medios de comunicación, y que pretende influir en las personas con el fin de moverlas a la acción; tal como ocurre con la publicidad de índole comercial que aspira a vender, promocionar o aumentar el prestigio de una empresa o marca. Siendo entonces, la imagen publicitaria de este tipo de publicidad, un artefacto ideal para trabajar la lectura en el aula (Triana, 2017, p. 35).

Teniendo en cuenta que la publicidad se ajusta al contexto social, político y económico vigente, se considera que una de sus cualidades claves es la integración de diferentes tipos de mensajes verbales e icónicos:

Los textos icono verbales, insertos en las industrias audiovisuales de la comunicación, contienen así en su estructura formal y temática instrucciones de uso lector puestas en juego las presuposiciones culturales y estratagemas discursivas muy precisas, generan la ilusión de lo real (el efecto de la realidad y la realidad de las imágenes) hasta crear un flujo hipnótico que deviene con frecuencia en discursos como el publicitario, el televisivo, o el de redes sociales es decir, el recurso de persuasión ideológica. (Lomas y Osorio, 1993. p. 100).

Se puede decir, por tanto, que los medios ocultan intenciones relacionadas con el desarrollo de mecanismos de dominación, razón por la cual es clave no solo aprender a tomar distancia de la poderosa influencia de la publicidad, sino también analizarla con detenimiento para sacar lo que es provechoso de ella. (Monsalve, 2015). S clave que los estudiantes aprendan a sospechar sobre la publicidad, a reconocer las relaciones que se establecen entre los textos y las imágenes, teniendo en cuenta que un mensaje solo puede ser proyectado si hay un receptor.

Sin embargo, más allá de un análisis sobre las intenciones ocultas de los mensajes publicitarios y de los esquemas de manipulación que se generan, lo que es realmente importante de entender es que el discurso publicitario es un acto comunicativo que posee una notable intención persuasiva (Pérez, 2011), y que se establece como una estrategia ritualizada de interacción, en la cual tiene igual importancia el contenido del mensaje y la recepción de la persona que lo lee y lo interpreta.

El discurso publicitario, al poseer esta doble articulación construida entre el contenido del mensaje y una estrategia de colaboración necesaria por parte del receptor, se puede analizar siguiendo la perspectiva de Barthes (1982) quien plantea que la imagen publicitaria posee una sustancia icónica y verbal, las cuales se analizan por medio de tres formas:

- El mensaje lingüístico: Se relaciona principalmente con el contenido de la imagen, aquello que guía al lector para construir un sentido.

- El mensaje denotado: Es aquello que es evidente dentro del mensaje, que se aprecia sin ningún tipo de interpretación.
-
- El mensaje connotado: Se refiere a la interpretación que hace el lector del mensaje, el cual depende de una carga cultural a través de las cuales se consturuyen nuevos símbolos.

Como se puede observar, el texto genera una intención comunicativa: “El texto icono verbal es un contrato donde se formaliza un acuerdo comunicativo entre el autor y el lector en el que lo que se negocia es el saber común de ambos” (Lomas y Osoro, 1993, p. 111). La interpretación del texto publicitario, por tanto, depende no solo del mensaje sino de la interpretación que se le hace, razón por la cual se establece como una herramienta importante en el desarrollo de la lectura crítica.

Por tanto, a continuación es importante analizar el tema de la semiótica de la imagen, con la finalidad de comprender los diversos elementos mediante los cuales es posible construir sentidos y signos a través de lo icónico.

2.3.5. Semiótica de la imagen: lo que hay detrás del signo icónico

La semiótica permite entender que las personas se encuentran rodeadas por un conjunto variado de actividades, mensajes y hechos que las convierten en intérpretes de los signos (Lotman, 1998). Según Eco (1968), la imagen a través de la semiótica se establece como un conjunto complejo de signos y de significados que se transmiten a través de diferentes medios y que poseen diversas cargas simbólicas. Por su parte, Barthes (1982) expresa que la semiótica expresa una variedad de contenidos que son intencionales y polisémicos, y que exigen del desarrollo de diferentes tipos de capacidades para comprenderlos.

Por tanto, es fundamental enseñar a leer las imágenes, los propósitos y las ideologías de los textos publicitarios y más aún cuando es sabido que, detrás de líneas sus creadores perfilan mensajes subliminales, y por esta y muchas otras razones se debe enseñar a los estudiantes de básica primaria a mirar más allá, a descubrir tras los textos publicitarios otras perspectivas y dimensiones del autor, para que él logre definir y justificar sus decisiones, sin

haberse dejado influenciar por aquello que no sabe leer, de esta manera tomarán una postura crítica frente a lo observado, leído y criticado y desligarse del dominio que los medios ejercen sobre ellos.

A partir del análisis sobre la semiótica de la imagen se puede observar la importancia de aprovecharla en los contextos pedagógicos, puesto que los estudiantes generalmente interpretan diferentes canales por medio de figuras, emoticones, gifts y stickers. Por o tanto, se puede decir que hoy en día los jóvenes están acostumbrados a interactuar por signos que se generan a través de la semiótica y que producen como resultado diferentes tipos de sentidos y construcción de significados, lo cual se debe aprovechar para trabajar en el tema de la comprensión. (Rubilar, 2013).

Lo más importante de entender es que la interpretación semiótica no solo depende de los signos que se encuentran en el mensaje, o de los componentes objetivos, sino también del conjunto de experiencias y percepciones de los estudiantes, las cuales se relacionan con sus procesos comunicativos y motivan nuevos procesos de entendimiento que es preciso desarrollar en el aula de clases.

2.4. Marco Legal

En la actualidad la educación se analiza en el marco legal desde el concepto de las competencias, pues solo a través de su desarrollo se logrará una comunicación asertiva con el entorno, a la vez que los estudiantes se reconocen a sí mismos y su realidad. Por tanto, los docentes deben evidenciar las necesidades formativas que los niños y jóvenes exponen diariamente. Por tal razón, las Instituciones Educativas son el lugar en el que los estudiantes conocen el valor de su existencia y las políticas de Estado que los protegen otorgándoles derechos y formas de hacerlos efectivos.

Una de las normas internacionales sobre la protección a los niños, es la Declaración Universal de los Derechos del Niño (1959) la cual contempla en el quinto principio “el derecho a una educación y a un tratamiento especial para aquellos niños que sufren alguna discapacidad mental o física”. Esta premisa debe guiar la planeación de los Sistemas Educativos en la medida en que los Colegios son el espacio en el, por primera vez, los estudiantes aprenden de democracia y a través del ejercicio de ella, reconocen sus derechos y comprenden la necesidad de hacerlos valer en cualquier espacio en el que se desenvuelvan.

Colombia, al ser un Estado Social de Derecho miembro de la ONU, tiene la obligación de garantizar el derecho a la educación a los niños, para lo cual debe garantizar aspectos mínimos en aras de salvaguardar el libre desarrollo de la personalidad, la libertad de expresión y pensamiento y el acceso a la educación gratuita y de calidad. En desarrollo de este último derecho, la labor de los docentes en las aulas es fundamental pues son los actores encargados de promover el respeto a la diversidad y el desarrollo del conocimiento crítico para un ejercicio clave del respeto a la diversidad y la diferencia que parta desde las aulas.

Con base en estos principios, la relatoría especial de las Naciones Unidas para Colombia sobre el Derecho a la Educación en el país (Tomasevski, 2004), establece cuatro categorías para cumplir con el derecho a la educación gratuita y de calidad en el país, las cuales son claves a la hora de promover procesos de lectura, escritura y desarrollo del pensamiento crítico en las aulas de clase:

1. **Adaptabilidad:** las instituciones educativas en Colombia deben adaptarse a las necesidades de los menores, especialmente cuando estos cuentan con alguna discapacidad, están en situación de desplazamiento o violencia, sean sujetos re-educados por haber cometido alguna infracción o estén a destiempo escolar en razón a su edad o a sus apreciaciones contextuales. La adaptabilidad busca mantener formal y materialmente el respeto a todas las formas de vida respetando la diferencia y la multiculturalidad.
2. **Accesibilidad:** Hace referencia a la apertura de colegios públicos en todas las zonas del país, estas deben garantizar el acceso a la educación en todos los territorios teniendo como premisa fundamental el respeto por los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales de los estudiantes, así como los derechos específicos de los niños, niñas y adolescentes. En estos recintos de educación pública y gratuito se debe desmontar progresivamente cualquier forma de discriminación para garantizar el respeto a la diferencia.
3. **Aceptabilidad:** Se refiere a que el nivel mínimo de la educación en Colombia debe ser “aceptable”, tanto para padres y niños. Los conocimientos transmitidos no deben ser

mediocres y estos deben contar con utilidad para el ejercicio de la ciudadanía de los futuros adultos.

4. Asequibilidad: El Estado debe financiar el acceso público gratuito, por lo menos, a la educación primaria básica. Si bien el Estado no es el único inversor, este sí debe fomentar la participación de otros actores, según las normas internacionales de derechos humanos, siendo el Estado el último inversor.

Los informes presentados por organismos internacionales han sido acogidos por Colombia a través de leyes y reglamentos que, en virtud de lo establecido en la Constitución Política, buscan cumplir con la garantía de brindar educación gratis y de calidad a los ciudadanos. Específicamente la Constitución Política de 1991, señala 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. El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica. La educación será gratuita en las instituciones del Estado, sin perjuicio del cobro de derechos académicos a quienes puedan sufragarlos.

El mandato constitucional, hace énfasis en la educación es un derecho social, económico y cultural de carácter fundamental para los niños y las niñas. Para su garantía, las Entidades Territoriales por orientaciones de la Nación, deberán promover su financiación, administración y dirección de los servicios educativos en los diferentes lugares de Colombia (Lerma, 2007).

En desarrollo de lo establecido en la Constitución, el 8 de febrero de 1994 es expedida la Ley General de Educación (Ley 115 de 1994) cuyo propósito inicial fue integrar los aspectos correspondientes a la garantía del Servicio Público de Educación en todos los lugares del país. Para darle el carácter doble de derecho y servicio público, se tramitó su expedición como Ley Estatutaria, sintetizando su contenido en varios apartes encargados de regular integralmente el cumplimiento del Derecho, estos aspectos son:

1. Definición de la educación como un servicio público a la vez que determina la estructura para su prestación.
2. Establecimiento de los fines de la educación.
3. Determina las competencias y actividades que deben establecer las comunidades educativas, las familias y la sociedad en general como actores fundamentales del proceso educativo.
4. Señala las modalidades de prestación del servicio en razón a la diversidad de poblaciones existentes en el país.
5. Establece la organización de la prestación del servicio, dentro de lo que se destaca el Plan Decenal de Educación, el Proyecto Educativo Institucional, que armonice el contenido de los reglamentos escolares, el desarrollo del Gobierno Escolar, la Junta Nacional de Educación (JUNE) y las Juntas departamentales y municipales. También se establece las funciones del Congreso de la República en cuanto a la expedición normativa que reglamenta la Ley y las funciones ejecutivas del Ministerio de Educación.

De acuerdo con lo anterior y en cuanto a los deberes del Estado en materia de educación básica, y específicamente sobre las competencias lectoras, la propuesta del presente proyecto se fundamenta en generar las habilidades para la lectura con una formación crítica y creativa mediante el uso de la publicidad como medio lector, la cual es analizada por el estudiante desde un conocimiento artístico, humanístico y de las relaciones con la vida y su entorno, sobre este asunto particular, señalan los artículos 20 y 21 de la Ley General de Educación, en los cuales se define cuáles son los objetivos centrales de la educación básica:

- a) Propiciar una formación general mediante el acceso, de manera crítica y creativa, al conocimiento científico, tecnológico, artístico y humanístico y de sus relaciones con la vida social y con la naturaleza, de manera tal que prepare al educando para los niveles superiores del proceso educativo y para su vinculación con la sociedad y el trabajo; b) Desarrollar las habilidades comunicativas para leer, comprender, escribir, escuchar, hablar y expresarse correctamente (Ley general de Educación Básica, artículos 20 y 12)

De este modo, la educación básica en el ciclo de primaria, debe lograr en el estudiante el fomento del deseo de saber y aprender, siendo labor de los docentes acercar a los estudiantes a la realidad social a la vez que se desarrolla su espíritu crítico. Para el caso de la primera infancia y los niños y niñas pertenecientes a grupos étnicos, este acercamiento a la realidad se hará a través de la enseñanza de la lengua materna por medio de la cual el estudiante adquiere habilidades para desempeñarse autónomamente en sociedad, y a su vez comprender el medio físico y social en el que se desenvuelve (Artículo 21 Ley 115, 1994).

Aunado a lo anterior, los Estándares Básicos propuestos por el Ministerio de Educación Nacional (2006), establecen que los estudiantes que logran alcanzar una comprensión lectora, deben lograr como mínimo:

- Leer y comprender los diferentes tipos de textos.
- Comprender los aspectos formales de la lectura
- Identificar la intención comunicativa.
- Seleccionar información y relacionarla.
- Orientar criterios de búsqueda dentro de los textos.
- Promover el desarrollo de interpretaciones.

Por lo tanto, la finalidad de la propuesta de investigación es lograr que el estudiante comprenda diversos tipos de texto, por ello se considera a la publicidad en sus diversas presentaciones como un medio versátil para lograr el cumplimiento de los estándares básicos para el grado quinto. Estos estándares, encierran las competencias mínimas que se deben cumplir en el currículo de dicho grado; por ello, el proyecto se encamina a la utilización de diversos medios mediante el concepto de la publicidad y por medio de ella generar las competencias que realmente requiere el estudiante para su desempeño académico a mediano y largo plazo en la educación superior, así como de aprendizajes para la vida.

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Enfoque De Investigación

La metodología aprovechada en esta investigación, se basa en el enfoque cualitativo, para poder interpretar y conocer el estado actual del proceso lector a partir de la observación de los participantes. Al respecto, Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2010), consideran que “se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes, acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad” (p. 364), a partir de ello, se busca solucionar la problemática, mediante un proceso continuo de observación, acción y reflexión, a partir de los datos a obtener.

3.2 Tipo de Investigación

La investigación en el presente proyecto es de tipo cualitativo, porque se busca la comprensión de los hechos a partir de la experiencia académica y de acompañamiento por parte de la familia, es decir de los todos los involucrados.

...la investigación cualitativa no es tarea que se asocie a un momento dado en el desarrollo del estudio. Más bien, resulta el fruto de todo el trabajo de investigación. En ocasiones el problema de investigación se define, en toda su extensión, sólo tras haber completado uno o varios ciclos de preguntas, respuestas y análisis de esas respuestas. (...) Al investigador cualitativo le pedimos que ofrezca, no una explicación parcial a un problema—como el modo que presenta un determinado conjunto de variables—condición la forma en que se nos muestra otro conjunto de variables—sino una comprensión global del mismo. (Rodríguez Gómez, Gil y García, 1996, p.101)

Y de carácter descriptiva al presentar las condiciones actuales y su caracterización por parte de los actores principales, los estudiantes. Es decir que el proceso investigativo se inscribe en el diseño de investigación-acción, orientación investigativa de carácter crítico para el aula de clase, desde la acción social y es generadora de procesos de transformación a través de la interpretación, autorreflexión y construcción de alternativas de prácticas de lectura, buscando

lograr el objetivo y alcance de este proyecto, y por eso es necesario involucrar a los docentes, estudiantes y comunidad educativa como co-investigadores. Los resultados de esta investigación serán validados en la intersubjetividad y la interpretación de evidencias recolectadas.

Se concibe a la investigación-acción (Himmelstrand, 1978) como un ejemplo de ciencia social aplicada, teniendo en cuenta ambientes sociales, más no modelos tecnológicos. Por otra parte, uno de los protagonistas más importante de este proyecto es el docente porque permanece con el estudiante y se encarga de implementar las herramientas de aprendizaje. Por tanto, es preciso que el docente reconozca la importancia de su papel dentro de las aulas. La evaluación de la práctica docente permitirá saber si es efectiva o si, por el contrario, se deben hacer modificaciones para potenciar los resultados.

