

LA IMAGEN PUBLICITARIA: RECURSO DIDÁCTICO PARA LA COMPETENCIA
INTERPRETATIVA

CINDY JULIETH CAMACHO GUZMÁN

Monografía para optar al título Licenciada en Español y Lenguas Extranjeras con énfasis en
Inglés y Francés

ASESORA

SONÍA SALGADO ACEVEDO

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL DE COLOMBIA
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE LENGUAS
BOGOTÁ D.C
2020

Nota de aceptación

Firma

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de grado *La imagen publicitaria: recurso didáctico para la competencia interpretativa* realizado desde un enfoque de investigación-acción cualitativa pedagógica con el grado 204 de la jornada mañana del colegio Liceo Femenino Mercedes Nariño, presentó una propuesta basada en el análisis de imágenes publicitarias con el objetivo de fortalecer la competencia interpretativa de las alumnas, todo ello desde la semiótica tomando como referentes teóricos a Roland Barthes y Umberto Eco para su desarrollo. Esta