Además, la metodología de Investigación-Acción, permite la construcción de propuestas pedagógicas en el área de Lenguaje, para estudiantes de básica primaria. Para la metodología Investigación Acción, el currículum es el principal foco de investigación y a la vez el espacio académico para generar cambios y mejoras de los programas y asignaturas educativas, la planeación o las políticas institucionales. Esto permite la identificación de estrategias de acción para ser implementadas y evaluadas por medio de la observación, la reflexión para generar un cambio. La investigación – acción es un instrumento para la generación de cambio social desde lo educativo, de esta manera se proporciona autonomía y da elementos diferenciadores a la institución.

Por tanto, la importancia del papel de la docente-investigadora, transita entre la acción y la reflexión y nuevamente a la acción, formando un ciclo, tal como lo afirma Martínez (2000), “se aborda el tránsito como un ciclo, lo cual es, a la vez, otro de los aspectos que configura la investigación-acción”. En este caso el papel de la investigadora es inherente al desempeño docente, para evaluar el ejercicio de su acción y el desarrollo de su práctica de intervención en el aula. De esta manera, el docente-investigador al realizar un análisis contextual, cultural y social, en su derecho propio, puede ejercer cambios en el ámbito académico, haciendo las clases más flexibles y generando la interacción entre todos los actores de la clase, de tal manera se genera un proceso de formación crítico y reflexivo.

De esa manera, el papel de la investigadora es situarse de manera reflexiva y cuestionarlas posibles limitaciones, dificultades, concepciones, acciones, procesos de enseñanza–aprendizaje y el contexto escolar en el que se desarrolla el proceso lector como práctica cultural, proceso cognitivo y social con los estudiantes de básica primaria.

3.2.1 Características de la investigación acción.

Kemmis y McTaggart (1988) resaltan que la investigación acción se establece a través de la planificación, acción, observación y reflexión, y que se establece a través de un enfoque colaborativo. Por otro lado, se resalta la posibilidad de crear comunidades de análisis a través del desarrollo de un proceso práctica y sistemático, en el cual se resalta la importancia de la participación, Por otro lado, se resalta que este tipo de investigación promover tomas de posturas frente a la realidad, en la medida en que se establece un análisis crítico de los hechos, con la finalidad de generar transformaciones concretas.

Justamente las características de la IA, permiten lograr el objetivo planteado para el presente proyecto, las cuales se tuvieron en cuenta para el desarrollo del proceso de diagnóstico, desarrollo y evaluación de la propuesta. En cada paso, el registro de información, su análisis de manera crítica, los cambios progresivos, permitirán desarrollar la lectura crítica en los estudiantes de quinto grado mediante los textos publicitarios como estrategia pedagógica.

3.2.2 Modelo de la Investigación.

La investigación del presente proyecto se sustenta bajo el Modelo de Elliott, que incluye los siguientes elementos:



Figura 5. Fases del modelo de Elliot.

Fuente: Elaboración propia.

A través del desarrollo de este plan se espera generar nuevos conocimientos por medio de la observación de situaciones específicas, además del análisis de las percepciones de los participantes y de las personas que conviven en los espacios de estudio. De esta forma, la investigación tiene un enfoque práctico en la medida en que se espera promover el cambio social y la comprensión profunda de los problemas.

3.3 Proceso de Investigación

En correspondencia con lo anterior, Martínez (2000), plantea cómo la investigación-acción en el aula exige no sólo investigar un problema sino también tratar de darle solución, “[...] implica un compromiso con el proceso de desarrollo y emancipación de los seres humanos y un mayor rigor científico en la ciencia que facilita dicho proceso” (2000, p.28). De esta manera, el proceso se establece con la finalidad de promover el desarrollo de la acción social como una manera de enfrentar los problemas y las limitaciones.

De acuerdo con Kemmis, (1984) es preciso tener en cuenta las situaciones sociales y la percepción que se ha generado con relación a los problemas, con el fin de orientar nuevos

procesos de comprensión. Gutiérrez y Arce (2015) mencionan que la importancia central de orientar un proceso de investigación basado en la acción y en la transformación de la realidad, implica primero conocer con detalle la situación, para luego comprender la percepción de los participantes y formular de manera conjunta estrategias de mejora.

Observación

Implica un proceso en el cual se recogen los datos para relacionarlos con una problemática e ir orientando estrategias de mejora.

Planificación

Implica preguntarse qué está sucediendo, cuál es problema y qué se puede hacer para solucionarlo. La planeación, en este sentido, permite orientar una ruta de acción para promover estrategias de cambio.

Acción

Es el elemento central de la investigación, en el cual se aplican los conocimientos obtenidos en las fases previas para intervenir directamente sobre la problemática. Siempre que la acción responda a un proceso adecuada de planificación, es posible orientar cambios evidenciables que sean constantes en el tiempo y que ayuden también a generar nuevas percepciones.

Reflexión

La reflexión se establece con el fin de indagar sobre el proceso que se ha desarrollado, identificar los aspectos positivos y negativos, con el fin de formular recomendaciones que puedan servir para la orientación de nuevas investigaciones.

3.3.1 Fases de Investigación.

En la primera prueba el objetivo es reconocer las dificultades de 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, Casanova (1998), define la prueba inicial como:

Aquella que se aplica al comienzo de un proceso evaluador, en nuestro caso referido a la enseñanza y aprendizaje. De esta forma se detecta la situación de partida de los sujetos que posteriormente van a seguir su formación y, por lo tanto, otros procesos de evaluación adecuados a los diversos momentos por los que pasen (p. 26).

Cabe tener en cuenta que el alcance de la investigación se limita al diseño de la propuesta, la cual debe ser implementada posteriormente por el Colegio. En este sentido, se desarrollan dos fases de investigación: la fase diagnóstica y la fase de diseño.

3.3.1.1 Fase Diagnóstica.

En esta fase, se inicia con el diseño y aplicación de una prueba diagnóstica que permita reconocer el nivel de lectura en que se encuentra cada estudiante. De tal manera que, en esta fase se podrá diagnosticar y a la vez corroborar que los estudiantes presentan dificultades en la motivación hacia la lectura, en la comprensión crítica del texto publicitario y que tienen dificultades en procesos de pensamiento asociados a la lectura: creatividad, imaginación, atención, formular preguntas, hipótesis, pobreza en el manejo del léxico. (Guardo et al., 2014. p., 23). Desde una encuesta aplicada a padres de familia, estudiantes y docentes, se complementó el diagnóstico pues se determinaron las causas de las dificultades encontradas y la forma como esta situación es atendida por parte de estos actores.

3.3.1.2 Fase de Diseño.

A partir de los referentes anteriormente mencionados, se establece como enfoque de intervención a la publicidad vista desde la lúdica y la literatura, con el fin de incentivar el placer por la lectura y la comprensión lectora ampliando su léxico y la comprensión crítica en los estudiantes de básica primaria. Por tanto, lo que se desarrollará corresponde a los objetivos que encausaron el proyecto, el marco referencial donde se fundamenta el proyecto y el plan de intervención pedagógica que permite actuar para solucionar el problema. Con relación al plan de actividades, este se basará en lo estipulado en el plan de área, en cuanto a contenidos, estándares, las competencias ajustadas a la propuesta, recreándolo con la metodología y estrategias a implementar desde el enfoque del proyecto.

Tabla 3. Fases de la investigación

Etapa	Fase	Objetivo	Estrategia	Técnica	Instrumento
I Diagnóstica	Detectar el problema	Determinar el nivel de lectura de los estudiantes	Análisis y observación	Prueba inicial de lectura Entrevista semiestructurada a docente	Rejilla de valoración Guía de entrevista estructurada
II Diseño	Elaboración del plan	Establecer la estrategia de intervención a implementar para fortalecer la lectura crítica	Secuencia didáctica	Diseño de los objetivos y recursos asociadas	Diseño y presentación del plan de actividades

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4. Población y Muestra

La Institución en el año 2019, contaba con 716 estudiantes matriculados en los diferentes grados de preescolar, básica primaria, básica secundaria y media vocacional. Urbana y en la única sede Rural El Palmar que contaba con 10 estudiantes de todos los grados bajo el modelo Escuela Nueva. Dichos estudiantes están ubicados en el área urbana. Este trabajo de investigación acción se realiza con los estudiantes de quinto grado de básica primaria, del colegio San Luis del municipio de Aratoca, con edades promedios entre los 10 y 12 años de edad, cuenta con 70 estudiantes matriculados, quienes pertenecen a los estratos 1,2 y 3.

El rector de la Institución Educativa autorizó a la Investigadora realizar el proyecto con la población de los estudiantes del grupo quinto grado Uno, al igual que respetó la decisión del director del grupo para seleccionar la muestra representativa de 26 estudiantes. La mayoría de las familias, que son generalmente familias nucleares y de padres separados, en su mayoría tienen ocupaciones relacionadas con el campo del cuál devengan un recurso económico que

depende de lo que produzca, siendo este en algunas ocasiones igual o mayor al mínimo, por tanto, la jornada laboral es de igual manera aleatoria. Esto genera falta de cuidado y atención a los estudiantes, especialmente en lo que se refiere a su proceso de formación.

3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

En este aparte se presentan las técnicas e instrumentos que se emplearan para la recolección de la información de la realidad social sujeto de análisis de la presente investigación. Por ello, para la selección de estas se tiene en cuenta el tipo de información que se pretende recolectar, las características de los participantes, el espacio y el tiempo con el que se cuenta.

3.5.1 Análisis Documental.

Se establece a través de la revisión de documentos, como los resultados de pruebas externas en el área de lenguaje en los cuales se evidenció el problema de investigación; esta técnica en términos de Cerda (1991) es “el acto de reunir un conjunto de datos e información diferente a través de testimonios escritos con el propósito de darle unidad” (p. 329). Este análisis documental se realizó a lo largo de todo el proceso a partir de la revisión de documentos institucionales como el PEI, los planes de área y planes de clase de lengua castellana; igualmente se revisaron documentos publicados por el MEN con orientaciones pedagógicas como lineamientos, estándares, DBA y otros documentos bibliográficos que se emplearon para la elaboración de antecedentes y marco teórico.

Según Solís H, (2003): "El análisis documental es la operación que consiste en seleccionar las ideas informativamente relevantes de un documento a fin de expresar su contenido sin ambigüedades para recuperar la información en él contenida" (p. 1). De acuerdo con Mijáilov y Guiliarevskii (1974) el análisis de datos implica desarrollar un procesamiento analítico-sintético de la información, con el fin de descartar aquellos datos que no son significativos para el desarrollo del estudio. Por su parte, Molina (1992) plantea que: “El complejo de operaciones que afectan al contenido y a la forma de los documentos originales, para transformarlos en otros documentos representativos de aquellos, que facilitan al usuario su identificación precisa, su recuperación y su difusión” (p. 89).

A partir de las definiciones anteriores se puede precisar, que el análisis documental exige organizar los datos con la finalidad de mejorar la posibilidad de interpretarlos de una manera adecuada. Más aún, constituye el punto de partida del proyecto; esta técnica en términos de Cerda (1991), es “el acto de reunir un conjunto de datos e información diferente a través de testimonios escritos con el propósito de darle unidad” (p.329). Este análisis documental se realizó a partir de la revisión de documentos institucionales como el PEI, los planes de área y planes de clase de lengua castellana; igualmente se revisaron documentos publicados por el MEN con orientaciones pedagógicas como lineamientos, estándares, DBA y otros documentos bibliográficos.

3.5.2 Prueba Diagnóstica.

Esta prueba permite analizar el nivel de los estudiantes de acuerdo a los lineamientos y estándares propuestos por el MEN, y además generar un instrumento que puedan utilizar los docentes en el diseño de nuevas estrategias didácticas y de aprendizaje. El instrumento para la prueba diagnóstica es el cuestionario de comprensión lectora a partir de textos publicitarios, el cual fue construido tomando como referencia pruebas de lectura diseñadas por el Ministerio de Educación Nacional para tercero y cuarto de primaria (Anexo A). Además, se utilizaron una serie de indicadores de evaluación para calificar la prueba, los cuales fueron desarrollados tomando en cuenta los indicadores del ICFES (Anexo B).

3.5.3 Observación no participante mediante un Diario de campo.

Es la técnica de observación en la cual el investigador registrar situaciones y hechos relevantes, sin participar directamente en las situaciones:

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. (Sandoval, 2002, p. 139)

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, para lograrlo se hizo uso del diario de campo como instrumento (Anexo C). Bisquerra (2014), define el diario de campo como un documento que permite organizar y sistematizar información relevante con respecto a un evento particular. Además, se establece como una narración detallada de las experiencias que permite reconocer hallazgos relevantes en torno a las preguntas que han sido planteadas.

Se tiene en cuenta que este instrumento no debe convertirse en un informe final. Para ello, se consideran tres aspectos fundamentales:

- a) La descripción, con la cual se detalla objetivamente el contexto donde se desarrolla la acción.
- b) Se describe de forma breve las interacciones que se generan entre los sujetos.
- c) La interpretación, comprendida en dos aspectos: la comprensión y la interpretación.

En el diario de campo se deben restringir los comentarios y análisis subjetivos ya que este instrumento debe mantener objetividad que requiere.

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 permitirá 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: Saberes previos, estructuración, valoración
- Evaluación de los aprendizajes

3.5.4 Entrevista semiestructurada.

Lo interesante de la entrevista semi estructurada es que el entrevistado tiene la posibilidad de expresar opiniones que no han sido consultadas, lo cual enriquece el proceso investigativo. Lo más importante es la naturalidad de la entrevista, que se convierte en una conversación de una forma natural.

La entrevista semiestructurada por su carácter conversacional que desde el interaccionismo simbólico se recomienda a fin de que no oprimir a las personas participantes, en las que se genera un ámbito coloquial que facilita la comunicación entre quienes interactúan, sabiendo que no hay nada en contra de investigar asuntos en los que se esté involucrado emocionalmente. (Díaz, 2004, p. 76)

Ahora bien, para la siguiente investigación, en esta técnica se consideran los siguientes pasos:

- Definir los objetivos.
- Seleccionar las personas.
- Formular por medio de una guía como instrumento una serie de preguntas (Anexo D).
- Definir el espacio y el tiempo para el desarrollo de la entrevista.

3.5.5 Encuestas semiestructuradas.

Para este estudio se utiliza la técnica de encuestas semiestructuradas. Se establece como el: “método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (Buendía y otros, 1998, p.120).

El instrumento de la encuesta es un cuestionario para los padres de familia, en donde se indaga sobre su vida familiar, personal y contextual, lo que permitió conocer más afondo sus problemáticas familiares y entender de manera más directa y cercana la incidencia de ésta en el proceso educativo y el desempeño escolar de sus hijos (Anexo E).

3.6 Unidad de Análisis y Matriz Categorial

La matriz categorial permite reconocer las relaciones entre los elementos que se consideran dentro de la investigación, así como las variables y conceptos teóricos que orientan el desarrollo de los objetivos. En este sentido, la matriz es una unidad de análisis que permite también entre las relaciones entre los temas que componen a la investigación, con el fin de tener una mayor claridad sobre las actividades que se deben desarrollar y la utilidad de ellos instrumentos de investigación.

Tabla 4. Unidad de análisis y matriz categorial.

Categoría	Subcategoría	Indicadores
Lectura	Comprensión de lectura	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender y desarrollar destrezas mentales y procesos cognitivos. • Promueve una lectura activa para construir sentidos.
	Lectura crítica	<ul style="list-style-type: none"> • Genera habilidades mentales mediante las cuales los procesos de argumentación, análisis, interpretación, entre otros puedan aplicarse a la lectura. • Desarrolla competencias cognitivas, lingüísticas, pragmáticas y valorativas.
	Pensamiento crítico	<ul style="list-style-type: none"> • Asume una postura frente a la vida y la sociedad. • Promueve una postura ante lo que se lee
Prácticas Pedagógicas	Transformación	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende la importancia de los procesos de adaptación y transformación en la práctica pedagógica
	Multimodalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende textos multimodales y los incorpora en el desarrollo de las prácticas pedagógicas
Discurso publicitario	Mensaje publicitario	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende el mensaje que se genera a partir del análisis de diferentes tipos de símbolos textuales y de la imagen.
	Semiótica	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende las relaciones de la imagen con la cultura y los manifiestos publicitarios
Lectura crítica del discurso publicitario	Narrativa publicitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Localiza las voces incluidas en el mensaje. • Reconoce las ideas y contenidos del mensaje. • Reconoce la narrativa del texto literario y las secuencias que lo componen.
	Semiótica del discurso publicitario.	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende la idea general del texto. • Explica relaciones entre las figuras y símbolos que se utilizan. • Relaciona las imágenes con el texto.

	Ideología de la publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce la forma en que el texto hace uso de ideologías dominantes para generar influencia en el consumidor. • Entiende las intenciones evidentes y ocultas del autor del texto.
--	-----------------------------	--

Fuente: Elaboración del autor

El planteamiento de los instrumentos y el posterior análisis de la información realizado por medio del diario de campo se establece de acuerdo con las siguientes categorías y subcategorías de análisis.

TABLA 5. CATEGORIZACIÓN DE ASPECTOS DE LA INVESTIGACIÓN

ÁMBITO TEMÁTICO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS
Lectura Crítica	Los estudiantes de quinto grado de la institución, reflejan en las pruebas externas un bajo desempeño en el componente pragmático debido a que no han desarrollado habilidades de lectura crítica para leer textos, en nuestro caso, publicitarios. Lo anterior se ve reflejado en la dificultad que demuestran para identificar propósitos, intencionalidades, emisores y receptores de los mensajes comunicativos emitidos en estos formatos textuales.	¿Cuáles son los enfoques, recursos y actividades que se pueden incluir en el diseño de una propuesta pedagógica enfocada en el uso del análisis del discurso publicitario para favorecer el desarrollo de la comprensión lectora en el Colegio San Luis de Aratoca (Santander)?	Diseñar una propuesta pedagógica para promover el mejoramiento de los procesos de comprensión de lectura y de lectura crítica a través del análisis del discurso publicitario en los estudiantes de quinto de primaria del colegio San Luis del municipio de Aratoca.	Analizar de manera crítica y articulada con el contexto de los estudiantes el discurso publicitario desde su dimensión lingüística y semiótica.	A.	A1. Externas SABER 5, ISCE A2. Pruebas Diagnósticas
					B.	B1. Orientación del PEI -Modelo Pedagógico y Enfoque Metodológico B2. Planes de área y aula B3. Ambiente Sociocultural
					C.	C1. Formación y conocimientos previos C2. Planificación Momentos de Lectura
				D.	D1. Argumentación D2. Lectura crítica de imágenes D3. Discurso	
				Caracterizar las estrategias discursivas e ideológicas que hacen uso de la semiótica en el discurso publicitario como		

			forma de apoyo a los procesos lectores.		D4. Conocimiento.
			Diseñar la articulación de los discursos publicitarios en los procesos pedagógicos de lectura como forma de mejora del aprendizaje en los estudiantes de quinto de primaria del Colegio San Luis.	E. Narrativa publicitaria	E1. Lectura literal
				F. Semiótica del discurso publicitario.	F1. Lectura inferencial.
				G. Ideología de la publicidad.	G1. Lectura crítica

Fuente: Elaboración Propia.

3.7. Validación de los Instrumentos

3.7.1. Validación interna

Para la validación de las pruebas diagnósticas implementadas, se aprobaron de manera interna a partir del material usado en las pruebas del ICFES. La validez interna cualitativa o credibilidad de la investigación, según Franklin y Ballau, citado por Hernández Sampieri, (2006); “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” (p.665). 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.

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

- Evitar que la subjetividad afectara las interpretaciones de los datos, donde por el contrario se consideraran todos importantes.
- Escuchar a todos los participantes por igual y someter 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.
- Buscar evidencias positivas y negativas por igual, además establecer conexiones entre ellas, para unas bases sólidas producto de la investigación.
- Acudir a varias fuentes de datos y registrar todos esos aportes a la investigación.
- Realizar la triangulación de los datos para analizarlos bajo diferentes teorías; de igual manera, este proceso se llevará a cabo con los datos a recolectar con los instrumentos empleados en la investigación, para obtener mayor riqueza interpretativa y analítica.

3.7.2. Validación de contenido

La validez de contenido consiste en qué tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con lo que se pretende medir (Cohen & Swerdik, 2001); los miembros de dicho universo U pueden denominarse reactivos o ítems. Para autores como Ding y Hershberger (2002), la validez de contenido es un componente importante de la estimación de la validez de inferencias derivadas de los puntajes de las pruebas, ya que brinda evidencia acerca de la validez de constructo y provee una base para la construcción de formas paralelas de una prueba en la evaluación a gran escala (Escobar, P. & Cuervo, M., 2008. p. 28)

A continuación, se presenta la matriz para la validación del contenido.

Tabla 6. Matriz para la validación del contenido por instrumento

Nombre del Instrumento: Prueba diagnóstica de comprensión lectora a partir de textos publicitarios				
Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Regular	Bueno	Deficiente
Presentación del instrumento				
Calidad de redacción de los ítems				
Pertinencia de las categorías con los indicadores				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				
Nombre del experto				

Fuente: Elaboración Propia.

3.8 Validación por Triangulación

En esta validación se genera un proceso que permite comprar los resultados de la teoría con los resultados de la práctica, con la finalidad de fundamentar y validar los hallazgos. A través de la triangulación se presentan las conclusiones del trabajo y se orienta la propuesta. En este sentido, se puede observar que la triangulación permite orientar el desarrollo de un proceso en el cual se contrasta la información, para de esta manera generar nuevos conocimientos que puedan ser aplicados en el contexto de estudio.

3.9 Principios Éticos

En esta sección del proyecto se exponen las consideraciones éticas, las disposiciones legales vigentes y propiedad intelectual que se tendrán en cuenta para la propuesta de investigación. Para ello, se debe entender que la investigación acción se establece con personas, en este caso docentes, estudiantes, padres de familia y comunidad educativa en general. Por tanto, es preciso establecer medidas que protejan los derechos de las personas, que garanticen la confidencialidad de los datos y que ayuden a evitar cualquier tipo de desacuerdo entre el investigador y la población. Para el presente estudio, se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos.

- Se informó y se contó con el aval de los directivos de la Institución sobre el proceso de intervención que se desarrolló con la población objeto de estudio (Anexo J).
- Se informó y se pidió consentimiento a los padres de familia para desarrollar y aplicar los diferentes instrumentos de investigación.
- Se estableció una comunicación abierta y empática con los actores de la investigación.
- Durante el proceso se mantuvo una actitud respetuosa y asertiva con los participantes del estudio.

Capítulo 4. Propuesta pedagógica

4.1 Título

Qué cuento con la publicidad

4.2 Presentación

La siguiente propuesta didáctica se presenta como resultado de un proceso de investigación-acción, con estudiantes de quinto primaria de una Institución educativa de carácter oficial. La propuesta consiste en el desarrollo de una secuencia didáctica (Ver Anexo H). En la propuesta se plantea el diseño de 8 sesiones de clase en las que se tienen en cuenta el inicio, desarrollo y cierre de cada sesión, a través del desarrollo de estrategias que le permitan al estudiante fortalecer habilidades para la comprensión crítica de textos.

4.3 Justificación

La enseñanza de la asignatura de Lenguaje, tradicionalmente, ha venido teniendo un enfoque centrado en la acumulación de conocimientos sobre las normas que rigen el uso de la lengua, pero se ha descuidado lo que tiene que ver con la interpretación de los textos y con la producción de nuevas ideas desde las cuales sea posible transformarlos y usarlos en la solución de los problemas cotidianos. Por lo tanto, es importante trabajar con textos que obliguen a generar nuevos abordajes por parte de los estudiantes, teniendo en cuenta en este caso en particular el desarrollo de los textos publicitarios como elementos que pueden ayudar a promover la lectura crítica.

Es importante trabajar con estos textos no solo porque se hacen usos diferentes del lenguaje, conectados generalmente con imágenes o diferentes elementos que nutren la construcción de los significados, sino que además se promueve la posibilidad de que los estudiantes relacionen sus experiencias y conocimientos previos con las ideas del texto, para de esta manera generar procesos importantes de transformación social.

4.4 Objetivos

Plantear el diseño de textos publicitarios como estrategia pedagógica para el fortalecimiento de la lectura crítica en estudiantes del 5° Grado de básica primaria del colegio San Luis del municipio de Aratoca, Santander.

4.5 Estándares de Competencia

Comprendo textos publicitarios para propiciar el desarrollo de mi comprensión de lectura y lectura crítica.

4.6 Indicadores de Desempeño

- Leo vallas, afiches, carteles, imágenes, volantes, flyer, o cualquier otro texto publicitario.
- Creo hipótesis sobre el contenido de los textos.
- Reconozco cómo se formulan los textos.
- Diferencio textos de publicidad direccionados para bebidas, alimentos, emociones, genero.
- Recreo relatos y mensajes publicitarios.
- Participo en la elaboración de textos publicitarios.

4.7 Metodología

La metodología empleada en este proyecto va de acuerdo con las teorías propuestas previamente, empleando principalmente la lúdica y la publicidad, para promover la lectura y la comprensión lectora de una forma amena, así mismo incentivar el hábito y el gusto por la lectura en los niños y niñas del grado quinto del colegio San Luis del municipio de Aratoca, Santander y al tiempo despertar la criticidad y el compromiso social, consigo mismo, con su comunidad y con sus congéneres en general.

4.8 Criterios Y estrategias De Evaluación

Se propone que, para la implementación de la propuesta, la cual debe ser desarrollada por la institución, se inicie desde el momento en que empiecen las actividades, teniendo en cuenta la actitud de los estudiantes frente a las actividades propuestas. Se sugiere observar constantemente el avance en el proceso lector, con el fin de ir adaptando formas y maneras en que el estudiante avance en su proceso de aprendizaje de manera óptima. Por otro lado, se propone que se implemente la escala de evaluación implementada en la institución educativa, la cual corresponde del 1 al 5 según lo propuesto en el Decreto 1290 en el artículo 5:

Escala de valoración nacional: Cada establecimiento educativo definirá y adoptará su escala de valoración de los desempeños de los estudiantes en su sistema de evaluación. Para facilitar la movilidad de los estudiantes entre establecimientos educativos, cada escala deberá expresar su equivalencia con la escala de valoración nacional: Desempeño Superior, Desempeño Alto, Desempeño Básico, Desempeño Bajo (Congreso de la República, Decreto 1290, artículo No. 5).

4.9 Plan de Actividades de la Propuesta

A continuación, se realiza una descripción detallada de cada uno de los proyectos que se formulan en el plan de actividades, de manera que sirva como una guía del desarrollo de las mismas dentro del aula. Esto beneficia al docente porque contribuye en el tiempo de la preparación de la clase y en tener claridad acerca de cómo las actividades sirven como estrategias para fortalecer tanto los procesos de comprensión de lectura. Además, este plan fortalece la motivación entre los estudiantes por profundizar el análisis del discurso como una práctica cotidiana.

Cada uno de los proyectos tiene una aproximación directa con publicidad ante la cual los estudiantes están cotidianamente relacionados, pues se procura resaltar la importancia que tiene la interpretación y el análisis del discurso en tanto que constantemente ellos están expuestos a mensajes publicitarios cuyos significados están más allá de lo denotado. Todas las imágenes que se utilizarán como recurso para el desarrollo de las actividades están presentes en el Anexo J.

Posteriormente a la presentación detallada de las actividades, se sintetiza la información mediante una tabla (7).

Cada una de las actividades está formulada como un proyecto de aula, lo que implica, de inicio, una invitación para que los estudiantes participen activamente, con sus ideas, propuestas y trabajo en grupo para que el desarrollo del trabajo sea entretenido y provechoso. En este sentido, el aporte que cada integrante de los grupos haga es fundamental, pues permite que cada una de las actividades tenga una dinámica asertiva y constante.

Hay que tener en cuenta que las actividades formuladas en el plan están precedidas por la introducción que se hace en la Unidad 1: El poder de la imagen, descrita a lo largo del Anexo H, y que es la actividad básica desde la cual se establecen el marco conceptual referente para el desarrollo de las actividades propuestas. Por lo tanto, a lo largo del desarrollo de las actividades se hará referencia constante a los conceptos y términos clave vistos en esta primera actividad, de manera que su práctica le de mayor destreza a los estudiantes para referirse a determinados fenómenos o aspectos del análisis lingüístico y semiótico con propiedad y precisión.

Las actividades a describir están estructuradas en tres fases: Sensibilización, Fundamentación y Terminación o cierre. Cada fase está conformada por el desarrollo de dos proyectos de aula que adquieren mayor profundidad conceptual y analítica a lo largo del desarrollo de las actividades. Según lo indica el nombre, en las actividades formuladas se lleva a cabo un proceso de profundización que inicia con la sensibilización, con la cual se busca introducir a los estudiantes en el análisis lingüístico y semiológico.

En la primera fase las actividades propuestas son, fundamentalmente, de observación y socialización de ideas, emociones y experiencias personales que sirvan como insumos de un posterior análisis. Los dos proyectos de aula que conforman esta fase tienen como título 1) Bebidas, y 2) Alimentos. De esta manera se busca realizar este primer abordaje de sensibilización mediante temas asociados con la cotidianidad y con imágenes publicitarias altamente difundidas en los espacios que los estudiantes frecuentan: en las cafeterías donde compran los alimentos para las onces, en la casa donde guardan los refrigerios, en el supermercado, en la calle, y en la televisión y otros medios de comunicación como las redes sociales. Los productos que conforman esta publicidad son bebidas y alimentos cuyos principales consumidores finales son niños y jóvenes entre los 3 a 16 años.

Como actividades adicionales también se propone la elaboración de textos breves para resumir análisis, mediante los cuales se procura vincular el proceso reflexivo con el de la escritura. Se considera clave este ejercicio pues el acto de ejercicio es en sí mismo un proceso que implica realizar una exégesis de las ideas para plasmarlas y expresarlas de manera que sea posible la comunicación y la comprensión. De esta manera se refuerza tanto la capacidad de observación y análisis de la publicidad, a la vez que se fortalecen otras capacidades como la argumentación y la redacción.

La fase de Fundamentación está conformada por los proyectos 3) Emociones y 4) Género. Con base en los resultados y experiencias de la primera fase de sensibilización, en esta segunda parte se asume que existe mayor confianza en el uso de los conceptos, en el análisis de las imágenes discontinuas, y en la expresión de ideas de manera oral y escrita. Por este motivo, la fundamentación está enfocada en los tipos de inferencias que se pueden realizar al llevar a cabo la lectura crítica.

En tanto que se pretende profundizar aún más en la comprensión de los significados y sentidos que se pueden identificar en las imágenes publicitarias, en este caso se abordan temáticas que implican asumir una postura más personal y, a la vez, exigen reconocer la diversidad de múltiples puntos de vista desde las cuales se pueden hallar sentidos sobre la misma imagen. Las imágenes a interpretar son evidentemente polémicas y permiten abrir espacios de discusión. Por lo tanto, en este momento se espera que los estudiantes identifiquen los elementos de la subjetividad, de la valoración moral y los aspectos culturales que conforman el universo de significado que está latente en una imagen publicitaria.

Adicionalmente a los espacios de discusión de ideas y socialización, durante la fundamentación los proyectos de aula son más propositivos en relación con la creatividad. Por este motivo, se utilizan también registros de tipo audiovisual, de manera que los estudiantes también puedan analizar imágenes publicitarias que vinculen el dinamismo y la temporalidad de la imagen en movimiento: aspectos como el sonido y la música, o la narrativa audiovisual son resaltados por el docente como aspectos que también se deben observar en este tipo de análisis.

A partir del análisis del texto discontinuo en imagen publicitaria o en publicidad audiovisual, entonces se tiene un cuerpo de estudio, discusión y de imágenes en sí para iniciar

el proceso de elaboración de anuncios. Efectivamente, esta propuesta refleja el criterio de que otra manera de poder realizar un ejercicio de pensamiento crítico tiene que ver con el hecho de experimentar directamente el proceso de creación de aquello que se estudia. Por este motivo, los talleres de creación de anuncios están orientados a que los estudiantes desarrollen un proceso crítico en la puesta en práctica del pensamiento y habilidades necesarias para crear un texto publicitario eficaz.

En la última fase propuesta, la de Terminación o cierre, se estudia el lenguaje publicitario cuando el público para el cual está dirigida dicha publicidad son estudiantes, y el contenido mismo está relacionado con el ámbito escolar. La actividad final pretende integrar los aprendizajes obtenidos durante las dos fases iniciales y aumentar el nivel de análisis estimulando a los estudiantes a realizar inferencias más sólidas. Para ello el docente puede dar a conocer y motivar a la práctica de las diferentes técnicas y estrategias de comprensión de texto.

Como ejercicio práctico, en la última fase se propone a los estudiantes a integrar los conocimientos, habilidades adquiridas y capacidades desarrolladas durante el desarrollo de los proyectos de aula anteriores para llevar a cabo el diseño de un anuncio publicitario que anuncie actividades escolares. Esto invita a considerar aspectos puntuales sobre el contexto, el tipo de población a la cual está dirigida la publicidad a crear y determinar cuáles son las herramientas necesarias para enviar un mensaje efectivo. Nuevamente, lo que se busca es poner el pensamiento crítico a partir de la práctica. Posteriormente, este ejercicio da lugar para que el estudiante reconozca y aproveche sus habilidades en la lectura crítica.

Los objetivos pedagógicos que se cumplen con el desarrollo de los proyectos de aula están fijados tanto para el docente como para los estudiantes, lo que refuerza la idea de la importancia que tiene el trabajo colaborativo y conjunto de este plan. Tal como se puede apreciar en cada uno de estos objetivos, el docente y los estudiantes cumplen objetivos diferentes pero que encuentran relación en el desarrollo de cada proyecto, lo que implica que la comunicación y la interacción sea constante.

En seguida se describen las actividades puntuales a realizar en cada uno de los proyectos de aula propuestos.

1) Proyecto De Aula: BEBIDAS

Este proyecto está orientado al proceso de sensibilización, por lo cual se enfatiza en llevar a cabo ejercicios de reconocimiento y familiarización con la imagen, con los conceptos básicos acerca de la publicidad, y su estudio desde la dimensión lingüística y semiótica.

En particular, los productos y las marcas, cuya publicidad será analizada, pueden ser considerados típicamente colombianos en tanto que son productos de marcas nacionales con gran reconocimiento, por lo que se trata de productos por los cuales se ha establecido una cierta identidad cultural entre niños y jóvenes (consumidores finales), y adultos (consumidores directos).

Con base en estas características, el objetivo del docente es identificar las formas como el estudiante se aproxima a la lectura de diversos textos publicitarios de manera que pueda aproximarse la comprensión acerca de cómo estas marcas y su amplia difusión en el país tienen efecto en la manera como los estudiantes las comprenden y se relacionan con ellas. Es por esto que la primera actividad a realizar es que el docente cuestione a los estudiantes sobre la manera como ellos y ellas se familiariza con las imágenes. Entre las preguntas que el docente puede realizar se sugieren:

1. ¿Cuál de estas bebidas es su favorita?, ¿por qué?, ¿creen que tiene que ver algo con la imagen del producto (colores, personajes, slogan)?
2. ¿Cuál de las imágenes publicitarias que vemos es la más efectiva en relación con el propósito que tiene?
3. ¿Qué tipos de valores quieren resaltarse en las imágenes publicitarias (cualidades nutritivas, emociones, satisfacción de una necesidad)?

Posteriormente a la primera socialización, los estudiantes se organizan en grupos de 4 a 5 personas para discutir una imagen en específico asignada al azar. La discusión ronda en torno a las preguntas que el profesor hizo en la primera ronda general. Como producto se propone a los estudiantes realizar una breve síntesis de la discusión realizada, haciendo hincapié en resaltar los diferentes puntos de vista expuestos y los argumentos, en cada caso. Sobre los argumentos se formula identificar los tipos de argumentos utilizados y analizar su validez.

2) Proyecto De Aula: ALIMENTOS

En concordancia con el proyecto sobre bebidas, en este proyecto sobre imágenes publicitarias sobre alimentos se utilizan imágenes de productos cuyo referente y consumidor final son niños. En este caso, se procuró encontrar imágenes que fueran mucho más sugerentes y estimulantes visualmente, de modo que se pueda reflexionar sobre dicha sugestión causada desde determinados elementos visuales que alteran y atraen la atención. En este sentido, para la primera socialización se formulan preguntas como las siguientes:

1. ¿Qué tipos de sensaciones generan las imágenes?
2. ¿De qué manera las imágenes pueden generar el deseo de comer?
3. ¿Qué otros significados pueden tener el acto de comer y el hambre?, ¿pueden tener un significado cultural?, ¿cómo valoramos el hambre, el apetito y los antojos?
4. ¿Qué tipos de recursos visuales son utilizados en estas imágenes publicitarias para generar la necesidad de consumir ese producto?
5. ¿Los productos que se publicitan son nutritivos?

Para la parte de socialización en grupos pequeños, nuevamente se formula la socialización de las preguntas antes abordadas, esta vez desde el análisis semiológico de una imagen en particular. En el ejercicio escrito, esta vez se propone escribir un nuevo eslogan para la imagen analizada. De esta manera se desarrolla la capacidad propositiva evaluada en la prueba de la lectura crítica.

Como actividad final y concluyente de esta primera fase de proyectos, se propone a los estudiantes socializar sus ideas, comentarios y observaciones sobre los dos primeros proyectos realizados. En este momento el profesor debe hacer especial énfasis en las impresiones e ideas que le permitan reformular o modificar las actividades tal como fueron planeadas para la siguiente fase. El propósito es que los siguientes proyectos tengan un carácter claramente participativo y que los estudiantes evidencien que, efectivamente, sus ideas son importantes y son implementadas en el desarrollo de las actividades. Por este motivo, se formula a los estudiantes de manera explícita proponer actividades o ejercicios que permitan enriquecer los proyectos posteriores.

3) Proyecto De Aula: EMOCIONES

En el primer proyecto de la fase de Fundamentación, el objetivo para el docente está formulado como: Favorecer en los estudiantes el nivel de lectura crítica, a partir de la elaboración de tres tipos de inferencias. Por lo tanto, el primer proceso a realizar por el docente en esta actividad es aclarar en una breve charla introductoria lo que se entiende como inferencia y cuáles son sus tipos. De esta manera los estudiantes pueden tener presente a lo largo del desarrollo de la actividad estos términos, con el fin de que los utilicen a lo largo de su argumentación y exposición de ideas.

Para los estudiantes, se propone como objetivo plantear inferencias de tipo enunciativo, referencial y macroestructural a partir de la lectura e interpretación de diversos anuncios publicitarios. Para lograr esto, las actividades propuestas están enfocadas en profundizar en el nivel de análisis de los significados y perspectivas presentes en las imágenes presentadas. En particular, las imágenes de este proyecto hacen referencia a temas vigentes y constantemente discutidos en escenarios públicos, como son el aborto, la crisis ambiental, la maternidad, la violación de derechos de los niños, el racismo.

Algunas imágenes, por su parte, contrastan por tener mensajes menos polémicos y más ligeros porque asocian productos con ideas sobre la felicidad y la diversión. Este tipo de contrastes son importantes y es evidencia de la pericia del docente encontrar signos, entre sus alumnos, de reconocimiento de la profundidad que hay entre una imagen y otra dependiendo de la temática abordada.

Como se puede apreciar, las imágenes de esta fase propician más la discusión en tanto que los temas que contienen son objetos de polémica social. Es importante que el docente también haga énfasis en la importancia que hay que identificar las diferentes perspectivas y puntos de vista que pueden estar presentes dentro de la discusión que suscite una imagen. Motivo por el cual las partes de socialización resultan clave para que los estudiantes identifiquen dentro del mismo grupo de compañeros, cómo estos temas son pensados según el sistema de creencias y valores de cada uno de los participantes.

En la segunda parte de la actividad se propone, por tanto, que en grupos conformados por 5 o 6 estudiantes, se ponga en discusión tanto la temática polémica y se discutan las posturas presentes entre los participantes acerca de la imagen y su contenido. Efectivamente, una de las partes fundamentales de la lectura crítica es tomar posición de manera argumentada. Por eso

este ejercicio implica, para cada estudiante, que haya reflexión profunda sobre el tema, que se asuma una postura sobre el mismo (a favor, en contra, o con precisiones) y que también reflexione sobre los posibles argumentos que tienen sus compañeros para asumir posturas que, posiblemente, sea contraria a la propia.

Para finalizar la actividad, se formula al grupo que creen una imagen en la que se realice un anuncio publicitario sobre el mismo tema identificado en la imagen que analizaron, y en la cual planteen una postura contraria a la de este anuncio. Para dicho ejercicio el docente puede estimular el meta aprendizaje motivando a los estudiantes a reflexionar sobre cuáles son los aprendizajes que han adquirido a lo largo del desarrollo de los proyectos y de qué manera los implementan en la elaboración de esta imagen. La actividad finaliza con una exposición de los avisos en el salón de clase para que todos los puedan apreciar y opinen cuáles de estos fueron los más polémicos, mejor valorados por sus cualidades visuales, entre otros puntos.

4) Proyecto De Aula: GÉNERO

La discusión sobre el género, principalmente dentro del escenario escolar, es una de las más vigentes hoy en día y es claro que, cada vez más jóvenes, los niños empiezan a formular ideas y reflexiones sobre las brechas que existen dentro de la sociedad o en la familia debido a la diferencia de género. En tanto que la lectura crítica apela, principalmente, a las problemáticas sociales actuales, la publicidad presentada acerca de este tema es sumamente rica en ejemplos sobre los cuales realizar inferencias.

Para matizar el problema acerca del género, es conveniente que el docente inicie la sesión aclarando términos y posturas acerca del problema de género para que los estudiantes comprendan desde dónde se originan estas discusiones. Posteriormente, se invita a los estudiantes a expresar sus opiniones sobre este tema y determinar si, a su edad y según sus propias vivencias, consideran que existen diferencias de género que los separen entre niños y niñas. Es importante recomendar que esta discusión se organice y oriente con el fin de que haya un ejercicio argumentativo provechoso y constructivo.

Posteriormente, en la parte propositiva del ejercicio se formula que los estudiantes elaboren un anuncio publicitario en el cual reflejen una problemática de género presente en el salón de clase, con el objetivo de motivar a la reflexión y concientizar sobre la importancia de

disminuir las brechas de género. Al finalizar la actividad, se motiva a los estudiantes a que discutan sus opiniones sobre los productos presentados, resaltando el tipo de inferencias que se pueden realizar por cada uno de estos avisos elaborados.

Para concluir la segunda fase de Fundamentación se invita a los estudiantes a que elijan uno de las imágenes publicitarias realizadas en cualquier de los dos proyectos de aula realizados, y que escriban un párrafo de análisis crítico de dicha imagen en la que se reflejen los conocimientos adquiridos a lo largo del desarrollo del proyecto.

5) Proyecto De Aula: EVENTOS- CONCURSOS INTER-CURSOS Terminación/

En la última fase de cierre se profundiza en el desarrollo de inferencias argumentada, con profundidad y solidez. En particular, el objetivo pedagógico propuesto para el docente es reconocer el proceso de lectura crítica desarrollado en los estudiantes a partir del uso de determinadas inferencias y elementos propios del texto (colores, ejes etc.). Por lo tanto, se entiende que el objetivo propuesto para los estudiantes que logren identificar las inferencias y estrategias en la comprensión del texto que se lee.

Para culminar con el proceso realizado a lo largo de los diferentes proyectos de aula, se ha elegido a la escuela como el contexto para propiciar una reflexión sobre los elementos comunicativos asociados con este ámbito. Tal como su nombre lo indica, el proyecto de aula se formula en la promoción de la celebración de actividades que incluyen a toda la comunidad académica. Esto quiere decir que los estudiantes se enfrentan ante el reto de utilizar todos los recursos y habilidades que tienen para comunicarse asertivamente ante sus compañeros y profesores.

Como etapa preparatoria, se inicia con una actividad en grupos de 4 a 5 personas, en los que se propone realizar un análisis lingüístico y semiológico de una imagen asignada al azar. Este análisis implica que los estudiantes también asuman una posición y lleguen a un consenso en relación con la valoración de la imagen estudiada. Dicha valoración implica que se reflexione acerca de cómo son representados los niños, cómo es representada la escuela, y la efectividad y contundencia de la imagen para lograr su propósito comunicativo.

Para el desarrollo de la actividad del diseño del aviso publicitario final, los estudiantes deben tener muy en cuenta que este afiche debe cumplir con todos los elementos y tener todas las cualidades necesarias de manera que su contenido y mensaje esté destinado para los estudiantes de primaria del Colegio San Luis. El aviso a elaborar debe ser referente a un concurso, evento o campeonato inter cursos que se realice a lo largo del año escolar. El resultado propuesto por cada grupo se expone para la comunidad educativa.

La conclusión sobre esta actividad y todo el proceso llevado a cabo durante el desarrollo de todos los proyectos de aula es una reunión de socialización, evaluación y autoevaluación del proyecto, en general. Principalmente se tienen muy en cuenta los comentarios, observaciones y aportes que cada uno de los estudiantes haga para mejorar el diseño de la propuesta.

Para finalizar, a continuación, se presenta el plan de actividades de la propuesta.

Tabla 7. Plan de actividades de la propuesta

PEDAGOGIA DE PROYECTOS PEDAGÓGICOS		Objetivos pedagógicos/didácticos		Objetivos Investigativos	Tiempos	Actividades
		Docente (pedagógico)	Estudiante (didáctico)			
1) Proyecto De Aula: <i>BEBIDAS</i>	Sensibilización	Identificar las formas como el estudiante se aproxima a la lectura de diversos textos publicitarios.	Realizar un recorrido por la lectura de imágenes y gráficos a partir de algunos anuncios publicitarios. Participar en la planeación y desarrollo de los proyectos-situaciones auténticas.	1) Analizar de manera crítica y articulada con el contexto de los estudiantes el discurso publicitario desde su dimensión lingüística y semiótica.	30 min	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de Textos /interpretación. • Diálogos/intervenciones de los estudiantes
2) Proyecto De Aula: <i>ALIMENTOS</i>						
3) Proyecto De Aula: <i>EMOCIONES</i>	Fundamentación	Favorecer en los estudiantes el nivel de lectura crítica, a partir de la elaboración de tres tipos de inferencias.	Plantear inferencias de tipo enunciativo, referencial y macroestructural a partir de la lectura e interpretación de diversos anuncios publicitarios.	2) Caracterizar las estrategias discursivas e ideológicas que hacen uso de la semiótica en el discurso publicitario como forma de apoyo a los procesos lectores.	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Registro audiovisual • Diálogos/intervenciones de los estudiantes. <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de elaboración de anuncios
4) Proyecto De Aula: <i>GÉNERO</i>						
5) Proyecto De Aula: <i>EVENTOS-CONCURSOS INTER-CURSOS</i>	Terminación/cierre	Reconocer el proceso de lectura crítica desarrollado en los estudiantes a partir del uso de determinadas inferencias y elementos propios del texto (colores, ejes etc.).	Identificar las inferencias y estrategias en la comprensión del texto que se lee. Alcanzar proceso de transferencia en la lectura de otros tipos de textos publicitarios.	3) Diseñar la articulación de los discursos publicitarios en los procesos pedagógicos de lectura como forma de mejora del aprendizaje en los estudiantes de quinto de primaria del Colegio San Luis.	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogos/intervenciones de los estudiantes. <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de elaboración de anuncios

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones y Recomendaciones

En esta investigación se ha presentado el diseño de una propuesta pedagógica para promover el mejoramiento de los procesos de comprensión de lectura y de lectura crítica a través del análisis del discurso publicitario en los estudiantes de quinto de primaria del colegio San Luis del municipio de Aratoca. Se resalta, en primer lugar, la importancia de abordar y comprender los textos de distintas maneras, y en segundo lugar con la posibilidad de crear diferentes tipos de interpretaciones a través de una comprensión multimodal, en la cual interactúan los símbolos, las imágenes y las palabras. Así, los textos se trabajan a través de diversas intenciones, pues se pueden relacionar de frentes maneras, generando mayor interés por la lectura.

Se considera importante realizar un breve recuento de los objetivos específicos desarrollados a lo largo de la investigación, de manera que sea posible destacar los resultados obtenidos en cada uno de ellos. En primer lugar, fue posible analizar, de manera crítica y articulada con el contexto de los estudiantes, el discurso publicitario desde su dimensión lingüística y semiótica. Dicho objetivo se cumplió mediante la construcción de un marco referencial, en el cual se identificó el contexto puntual en el cual se desarrolló la investigación; así como con la revisión de los antecedentes y las fuentes teóricas y conceptuales que permitieron consolidar unas bases desde las cuales estructurar el proyecto pedagógico.

En segundo lugar, la caracterización de las estrategias discursivas e ideológicas que hacen uso de la semiótica en el discurso publicitario como forma de apoyo a los procesos lectores, permitieron establecer cuáles son las principales herramientas de las que el docente y los estudiantes disponen para aproximarse al análisis lingüístico y semiológico. Se identificó que los temas que suscitan el debate por su carácter polémico son los que más aportan en el desarrollo de la lectura crítica porque exige: asumir una postura personal ante el tema debatido; tener en cuenta las diferentes perspectivas que pueden manifestarse sobre el mismo tema; reconocer la posibilidad de la diferencia y la confrontación dentro de una discusión argumentada; e identificar la importancia y riqueza de tener una postura argumentada para expresar opiniones.

Se diseñó la articulación de los discursos publicitarios en los procesos pedagógicos de lectura como forma de mejora del aprendizaje en los estudiantes de quinto de primaria del

Colegio San Luis. Para lograr esto, se realiza un proceso de trabajo conjunto y participativo entre docente y estudiantes en el que constantemente se abrió espacio para el diálogo y la retroalimentación.

Por tanto, al aplicar la propuesta que se ha diseñado es posible mejorar la motivación de los estudiantes, con el fin de promover su comprensión. Al mismo tiempo, teniendo en cuenta que los textos publicitarios están relacionados con un contexto y un conjunto de situaciones específicas, se puede fomentar un tipo de lectura más crítica desde la cual se analizan los problemas que hacen parte de un entorno específico. Por otro lado, en la propuesta se establece el desarrollo del trabajo colaborativo para integrar a los estudiantes y promover conocimientos conjuntos sobre el entorno, y se generan también actividades mediadas por actividades dinámicas y lúdicas, lo cual genera como resultado mayor atención y procesos de interacción participativa.

Se orientan también estrategias novedosas de aprendizaje, en la medida en que se reconocen limitaciones en las clases y se plantean propuestas innovadoras para los docentes y los estudiantes, enfocadas centralmente en el desarrollo de la creatividad. Lo anterior se establece en la medida en que se orienta el desarrollo de una propuesta integral, enfocada el uso de textos que son llamativos para los estudiantes, que pueden conectar con sus vivencias y que los obligan a tomar una posición con respecto al mensaje y al contenido. De esta forma se genera un proceso de lectura más crítico, personal e interpretativo, lo cual resulta fundamental para promover el desarrollo de la comprensión de lectura.

En este sentido, se recomienda aplicar la propuesta en el colegio San Luis, para mejorar el desarrollo de la comprensión lectura a partir del uso de los textos publicitarios. Para ello se han propuesto una serie de instrumentos evaluativos que deben ser aplicadas a lo largo de la implementación de la propuesta, para de esta manera orientar nuevas estrategias de cambio que se articulen con las prácticas pedagógicas en la institución. Los resultados que se obtengan a partir de la aplicación de la propuesta pueden ayudar a favorecer nuevos espacios de desarrollo, teniendo en cuenta que la lectura se puede abordar de diferentes maneras, y estableciendo de esta manera un proceso que se enriquece tomando como eje elementos asociados a la era digital y a la multimodalidad.

Finalmente, se recomienda desarrollar las actividades tal y como se han planteado en la presente investigación, utilizando las pruebas y los textos que se han presentado, los cuales se han seleccionado teniendo en cuenta la importancia de hacer uso de contenidos interesantes para los estudiantes, que despierten su motivación y que les permitan generar procesos de construcción de los conocimientos más significativos. De esta manera, la lectura crítica puede establecerse como una herramienta que le permita a los estudiantes desarrollar capacidades en lo que tiene que ver con la resolución de problemas, toma de decisiones y construcción de una sociedad cada vez mejor.

4.10 Recomendaciones

Como recomendaciones a tener en cuenta en implementaciones futuras que se hagan del presente proyecto, se formula, inicialmente, la posibilidad de ampliar la cantidad de actividades a desarrollar incluyendo otros ejes temáticos. Entre dichos ejes temáticos pueden estar presentes aspectos como el proyecto de vida, las nuevas formas de vivir la infancia o la juventud tras la pandemia (aprendizaje virtual, confinamiento, entre otros aspectos), o aspectos puntuales relacionados con las problemáticas sociales que existen en la localidad donde se encuentra ubicado el Colegio.

Efectivamente, la lectura crítica es un proceso que hace que casi cualquier producto de la comunicación sea susceptible de análisis e interpretación. En este sentido, se formula ampliar los recursos, herramientas y medios a través de los cuales obtener bases de datos de imágenes, o medios para analizarlas. Las redes sociales, y elementos como los memes, stickers o videos de tik tok pueden ser recursos ricos para estimular el análisis.

Referencias

- Alonso, M., y Matilla, L. (2000). *Imágenes en acción: análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*. Madrid: Akal.
- Arancibia, M., Illanes, O., y Manghi, D. (2015). Enfoque multimodal: los recursos semióticos visuales para la mediación pedagógica en un aula de estudiantes sordos. *Diálogos educativos*, 15, 34-53.
- Araya, C. (2013). Sinergia entre representaciones sociales y multimodalidad: análisis crítico de un discurso publicitario audiovisual. *Contextos*(29), 43-57.
- Archer, A. (2010). Multimodal texts in Higher Education and the implications for writing pedagogy. *English in Education*, 44(3), 201-213.
- Ardila, D., y Cruz. (2014). Estrategia didáctica para desarrollar competencias lectoescritoras en estudiantes de primer grado de básica primaria.
- Area, M. (2010). ¿Por qué formar en competencias informacionales y digitales en la educación superior? *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 7(2), 2-4.
- Arenas, A., y Gómez, K. (2013). 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 <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistausingenierias/article/view/3714/4217>
- Armenteros, M. (2006). Hipermedia y aprendizaje. *Ícono*, 14(7), 1-10.
- Augé, M. (2000). *Los no lugares: espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Ávila, R., Giral, B., y Sánchez. (2015). Aproximación a la lectura crítica en el contexto de la red social Facebook en estudiantes de 9º grado de los colegios: Gimnasio Campestre Santa Sofía y el Instituto Colombo Sueco.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Betancur, G., y Moreno, D. (2014). *Habilidades cognitivas en la escritura de textos multimodales: estudio exploratorio con estudiantes en educación básica primaria*. Medellín: Universidad de Antioquia.

- Bisquerra, R. (2004). Metodología de la investigación educativa. Universidad de Barcelona. Editorial la Muralla. 2004. p.336
- Boudon, E., y Parodi, G. (2014). Artefactos multisemióticos y discurso académico de la Economía: construcción de conocimientos en el género Manual. *Revista signos*, 47(85), 164-195.
- Buendía, L., Colás, P. y Hernández, F. (1998). Métodos de Investigación en Psicopedagogía. Madrid: McGraw-Hill.
- Cassany, D. (2000). De lo analógico a lo digital: el futuro de la enseñanza de la composición. *Lectura y vida*, 21(4), 1-10.
- Cassany, D. (2003). Taller de escritura: propuesta y reflexiones. *Revista Lenguaje*. 2003;(31): 59-77.
- Cassany, D. (2004). Explorando las necesidades actuales de comprensión. Aproximaciones a la comprensión crítica. *Lectura y vida*. 2004; año XXV (2): 6-23.
- Cassany, D. (2005). Investigaciones y propuestas sobre literacidad actual: multiliteracidad, internet y criticidad. *Congreso Nacional Cátedra UNESCO para la lectura y la escritura* (págs. 1-10). Concepción: Universidad de Concepción.
- Cassany, D., y Ayala, G. (2008). Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. *CEE Participación educativa*(9), 53-71.
- Cassany, D., y Ayala, G. (2008). Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. *CEE Participación educativa*(9), 53-71.
- Cassany, R (2006) *Tras las líneas sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama,
- Castro, E., y Rodríguez, S. (1997). Penélope. La investigación en ciencias sociales. Más allá del dilema de los métodos. Editorial norma. Colombia. 1997. ISBN 958-9057-72-1. p.220.
- Castro, M., Sánchez., Leudo., González., y Castellanos, W. (2015). Resignificación de saberes ancestrales en la escuela. *Plumilla Educativa*, 16(2), 221-236.
- Catalá, M. (2002). Presencia del imaginario colectivo en los discursos publicitarios contemporáneos: Imaginarios del consumo. *Cuadernos aragoneses de economía*, 12(1), 169-178.

- Chaverra, D., y Bolívar, W. (2016). Escritura multimodal digital, formas alternativas de comunicación y su incidencia en el aprendizaje de estudiantes de Educación Básica Primaria. *Revista Lasallista de Investigación*, 13(1), 181-187.
- Chaverra, D., y Gil, C. (2017). Habilidades del pensamiento creativo asociadas a la escritura de textos multimodales: instrumento para su evaluación en la Escuela Básica Primaria. *Folios*, 1(45), 3-15.
- Cope, B., y Kalantzis, M. (2010). "Multialfabetización": nuevas alfabetizaciones, nuevas formas de aprendizaje. *Boletín de la Asociación de Bibliotecarios*(98-99), 53-91.
- Cope, B.; Kalantzis, M. (2009). Multiliteracies: New Literacies, New Learning. *Pedagogies: An International Journal*, 4, 164-195.
- Courtés, J. (1979). "Vuelque chose qui ressemble á un ordre". En Introduction á l'analyse du discours en sciences sociales (Greimas, A. J. y Landowski, E. Editores). Hachette, París.
- Daly y Unsworth (2011). Analysis and comprehension of multimodal texts. *Journal of Language and Literacy*, 34(1), 61–80.
- Del Río, J. (1992). Los hipertexto, hipermedia, hi-perdocumento: Una revolución creativa, en la informática docu-mental. *Revistas científicas complutenses*(15), 83-99.
- Díaz, C. (2004). Teoría y metodología de los estudios de la mujer y el género. Policopiado, Neuquén, Octubre 2004
- Dussel, I., y Quevedo, L. (2010). *Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*. Buenos Aires: Santillana.
- Eco, U. (1968). La estructura ausente. Barcelona: Lumen
- Facione, P. A., Gittens, C. A., & Facione, N. C. (2016). Cultivating a critical thinking mindset. *Academia. Edu. Weekly Digest*, 28.
- Farías, M., Obilinovic, K., y Orrego, R. (2010). Modelos de aprendizaje multimodal y enseñanza-aprendizaje de Lenguas Extranjeras. *UTE: Revista de Ciencias de l'Educaio*(2), 55-74.
- Ferreiro, E. (1986). The interplay between information and assimilation in beginning literacy. *Emergent literacy: Writing and reading*, 15-49.

- Ferreiro, E., y Teberosky, A. (1991). Los sistemas de escritura en el desarrollo del niño. Siglo XXI.
- Ferrés, J. (2000). La cultura del espectáculo. Barcelona: Paidós.
- Freire, P. (2014). Pedagogía de la esperanza: un reencuentro con la pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores México.
- García, A. (2016). La formación lectora y los fanfictions: análisis de los procesos de cooperación y recepción textuales. En A. Díez, V. Brotons, D. Escandell, y J. Rovira (Edits.), *Aprendizajes plurilingües y literarios: nuevos enfoques didácticos* (págs. 969-974). Alicante: Universidad de Alicante.
- García. (2015). Algunas reflexiones pedagógicas sobre la comprensión de textos multimodales. *RECIAL*, 8(6), 1-18.
- Giraldo, M. (2017). El discurso publicitario: una ventana de acceso a la lectura crítica (p.29). Universidad Pedagógica Nacional. Facultad de Humanidades Licenciatura en Español y Lenguas Extranjeras. Bogotá, D.C. Disponible en: <http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/3252/TE-20596.pdf?sequence=1&isAllowed=>
- González, J. (2013). Alfabetización multimodal: usos y posibilidades. *DEHESA*, 32(1), 91-113.
- González, L., y Parra, L. (2016). La lectura de anuncios publicitarios: Hacia la búsqueda de construcción de sentido. Universidad Distrital Francisco José de Caldas Facultad de Ciencias y Educación Maestría en Pedagogía de la Lengua Materna.
- Greimas, J. (1971) *Semántica Estructural*. Madrid: Editorial Gredos, S.A
- Guardo, E., Luna, C., y Pereira, R. (2014). Club de lectores: Una estrategia desde la literatura infantil para el mejoramiento del proceso lector en los estudiantes de 3° grado de la institución educativa técnica de pasacaballos. Universidad de Cartagena en convenio Universidad del Tolima. Recuperado de: <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/2500/1/CLUB%20DEL%20LECTOR.pd>

- Guerrero, J., Lasso, L., Navarro, C., & Yela, J. (2011). Mejoramiento de la comprensión lectora a través de textos con imágenes, con estudiantes de grado sexto de la Institución Educativa Juan Pablo II en el Municipio de Nariño.
- Gutiérrez, I., y Arce, A. (2015) Investigación Acción una Estrategia de Reflexión participativa para fortalecer las academias del Docente Universitario en UAN. Universidad Autónoma de Nayarit Ciudad de la Cultura Amado Nervo Boulevard Tepic-Xalisco S/N C.P. 63190 Tepic, Nayarit. México. Disponible en internet: https://www.ecorfan.org/proceedings/CDU_V/CDUV_6.pdf
- Guzmán, F. (2016). La alfabetización multimodal en la Educación Superior. En A. Camacho, *La alfabetización multimodal: nuevas formas de leer y escribir en el entorno digital* (págs. 17-32). Madrid: Síntesis.
- Henao, O. (2006). Evidencias de la investigación sobre el impacto de las tecnologías de información y comunicación en la enseñanza de la lecto-escritura. *Revista Educación y Pedagogía*, 18(44), 71-88.
- Henao, O., y Zapata, D. (2002). *La enseñanza virtual en la Educación Superior*. Bogotá: ICFES.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (1997). Metodología De la Investigación. Mcgraw-Hill.
- ICFES (2016). Guía de Orientación Módulo de Lectura Crítica. 2016-2. Tomado de: <https://www.icfes.gov.co/documents/20143/494634/Guia%20de%20orientacion%20modulo%20lectura%20critica%20saber%20pro%202016%202.pdf>
- Infante De La Rosa, M. Y. (2016) Fortalecimiento del modelo de gestión educativa estratégica a partir del diálogo reflexivo con los directivos de nivel primaria. Universidad Pedagógica Nacional Unidad 098, D.F. oriente. México, D.F. Recuperado de: <http://xplora.ajusco.upn.mx:8080/xplora-pdf/Infante%20de%20la%20Rosa,%20Martha%20Yazmin.pdf>
- Iriarte, F. (2004). *Influencia de diferentes tipos de hipertextos en la comprensión lectora*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Jiménez, J. (2013). *Desarrollo de la comprensión lectora de textos multimediales en una lengua extranjera mediante la enseñanza de estrategias de lectura*. Medellín: Universidad de Antioquia.

- Johnson, D., y Kress, G. (2003). Globalization, literacy, and society. *Tedesigning pedagogy and assessment. Assessment in education, 10*(1), 5-14.
- Jorba, J., y Sanmartí, N, (1992): «L'avaluació: una peça clau del dispositiu pedagògic.» *Guix*, n. 182, pp. 39-48.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the new age*. London and New York: Routledge.
- Kress, G. (2005). *El alfabetismo en la era de los nuevos medios de comunicación*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Kress, G. (2009). *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. Londres: Routledge.
- Kress, G. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. London y New York: Routledge.
- Kress, G., y Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold.
- Landow, G. (1995b). *El hipertexto: la convergencia entre la teoría crítica literaria y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- Leal, G. J. (2011). La Autonomía del Sujeto Investigador y la Metodología de Investigación. 3^{era}. Edición. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/juancarlosaponterivas9/la-autonoma-del-sujeto-investigador-y-la-metodologa-de-investigacin-pdf>
- Lerma, C. (2007). *El derecho a la educación en Colombia*. Buenos Aires: Flape.
- Lomas, C., Osoro, A., y Tusón, A. (1993). *Ciencias del lenguaje, competencia comunicativa y enseñanza de la lengua*. Barcelona: Paidós.
- Lotman, I. (1998). *Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio. La semiósfera II*, Ed. Frónesis, Cátedra Universitat de Valencia, España.
- Luke, A. (2006). Teaching after the market. In *Ideology, curriculum, and the new sociology of education* (pp. 115-144). Routledge.
- Manghi, D. (2013). Representación y comunicación del conocimiento en Educación Media: análisis multimodal del discurso de materiales utilizados para la enseñanza escolar de la historia y la biología. *Onomázein: Revista semestral de lingüística, filología y traducción*(27), 35-52.

- Manghi, D., González, D., Echevarría, E., Marín, C., Rodríguez, P., y Guajardo, V. (2013). Leer para aprender a partir de textos multimodales: los materiales escolares como mediadores semióticos. *REZE: Revista de estudios y experiencias en educación*, 12(24), 77-91.
- Marín, M., y Gómez, D. L. (2015). La lectura crítica: un camino para desarrollar habilidades del pensamiento.
- Márquez, C., Izquierdo, M., y Espinet, M. (2003). Comunicación multimodal en la clase de ciencias: el ciclo del agua. *Enseñanza de las ciencias*, 21(3), 371-386.
- Martín, S. (2012). Multimodalidad y estrategias discursivas: un abordaje metodológico. *ALED*, 12(1), 57-73.
- Ministerio De Educación Nacional (2011). Plan Nacional de Lectura y Escritura de educación inicial, preescolar, básica y media. Bogotá: Subdirección de Fomento y Competencias. Recuperado de http://www.colombiaaprende.edu.co/html/micrositios/1_752/articulos-317417_base_pnl.pdf.
- Monsalve, M. (2012). Habilidades argumentativas en la producción de textos con características discursivas multimodales. *Congreso Iberoamericano de las Lenguas en la Educación y en la Cultura/IV Congreso Leer.es* (págs. 1-31). Salamanca: Congreso Iberoamericano de las Lenguas en la Educación y en la Cultura.
- Monsalve, M. (2015). Estado del arte de la investigación sobre argumentación y escritura multimodal desde una perspectiva didáctica. *Revista Lasallistas de investigación*, 12(1), 215-224
- Muñoz, Á., y Ocaña-De-Castro, M. (2017). Uso de estrategias metacognitivas para la comprensión textual. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (29), 223-244.
- Nemirovsky, M. (1999). Sobre la enseñanza del lenguaje escrito: y temas aledaños. Ciudad de México: Paidós.
- O'Halloran, K. (2012). Análisis del discurso multimodal. *ALED*, 12(1), 75-97.
- Pardo, S., Arévalo, L. y Quiázua F. (2014). Desarrollo de pensamiento crítico a partir de rutinas de pensamiento en niños de ciclo I de educación (Master's thesis, Universidad de La Sabana).

- Patton, M. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage.
- Peña, C., y Pirela, M. (2007). La complejidad del análisis documental *Información, Cultura y Sociedad*. o. 16 (Pgs. 55-81). Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/17138/1/ICS16%20p55-82dos.pdf>
- Peñuela, Y. (2011). Plan lector: motivación hacia la lectura y la escritura de los estudiantes de segundo grado de primaria (Bachelor's thesis, Universidad Libre).
- Pérez, A. (2011). Escuela 2.0.: educación para el mundo digital. *Revista de estudios de juventud*(92), 63-86.
- Pérez, M. (2013). Leer y escribir en la escuela: algunos escenarios pedagógicos y didácticos para la reflexión. Bogotá: Grupo de Procesos Editoriales de la Secretaría General del ICFES.
- reflexión y la práctica. *Acción Pedagógica*, 58 - 68.
- Regalado, O. (2014). 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>
- Reyes, F. (2014). *La lectura crítica de textos multimodales en estudiantes de cuarto año medio: una apuesta didáctica*. Chillán: Universidad del Bío-Bío.
- Rodríguez, G., y Gil, G. (1996). Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe.
- Rojas, D. (2013). *La lectura de textos multimodales en el contexto de proyectos de aprendizaje en la Escuela Primaria*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Rojas, D. (2013). *La lectura de textos multimodales en el contexto de proyectos de aprendizaje en la Escuela Primaria*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Romero, M. (2019). La lectura crítica a través del análisis del discurso publicitario.
- Romero, V. (2005). Publicidad y consumo. *Revista Comunicología@: indicios y conjeturas*, 1(3).
- Rubilar, C. (2013). *Metacognición y textos expositivos multimodales causa efecto: un proyecto didáctico para el aprendizaje de la competencia lectora en estudiantes de 6 año básico*. Santiago: Universidad del Bío.

- Rueda, R. (2003). *Para una pedagogía del hipertexto: una teoría de la deconstrucción y la complejidad*. Mallorca: Universidad de las Islas Baleares-Palma Mallorca.
- Sabich, M. (2014). Un abordaje de textos multimodales en la cultura de la convergencia. *IV Jornadas de Becarios y Tesistas* (págs. 1-21). Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Sandoval, C. (2002). Módulo de investigación social. Bogotá: Arfo, 2002. p, 139.
- Serrano, S., y Madrid, A. (2007). Competencias de lectura crítica. Una propuesta para la
- Solé, I. (1998). Estratégias de leitura. trad. Cláudia Schilling, 6.
- Solé, I., Gómez, N. C., García, M. G., & Datsira, S. E. (2006). Aprender psicología a través de los textos. *Anuario de psicología/The UB Journal of psychology*, 157-176.
- Solís, A. (2003). El análisis documental como eslabón para la recuperación de información y los servicios. <http://www.monografias.com/trabajos14/analisisdocum/analisisdocum.shtml> [Consulta: 5 de octubre 2003]
- Tiching, G. (2017). El Blog de Educación y TIC. 10 estrategias educativas para trabajar la comprensión lectora. Recuperado de: <http://blog.tiching.com/10-estrategias-educativas-trabajar-la-comprension-lectora/>
- Tobón, S. (2007). El enfoque complejo de las competencias y el diseño curricular por ciclos propedéuticos. *Acción pedagógica*, 16(1), 14-28.
- Tomasevski, C. (2004). El derecho a la educación en Colombia. Informe de la relatora especial de la ONU, *En educación y Cultura*, (65), 30.
- Triana, O. L. (2017). La imagen publicitaria en los procesos de lectura crítica en la media técnica.
- Tufanelli, L. (2010). *Comprender ¿Qué es? ¿Cómo funciona?* Madrid, España: Narcea, s. a. de ediciones.
- Unsworth, L. (2001). *Teaching Multiliteracies across the curriculum: changing contexts of Text and Image in Classroom practice*. Philadelphia: Open University Press.
- Van Dijk, T. (1994). Modelos en la memoria. El papel de las representaciones de la situación en el procesamiento del discurso. *Revista Latina de Pensamiento y Lenguaje*, 39-55.

- Vanthier, H., & Abry-Deffayet, D. (2009). *L'enseignement aux enfants en classe de langue*. Paris: CLE International.
- Villa, N. (2008). Propuesta de alfabetización visual para estudiantes de educación básica apoyada en recursos hipermediales. Un aporte a la comprensión lectora. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 31(1), 207-225.

Anexos

ANEXO A. Prueba Diagnóstica

PRUEBA DAGNÓSTICA PARA RECONOCIMIENTO DEL NIVEL DE LECTURA



LOS TEXTOS PUBLICITARIOS COMO ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE BÁSICA PRIMARIA DEL COLEGIO SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE ARATOCA, SANTANDER

OBJETIVO PROPUESTO:

Identificar los diferentes niveles de lectura que alcanzan los estudiantes en quinto grado del colegio San Luis

Observa y lee el siguiente afiche y responde la pregunta 1



1. Después de leer este afiche en su colegio, una estudiante 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 la siguiente ilustración y responde la pregunta 2



2. ¿Cómo sabemos que el pan se quemó?

- A. Por la expresión de sorpresa del niño después del accidente.
- B. Porque el niño habla del mal funcionamiento de los aparatos.
- C. Porque las imágenes 3 y 4 muestran el humo que sale del pan.
- D. Porque el pan duró tres minutos en el horno y por eso se quemó.

Pipe viaja por carretera con sus padres y su hermanita Diana. Él ve muchas señales de tránsito durante el trayecto, pero no sabe el significado de algunas, como ésta.



3. El significado correcto de la señal que mira Pipe es

- A. Hay un hospital cerca.
- B. Hay una iglesia cercana a la señal.
- C. Hay riesgo de sufrir un accidente grave.
- D. La iglesia está a dos kilómetros.

Lee con atención el siguiente texto:

Nuestro colegio está de aniversario

Todos los niños y niñas del colegio están invitados a participar de la celebración de nuestro aniversario el próximo sábado 10 de septiembre de 2011.

La fiesta se realizará en las instalaciones del colegio. La celebración empezará a las 3:00 p.m. Se venderán empanadas, tamales y lechona. Si tienes un perro o una tortuga, tráelos para que participen en los concursos de carreras de mascotas, terminaremos en la noche con fuegos artificiales.





No te pierdas este gran evento, seguro nos vamos a divertir.

¡¡Nos vemos el 10 de septiembre!!

4. ¿En qué lugar no es adecuado encontrar el texto anterior y por qué?

- A. En la cartelera del colegio, porque no a todos los estudiantes les gusta leer la cartelera
- B. En un volante que entregan en clase, porque fácilmente los estudiantes los pierden

- C. En el periódico estudiantil, porque lo leerían muchas personas ajenas al colegio
- D. En una tienda cercana al colegio, porque no todas las personas que lo leen son del colegio

5. ¿Cuál es la idea del texto anterior?

- A. La celebración del aniversario del colegio empezará a las 3: de la tarde
- B. El 10 de septiembre del colegio tendrá fuegos artificiales por su aniversario
- C. Convencer a los estudiantes para asistir a la celebración del aniversario del colegio
- D. Habrá carreras de mascotas el día del aniversario del colegio

6. Observa con atención las siguientes imágenes. ¿Cuál de ellas NO encontrarías en un supermercado?

A.



B.



C.



D.



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

7. ¿Para qué crees que la alcaldía hizo el anterior anuncio?

- A. Motivar el deporte en la comunidad
- B. Organizar un paseo a "Cerro Verde"
- C. Conocer al alcalde del municipio
- D. Incentivar el deporte en los estudiantes

Observa con atención cada una de las imágenes:



8. ¿Qué programa de radio está escuchando cada niño?

- A. Julián, una noticia; Beatriz, un concurso de canto y David un segmento deportivo
- B. David, una noticia; Beatriz, un concurso de canto y Julián un segmento deportivo
- C. David, una noticia; Beatriz un programa musical y Julián un segmento deportivo
- D. David, una noticia; Julián un programa musical y Beatriz un segmento deportivo


Responde las preguntas 9 y 10 de acuerdo con el siguiente texto:

¡Los niños reciclamos para un mundo mejor!

Primera Feria Escolar del Medio Ambiente

Escuela "Gabriel García Márquez"

Durante la semana del 25 al 30 de Septiembre de 2012 realizaremos en nuestro colegio diferentes actividades para que juntos trabajemos por el medio ambiente.



Podrás participar en:

- Concursos
- Competencias deportivas
- Exposiciones artísticas
- Juegos
- Conversatorios y conferencias
- Y mucho más...

Para mayor información comunícate con el representante de tu grupo en el comité ambiental o con la profesora Julia Reyes.

Organiza: Comité Ambiental Escolar.

9. 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?

- A. En la sala de profesores, porque la información va dirigida a ellos.
- B. En la entrada del colegio, porque casi nadie lee la información que allí se expone.
- C. En la cartelera principal de la escuela, porque en ella se pone mucha información.
- D. En la oficina de la rectora, porque allí pasan muchos estudiantes.

10. En el afiche de la feria ambiental se encuentra información acerca de:

- A. La profesora encargada y el lugar donde se puede encontrar.
- B. El tipo de evento, la fecha de realización y los responsables.
- C. Los tipos de actividades y las horas en que se realizan.
- D. Los estudiantes que van a participar en la feria.

11. 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?

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: 4455667
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.

Observa el siguiente texto



La alcaldía municipal
y su secretario de deportes invitan a:

Final primer
torneo de fútbol mixto:
intercomunidades

Maestros colegio San José
Vs.
Madres comunitarias barrio Bella Vista

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.

12. 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.

13. Según el aviso quienes realizan la invitación al torneo de futbol mixto son:

- A. El alcalde y los maestros
- B. Los maestros y las madres de familia
- C. El secretario de gobierno y los maestros
- D. La alcaldía municipal y el secretario de deportes

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.

CASA CULTURAL LOS ALMENDROS
Invita a los colegios de la zona a participar en el
Festival del Talento Escolar 2013

Queremos conocer uno de tus talentos para:
**Danza, música, artes plásticas,
literatura, deportes y oratoria.**

- Incripciones: abril 2 a mayo 2.
- Audiciones y selección: mayo 15 al 30.
- Muestra de talentos y
ceremonia de premiación: Junio 10.

Informes tel. 312 3123123 o acércate a la Casa Cultural.
¡TE ESPERAMOS!

14.

Según la información que contiene el afiche, los estudiantes de todos los colegios del municipio de Los Almendros

- A. deben poseer los seis talentos presentados para poder participar.
- B. pueden participar con uno de sus talentos en el Festival.
- C. podrán participar en el Festival del Talento Escolar sin inscripción.
- D. serán premiados en el Festival del Talento Escolar solo por participar.

Para celebrar el Día de los Niños y las Niñas, algunos estudiantes llevaron afiches relacionados con el tema de los derechos de los menores.

15. Entre los siguientes afiches, el que NO trata este tema es:

A.



B.



C.




D.



16. En el afiche de la opción A la niña lleva frutas en sus manos porque:

- A. Va a preparar su desayuno
- B. Las frutas contribuyen con una sana nutrición
- C. Es comerciante de frutas diversas
- D. Lleva esas frutas para sus compañeros

Anexo B. Evaluación de la Prueba Inicial

CATEGORIAS EVALUADAS EN PREGUNTAS PRUEBA INICIAL		
		
LOS TEXTOS PUBLICITARIOS COMO ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE BÁSICA PRIMARIA DEL COLEGIO SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE ARATOCA, SANTANDER		
OBJETIVO PROPUESTO: Establecer el nivel de lectura en el que se encuentran los estudiantes del colegio San Luis del municipio de Aratoca		
NIVEL DE LECTURA	PREGUNTA	MATRICES REFERENCIA
LITERAL	1	Ubica en un texto escrito información puntual sobre ¿qué?, ¿quiénes?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿cómo?
LITERAL	2	Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos
INFERENCIAL	3	Elabora hipótesis de lectura global sobre los textos que lee.
CRITICO	4	Identifica características de la enunciación para cumplir con una intención comunicativa
CRÍTICO	5	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.
LITERAL	6	Ubica información relevante para dar cuenta de las relaciones entre eventos, agentes, pacientes, situaciones o fenómenos.
CRITICO	7	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.
LITERAL	8	Identifica el armazón o estructura del texto.
CRITICO	9	Identifica características de la enunciación para cumplir con una intención comunicativa
LITERAL	10	Ubica ideas puntuales del texto.
INFERENCIAL	11	Ubica en un texto palabras o expresiones que permiten describir o caracterizar, la forma física, el carácter, las acciones o las costumbres de un personaje.
CRITICO	12	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.
LITERAL	13	Ubica en un texto escrito información puntual sobre ¿qué?, ¿quiénes?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿cómo?

LITERAL	14	Ubica en un texto escrito información puntual sobre ¿qué?, ¿quiénes?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿porqué?, ¿cómo?
INFERENCIAL	15	Relaciona el contenido de un texto con otros textos
INFERENCIAL	16	Elabora hipótesis de lectura global sobre los textos que lee.

Icfes, Matriz de referencia 3,5,9, 11 Lenguaje Tomado de

https://aprende.colombiaaprende.edu.co/ckfinder/userfiles/files/articles-352712_matriz_1.pdf

Anexo C. Diario de Campo

COLEGIO	DIRECTOR DE GRADO		GRADO
FECHA	HORA DE INICIO		HORA DE FINALIZACIÓN
OBJETIVO DE LA SESIÓN :			
REFLEXIONES SOBRE LA PLANEACIÓN			
MOMENTO DE CLASE	ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL DOCENTE	ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL ESTUDIANTE	REFLEXIÓN
ACTIVACION SABERES PREVIOS			
ESTRUCTURACION			
PRÁCTICA			
TRANSFERENCIA			

Actividad para el diario de campo:

El docente colocará en las paredes del salón 5 afiches, estos serán observados y analizados por los estudiantes. Mientras tanto a su vez los estudiantes serán observados por el docente quién al finalizar la actividad, llenará su diario de campo a partir de haber observado el comportamiento de los estudiantes.

Las imágenes a imprimir como afiches, son:



Figura B-1. Decide Vivir-, Mejor Protégelo.

Fuente: Diario El Metropolitano, mayo de 2000.

Recuperado de:

http://ww2.educarchile.cl/Psu/estudiantes/Ejercicios.aspx?sector=3&nivel=1&eje_tem_sem=113



Figura B-2. Los estereotipos de género se arraigan en los niños y niñas a los 10 años.

Fuente: Getty. el pais.com, septiembre de 2017. Recuperado de:

https://elpais.com/elpais/2017/09/26/mas_papas/1506419592_704218.html



Figura B-3. Oreo. Instinto básico.

Fuente: Agencia de publicidad Cheil Worldwide, 2018.

<https://www.marketingdirecto.com/anunciantes->



Figura B-4. Cuidado con la información que revelan los niños.

Fuente: Vanguardia Liberal, 2017. <https://www.vanguardia.com/entre>


general/anunciantes/anuncios-que-pusieron-en-
aprietos-a-7-grandes-marcas

tenimiento/galeria/como-evitar-que-los-
ninos-caigan-en-redes-de-trata-de-
personas-DGVL413536




Figura B-5. Publicidad creativa – Nestlé. 23 octubre 2009. Fuente: Dimestika, Nestlé, 2009. Recuperado de: <https://blogalcuadrado.wordpress.com/page/5/>

Anexo D. Guía de preguntas para la entrevista semiestructurada a los docentes

 unab	
LOS TEXTOS PUBLICITARIOS COMO ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE BÁSICA PRIMARIA DEL COLEGIO SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE ARATOCA, SANTANDER	
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Establecer las concepciones y estrategias usadas por los docentes de la institución educativa para el fortalecimiento de la lectura crítica y del uso de las tipologías textuales	
FECHA DE LA ENTREVISTA:	AÑOS DE EXPERIENCIA:
GÉNERO:	EDAD:
HORA DE INICIO:	HORA DE FINALIZACIÓN:
CÓDIGO DEL ENTREVISTADO:	
INTRODUCCIÓN	
<p>Dado que los resultados del análisis de la presente entrevista son meramente académicos y su resultado se usará para proponer estrategias de mejoramiento en el aprendizaje y abordaje de la lectura crítica en el aula autoriza usted la grabación de esta entrevista? SI ____ NO</p>	
ENTREVISTA	
1. ¿Defina usted que es un 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 E. Cuestionario para la encuesta padres de familia

 <p>LOS TEXTOS PUBLICITARIOS COMO ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE BÁSICA PRIMARIA DEL COLEGIO SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE ARATOCA, SANTANDER</p>	
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Evidenciar las concepciones de los padres de familia sobre la publicidad y la influencia que esta genera en las decisiones	
FECHA DE LA ENTREVISTA:	EDAD
GÉNERO:	
HORA DE INICIO:	HORA DE FINALIZACIÓN:
CÓDIGO DEL ENTREVISTADO:	
INTRODUCCIÓN	
<p>Dado que los resultados del análisis de la presente entrevista son meramente académicos y su resultado se usará para proponer estrategias de mejoramiento en el aprendizaje y abordaje de la lectura crítica en el aula, ¿autoriza usted la grabación de esta entrevista?</p> <p>SI _____</p> <p>NO _____</p>	
ENTREVISTA	
¿Cuánto tiempo dedican a la lectura en familia?	
¿Podría mencionarme algunos tipos de textos que leen en su casa?	
¿Lee usted las etiquetas de los productos que compra para el hogar?	
¿Considera que sus gustos en las compras para el hogar son influenciados por la publicidad de los mismos?	
6. Cree usted que los resultados de los productos usados coinciden con la publicidad que ven?	
7. Que considera usted es lectura crítica	
8. Habla con sus hijos sobre la importancia de ser críticos al tomar decisiones	
9. Cree que la publicidad influye el comportamiento	
10. Profesor (a): ¿Reconoce usted qué tipo de discurso posee la publicidad?	

Anexo F. Criterios de evaluación

Criterios de evaluación	Desempeño Superior.	Desempeño básico.	Desempeño bajo.
LECTURA LITERAL			
1. Define personajes, acciones y eventos de manera objetiva y explícita.			
2. Caracteriza el anuncio publicitario como una narrativa historiable.			
3. Determina los roles actanciales en el anuncio publicitario.			
4. Evidencia la existencia de la situación de carencia, presentación del héroe y eliminación de la carencia en el anuncio publicitario dado por la docente.			
LECTURA INFERENCIAL			
1. Analiza relaciones de significación entre las figuras retóricas y el mensaje lingüístico.			
2. Establece relaciones de causa consecuencia en los anuncios publicitarios.			
3. Infiere de manera adecuada hechos y eventos en el mensaje publicitario.			
4. Define la diferencia entre elementos denotativos y connotativos del mensaje publicitario.			
5. Interrrelaciona conocimiento previo a la hora de analizar anuncios publicitarios fijos.			
6. Determina cuál es la influencia de la música en el discurso publicitario.			
LECTURA CRÍTICA			
1. Mantiene una postura crítica frente a cualquier discurso publicitario.			
2. Define cuáles son las intenciones del autor desde ocultamientos e incoherencias presentadas en el discurso publicitario.			
3. Diferencia adecuadamente entre ideologías y estereotipos.			
4. Determina los elementos hegemónicos presentes en un anuncio diferenciando in-group de out-group.			
5. Evalúa cuáles son las voces silenciadas en el discurso publicitario.			

Anexo G. Rubricas de evaluación

Tabla G-1. Rubricas de Evaluación

	1 INSUFICIENTE	2 APROBADO	3 NOTABLE	4 SOBRESALIENTE
1-OBSERVACIÓN Y DESCRIPCIÓN GENERAL Se trata de enumerar los elementos que componen el anuncio con el fin de tener una visión general antes del análisis detallado de sus componentes.	No hay descripción de ningún tipo, no enumera los elementos que componen el anuncio	La descripción es insuficiente y poco detallada, enumera algunos elementos que componen el anuncio	Hay una descripción general correcta aunque faltan algunos aspectos de detalle	La descripción general es completa y detallada, enumera todos los elementos que componen el anuncio, de manera muy asertiva
2-ANÁLISIS DE LOS COMPONENTES Analizar los componentes tanto en lo referido al texto como a la imagen e incidir en las más relevantes para el anuncio elegido	No se realiza el análisis de los componentes del anuncio y lo hecho es irrelevante	Se realiza un análisis parcial e insuficiente de lo referido en el texto como la imagen	Se realiza un análisis correcto. Faltan algunos elementos si bien no son los esenciales	El análisis de cada uno de los elementos es correcto y se recogen todos los aspectos relevantes de lo referido en el texto como a la imagen
3- IMAGEN Análisis de los elementos relacionados con la imagen: color, planos, ángulos...	El análisis de color, planos, ángulos es muy escaso y con errores graves	Se analizan el color, planos, ángulos pero hay errores en el manejo de los conceptos	El análisis de color, planos, ángulos es correcto si bien faltan algunas concreciones	El análisis de color, planos, ángulos es completo y detallado, sin errores de concepto
4 -LENGUAJE DEL TEXTO · Marca · Eslogan · Texto	El análisis de los elementos lingüísticos es muy deficiente y con incorrecciones	El análisis de los elementos lingüísticos es escaso y presenta algunos errores	El análisis de los elementos lingüísticos es correcto pero no completo	El análisis de los elementos lingüísticos es completo en todos los aspectos requeridos
5- RELACIÓN ENTRE IMÁGENES Y TEXTO Se pone en relación lo analizado anteriormente y el predominio de unos elementos sobre otros	La relación imagen y texto es inadecuada y muy escasa	La relación imagen y texto es insuficiente	La relación imagen y texto es correcta	Se realiza la relación de imagen y texto con total adecuación y corrección
6- REFLEJO DE LOS VALORES EN BOGA (lo natural, lo artesano, lo deportivo, la imagen de la mujer, el ejecutivo, los ancianos, los niños.	No se capta el predominio de los valores	Hay algunos errores en el predominio de los valores	El predominio de los valores se capta de forma adecuada	Se capta de manera correcta y precisa el predominio de los valores

Anexo H. Intervención secuencia didáctica

RELACIÓN CON LOS REFERENTES CURRICULARES			
COMPONENTE	APRENDIZAJE	EVIDENCIA	COMPETENCIA
PRAGMÁTICO	Reconoce los elementos implícitos de la situación comunicativa del texto.	Identifica intenciones y propósitos en los textos que lee.	LECTORA
SINTÁCTICO	Recupera información implícita de la organización, tejido y componentes de los textos.	Ubica el texto dentro de una tipología o género específico	
<p>DERECHOS BASICOS QUE SE VAN A INTEGRAR A LA SECUENCIA DIDÁCTICA 5 GRADO</p> <p>Interpreta mensajes directos e indirectos en algunas imágenes, símbolos o gestos.</p> <p>EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE</p> <p>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.</p>			
UNIDAD 1 EL PODER DE LA IMAGEN			
<p>OBJETIVO DE LA SESIÓN:</p> <p>Analizar las características de las imágenes publicitarias que se encuentran en anuncios</p>			
<p>JUSTIFICACION:</p> <p>La presente unidad tiene permite adentrar a los estudiantes en la diferenciación entre textos continuos y discontinuos para reconocer la imagen como parte esencial en la lectura de anuncios publicitarios. Además, es clave para reconocer los aspectos propios de las imágenes de acuerdo al color y encuadre.</p>			
MOMENTOS DE LA SECUENCIA		RECURSOS USADOS	
<p>SABERES PREVIOS- INICIO</p> <p>El docente después de hacer la rutina de llegada y como inicio al desarrollo de la sesión, comparte por grupos tres ejemplos de textos para abrir la discusión sobre el concepto de texto. Después de discutir en parejas para luego socializar, los estudiantes deben</p>		<p>Video Beam Anuncios con Imágenes seleccionadas Hojas de papel</p>	

responder a las siguientes preguntas: ¿Cuáles de las hojas entregadas es un texto? Porqué;
 a) ¿Qué diferencias observa entre los tres textos anteriores?
 b) ¿Qué lenguajes están en juego en la construcción del sentido en los textos?
 c) ¿Cuál texto es más llamativo? Porqué?

ESTRUCTURACIÓN- DESARROLLO
 Una vez realizada la socialización establecemos la diferencia entre los textos continuos de los discontinuos y mediante la observación de los mismos hacemos con los estudiantes unas memorias colectivas que nos permitan identificar las características y organización de cada uno de ellos

Nos centramos en los textos discontinuos para llegar a identificar los modos o códigos que hay en cada uno de ellos
 Observación de diapositivas e interacción con ellos por medio de preguntas para lograr establecer que modos o códigos se integran para dar sentido al texto

Posteriormente se hace la presentación de una infografía que le permitirá al estudiantes identificar en el texto aspectos como :
 Qué significado aporta esta representación grupal?
 ¿Con qué texto verbal se vincula?

De esta forma se introduce la lectura de la imagen como
 Pre saber para la posterior lectura de anuncios publicitarios

PRÁCTICA-FINALIZACIÓN
 En las actividades de finalización los estudiantes realizarán la lectura de un cuento contado con imágenes por medio del cual comprenderán que se puede dar sentido y significado a un texto sin necesidad de la palabra escrita. Lo anterior para generar unos interrogantes con los cuales anclaremos la sesión siguiente sobre el poder de la imagen.

<p>TRANSFERENCIA Y EVALUACIÓN En el trayecto a su casa observar en las calles, paredes algunos anuncios, imágenes que encuentren y tratar de dar significado para compartirlo en la sesión siguiente.</p>	
<p>SESIÓN 2 EL PODER DE LA IMAGEN</p>	
<p>OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA SESIÓN: Identifica el sentido que tienen algunos códigos no verbales como el color en el texto publicitario. Relaciona e integra información del texto y los para textos, para predecir información sobre posibles contenidos. Analiza las características de las imágenes publicitarias que se encuentran en anuncios</p>	
<p>MOMENTOS DE LA SECUENCIA</p>	<p>RECURSOS USADOS</p>
<p>SABERES PREVIOS- INICIO Por medio de un dibujo que los estudiantes colorearan en tonos fríos y cálidos iniciaremos el conversatorio sobre la influencia de los colores en una imagen y los sentimientos que evocan en cada uno de los niños, seguidamente observaremos una imagen tomada del libro de Anthony Brown en la cual se puede observar el complemento o la relación entre el texto escrito y la imagen. Por medio de lluvia de ideas estableceremos la relación directa que surge entre los significados de los textos. Por medio de preguntas orientadoras se lleva al estudiante a comprender quién es el autor del texto y para quién está escrito, tratando de que se llegue a que ellos son los lectores, los enunciatarios del mensaje y que son ellos quienes le dan sentido a lo que se lee.</p>	
<p>ESTRUCTURACIÓN- DESARROLLO Observación directa de afiches publicitarios Análisis de la información y forma en que se muestra Contrastar el texto publicitario con respecto a otras tipologías Establecer las intenciones o mensajes que nos dejan los afiches observados</p>	

PRÁCTICA- FINALIZACION Desarrollo del taller presentado para esta sesión	
TRANSFERENCIA Y EVALUACIÓN	

Anexo I



Energía Nutritiva para que nada te Detenga.

Fuente: Publicidad PONY MALTA. OPE
Publicidad exterior. 2008.

<http://ope.com.co/servicios-2/bogota/vallas-especiales/01-14-08-pony-malta-calle-80-no-71-77-occ-ordia3/>



Vuelve al Colegio con Energía Nutritiva a Tu Medida.

Fuente: Publicidad PONY MALTA. OPE
Publicidad exterior. 2008.

<http://ope.com.co/servicios-2/bogota/vallas-planas/1-1-1-pony-malta-cra-7-n%C6%92160a-45-n-s-dia3/>



Al Cole con Nutri con Vitaminas C y E + Zinc.

Fuente: The Coca-Cola Company,
Uruguay, 2014.

https://www.180.com.uy/articulo/38942_Del-Valle-presenta-Nutri-una-nueva-linea-de-jugos-fortificados



Yogurt Alpina El Yogurt Completo.

Fuente: Alpina Colombia, 2016.

<https://remarcasas.com/yogurt-alpina-el-yogurt-completo-fue-registrado-en-la-superindustria/>



Luciana.

Fuente: pediasure.abbott, 2015.

<https://larebajavirtual.com/pediasure>



Somos Más Grandes que Nunca.

Fuente: milocolombia, 2016.

<https://twitter.com/milocolombia/status/483004879695511552>



Nutrición para Ayudar a los Niños a Crecer – Refuerzo Nutricional para Ayudar a Balancear una Dieta Irregular.

Fuente: pediasure.abbott, 2015.

<https://www.biobiochile.cl/noticias/2015/06/06/es-necesario-que-los-ninos-manosos-consuman-leches-especiales-como-pediasure.shtml>



Publicidad engañosa de las bebidas Hit, de Postobón, yFruper, de Alpina.

Fuente: Santiago Ardila. DeJusticia, 2019.

<https://www.dejusticia.org/dejusticia-solicito-a-la-corte-constitucional-revisar-caso-sobre-publicidad-enganosa-de-bebidas-azucaradas-dirigida-a-ninas-y-ninos/>



Volvió Pa' Que el Hambre Corra.



Llévale Cariño a sus Desayunos con del Valle Fresh.

Fuente: The Coca-Cola Company, Venezuela, 2018.

<https://paragenteinteligente.wordpress.com/2014/09/18/jugos-del-valle-crece-en-venezuela-de-la-mano-de-coca-cola/>

Fuente: MaltaLeonaCO, 2019.

<https://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-volvio-la-malta-leona-y-los-nostalgicos-de-las-redes-estan-de-fiesta-nota-124290>



Dale a Tus Hijos Pony Malta con Nutrimás

Fuente: Publicidad PONY MALTA. 2014.

<https://www.bavaria.co/sites/g/files/ogq8776f/201710/Informe-Bavaria-III-Tri-2014.pdf>



Nutri Mix. Una Mezcla de Vitaminas y Zinc, que te Ayudan a Crecer y Aprender.

Fuente: Alpina Colombia, 2017.

<https://www.alpina.com/productos/bebidas-de-fruta/fruper-alpina>



Arquitectura de Marca – Alpinito.

Fuente: Arquitectura de marca Alpina, 2015.
https://issuu.com/santiagoreyesr/docs/arquitectura_de_marca_alpina



Intolerancia a la lactosa. Fuente: cuidarmibebe, 2015.
<http://cuidarmibebe.com/2015/09/26/intolerancia-a-la-lactosa/wpida-nina-bebiendo-leche-jpg/>

2) PROYECTO DE AULA: *ALIMENTOS*



Figura F-15. Obesidad Infantil.
Fuente: Nocomasmentiras, 2017.
<https://twitter.com/Nocomasmentiras/status/925769807248715782>



Figura F-16. Chocolate y Vainilla.
Fuente: marketingdirecto.com, 2012.
https://www.adsoftheworld.com/media/print/cremica_chocolate_vainilla



Alpina Baby.

Un Huevo Ranchero.

Fuente: Terán/TBWA para Bachoco, 2018.

<https://co.pinterest.com/lposthumano/publicidad-de-huevos/?lp=true>

Fuente: Alpina Colombia, 2018.

<https://www.merca20.com/alpina-lanza-su-nuevo-producto/>



. Alpina Yogurt Original.

Fuente: Alpina Colombia, 2017.

<http://canvas.pantone.com/gallery/32909271/Yogurt-Alpina-Fresa>



5 alimentos peligrosos para niños. Fuente: ISTOCKPHOTO/THINKSTOCK, 2015.

<https://www.vix.com/es/imj/salud/5106/5-alimentos-peligrosos-para-ninos>



Practi Alpinito.

Fuente: Alpina Colombia, 2017.

<https://www.facebook.com/MamasAlpina/photos/ahora-el-nuevo-practi-alpinito-es-m%C3%A1s-pr%C3%A1ctico-y-delicioso-tus-hijos-podr%C3%A1n-disf/1716879765286391/>



Siete décadas de sabor y energía en Colombia.

Fuente: REDACCION EL TIEMPO. 16 de mayo 2016.

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16594497>



Publicidad Engañosa.

Fuente: yajairasaenz, octubre 13, 2016.
<https://yajairasaenz.wordpress.com/autor/yajairasaenz/>



Comienza Tu Día con Energía.

Fuente: materialpop, 2017.
<http://blogdianasena.blogspot.com/2017/03/afiches-definicion-los-afiches-o.html>



Nestum Expert.

Fuente: Nestum Nestle, 2017.
<https://www.domestika.org/en/projects/69951-nestle-meritene-varios>



Para que los Huevos queden aún Más Ricos...
 Más Fruco

Fuente: pinterest, fruco.com.co 80's.
<https://co.pinterest.com/pin/817403401093712283/?lp=true>



Alpinito Miti Miti.

Fuente: final de alpinito, 2010.

<https://issuu.com/llaniotalora/docs/final-de-alpinito>



Prohibir publicidad de comida chatarra para combatir obesidad infantil se planea en Londres. Fuente:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/11/nota/6754590/prohibir-publicidad-comida-chatarra-combatir-obesidad-infantil-se>



Rice Krispies Regresan Tan Ricos Como Siempre. Fuente:

https://www.kelloggs.ca/en_CA/brands/rice-krispies-consumer-brand.html



KAPITI. Designer Ice Cream.

Fuente: BBDO, 2009.

https://www.adsoftheworld.com/media/print/kapiti_designer_ice_cream_3

3) PROYECTO DE AULA: *EMOCIONES*



¿Y yo?...



¡PROTEGE MI VIDA!

JORNADA POR LA VIDA / 28 de marzo



¿Y Yo? Fuente:

https://www.taringa.net/+imagenes/camp-anas-publicitarias-contr-el-aborto-imagenes_iac7x, 2009



Plantar es cuidar el Agua.

Fuente: www.coca-cola.com.mx

<https://co.pinterest.com/pin/557601997610829170/visual-search/?x=9&y=9&w=293&h=336>



. Somos los locos que creamos en un mundo mejor.

Fuente:

<https://merolwan.wordpress.com/2013/03/02/camp-anas-publicitarias-de-coca-cola/>



No al aborto, SI A LA VIDA...

Fuente: Iglesia Anglicana, 2015.

https://pronosur.wordpress.com/page/207/?hc_location=ufi



Dale una Mano a Tu Salud.

Fuente: PROTEX PARA LA BUENA SALUD DE LA PIEL, 2018.

<http://www.quitoquito.com/entretenimiento/deportes/salud/45-noticias/799-protex-presenta-campana-quespera-dale-una-mano-atu-saludq> . Acceso en: 29 nov. 2018



Las Familias que Comen Juntas

Comparten Más Tradiciones.

Fuente: <https://blog.admetricks.com/coca-cola-la-marca-que-se-apropio-de-la-felicidad/>



Guatemorfosis. Se Puede Cambiar el Futuro Haciendo Presente.

Fuente: Pepsi Guatemala. Campaña Pepsi – Guatemorfosis. 2015. el taier / Tribu DDB Guatemala. José Contreras. <http://www.latinspots.com/sp/grafica/guatemorfosis-1/15213>



Comer Juntos Alimenta Tu Felicidad.

Fuente:

<https://www.dossiernet.com.ar/articulo/comer-juntos-alimenta-tu-felicidad-nueva-campana-de-coca-cola/2246>



Figura F-39. Cuida el Agua y el Medio Ambiente.

Fuente:

<http://www.cuidemosanuestroplaneta.blogspot.com/2012/03/ahorremos-el-agua.html>



Figura F-40. Nueva Línea.

Hidratación Intensa. Fuente:

<https://www.picsbud.com/images/sc-johnson-baby-43.html>



Los Primeros Pasos Son Para Toda la Vida.

Fuente:

<https://www.monografias.com/trabajos100/publicidad-propaganda/publicidad-propaganda.shtml>



Campaña Anti Tabaco.

Fuente: <https://www.merca20.com/10-impactantes-carteles-en-contra-del-tabaco/>



Echa Una Manita Con Tu Diversión.

Fuente: Campaña Parque Diversiones. Javier Yep.

<https://www.behance.net/gallery/22857737/Campaña-Parque-Diversiones>



Niños en Riesgo. La Trata NO

Perdona. Fuente: Niños en Riesgo: La Trata NO Perdona.

<https://www.youtube.com/watch?v=zLI32glA8N8>



Las Emociones Y Las Enfermedades

Cardiovasculares. Fuente:

<https://cirugiacardiovascular.co/las-emociones-del-corazon/>



150 Años Alimentando al Mundo.

Fuente:

<http://www.planta18.com/en/node/218>



When You Smoke, Your Baby Smokes. Fuente:

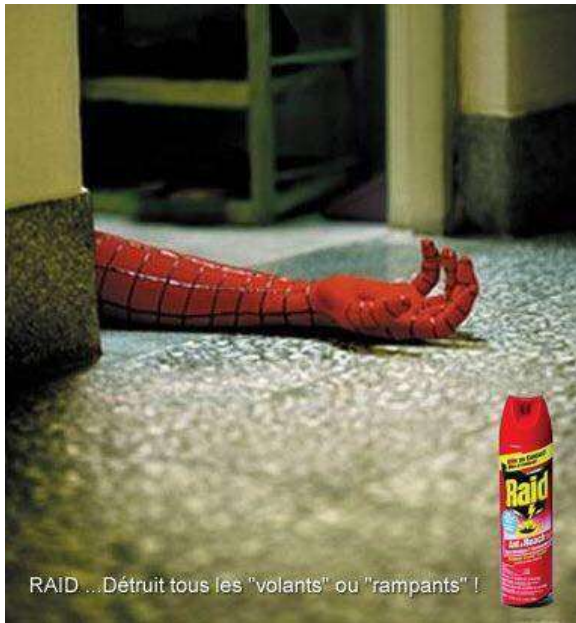
<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/12-creativos-ejemplos-demuestran-publicidad-subliminal-puede-ser-gran-aliado>



Refresque Suas Ideias.

Fuente:

<https://www.rinconabstracto.com/2012/08/original-publicidad-de-sprite-la.html>



RAID. Détruit Tous Les “Volants” ou “Rampants”. Fuente: <https://co.pinterest.com/pin/325807354276699002/?lp=true>



Con La Tolerancia se Hacen Amigos. Fuente: Dominique de Saint Mars / Renaud de Saint Mars <http://convivetoleran.blogspot.com/2013/11/como-vivir-tolerante.html>



No Es Un Juguete. Fuente: <http://lp.daftarhargatiket.com/>



Nuestro Patrimonio es Nuestra Identidad. Fuente: <https://disegnomkt.wordpress.com/2010/08/31/campana-celebracion-del-patrimonio-cultural-colombia/>

4) PROYECTO DE AULA: **GÉNERO**



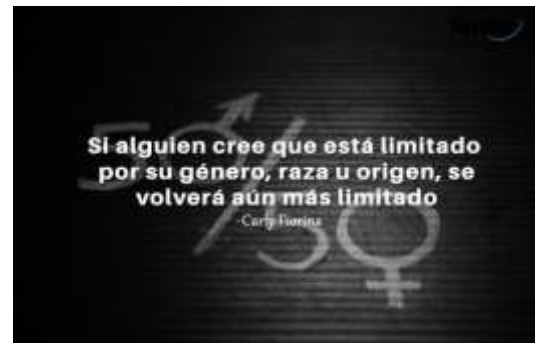
AGRESSION provoques AGRESSION. Fuente: <https://co.pinterest.com/pin/96334879503192665/?lp=true>



"Con C de Campeón y con C de Cocinera", la campaña de Carrefour en Argentina. Fuente: <https://www.notimerica.com/sociedad/noticia-campeon-cocinera-polemica-campana-carrefour-argentina-20180801212044.html>



Igualdad de Género en el Deporte.
Fuente: <https://twitter.com/felidov>



concurso 'Vamos a medias'

Fuente: <https://www.eldiariocantabria.es/articulo/cultura/ninos-cantabria-vuelven-dibujar-igualdad-genero-vamos-medias/20180203192124040377.html>



De sexos, géneros y marchas

Fuente: <https://revistavive.com/sexos-generos-marchas/>



¿Por Qué No Pueden Los Niños Jugar Con Barbies?. Fuente:

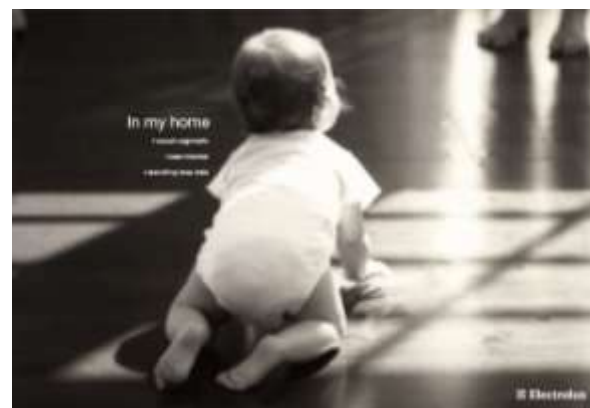
<https://www.theodysseyonline.com/guys-and-dolls>



El Ser Humano No Está a la Venta.

Fuente:

<https://co.pinterest.com/pin/586593920189773659/?lp=true>



In my home, I vacuum arguments. I clean my mischief. I dust off my inner child.

Fuente:

<https://www.desirrejones.com/projects/4402465>

5) PROYECTO DE AULA: *Eventos- Concursos Inter-cursos*



Nestlé por Niños Saludables.

Fuente:

<https://int.corresponsables.com/actualidad/nestle-lanza-ninos-saludables-nivel-global>



Teatro para Niños.

Fuente:

<https://complotescenico.com/landing-teatroinfantil/landing10x15-flyer-ninos-prueba-clasesello/>



Taller de Circo Integral para Niños. Fuente: Circo del Mundo.

<http://www.elcircodelemundo.com/2016/03/29/taller-de-circo-para-ninos-y-ninas/>



Yoga para Niños. Fuente:

<http://www.deportivolaFerrere.org/site/yoga-para-ninos/yoga-para-ninos-flyer-copia-2/>



Educa Kids.

Fuente: <http://www.ofifacil.com/ofifacil-trabajos-diseno-grafico-flyers-dipticos-tripticos-volantes-aprender-ingles-educakidz-flyers.php>



Carnaval. Las Palmas de Gran Canaria 2011.
Fuente: Ruymán Rodríguez, 2011.
<https://co.pinterest.com/pin/188729040606601852>
/

Taller de Arte para Niños. Fuente:
<https://trynotlaugh.us/galleries/templates-gratis-para-artes.html>



Recicla Vidrio. Ayuda un Niño. Fuente: fundades.
<http://quezada.pe/img/book/fundades/medioambiente02.jpg>



La Vuelta al Mundo en una Mochila.
Fuente: UNHCR ACNUR, 2015.
<http://revistasic.gumilla.org/2015/la-vuelta-al-mundo-en-una-mochila/>



Príncipes de Barrio. De la Calle al Escenario. Fuente: Cristobal Bravo.
<https://www.behance.net/gallery/67725305/Afiche-publicitario>

Anexo I. Permiso del rector del colegio

Aratoca Santander, 23 de Agosto de 2019.

Asunto: Otorgamiento de permiso

Licenciada Martha Liliana Fernandez

Estudiante de la Universidad Autónoma de Bucaramanga

Docente de Lenguaje de Básica Primaria.

I.C.

Por medio de la presente hago constar que se le otorga el consentimiento para realizar la aplicación de instrumentos que permitan recolectar información académica de los estudiantes del grado quinto de vasca primaria y algunos docentes que imparten clases en el área de lenguaje, referente al análisis con respecto al proceso lector y específicamente a la lectura crítica, para obtener su grado de maestría en Educación de la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

La presente autorización corresponde al periodo comprendido de los meses de Agosto a Noviembre de 2019. En caso necesario solicitaremos la información recolectada para mejoramientos en los procesos de enseñanza – aprendizaje de los estudiantes de quinto grado de básica primaria de esta institución educativa-

Atentamente:

Édison Adarme Jaimes

Colegio San Luis Del Municipio De Aratoca

Rector

Anexo J. Documento de autorización de uso de imagen sobre fotografías y fijaciones audiovisuales (videos) para uso público

DOCUMENTO DE AUTORIZACIÓN DE USO DE IMAGEN SOBRE FOTOGRAFÍAS Y FIJACIONES AUDIOVISUALES (VIDEOS) PARA USO PÚBLICO

(Para que los estudiantes que aparecen en el video, lo entreguen al docente)

Atendiendo al ejercicio de la Patria Potestad, establecido en el Código Civil Colombiano en su artículo 288, el artículo 24 del Decreto 2820 de 1974 y la Ley de Infancia y Adolescencia, el colegio **SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE ARATOCA**, solicita la autorización escrita del padre/madre de familia o acudiente del (la) estudiante _____, identificado(a) con tarjeta de identidad número _____, estudiante de la Institución Educativa **SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE ARATOCA** para que aparezca ante la cámara, en una videograbación con fines pedagógicos que se realizará en las instalaciones del colegio mencionado.

El propósito del video es evidenciar el desarrollo del proyecto de grado de la maestría en educación de la universidad Autónoma de Bucaramanga, con uso pedagógico de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC denominada **LOS TEXTOS PUBLICITARIOS COMO ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA LECTURA CRÍTICA EN ESTUDIANTES DE QUINTO GRADO DE BÁSICA PRIMARIA DEL COLEGIO SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE ARATOCA, SANTANDER**, el cual será aportado como soporte y quedará como documentación de la propuesta; así mismo el video será objeto de evaluación como parte de los requisitos de la maestría, así como podrá ser utilizado con fines demostrativos ante otros docentes. Sus fines son netamente pedagógicos, sin lucro y en ningún momento será utilizado para objetivos distintos.

Autorizo,

Nombre del padre/madre de familia o acudiente

Cédula de ciudadanía

Nombre del estudiante

Tarjeta de Identidad

Fecha: ___ / ___ / ___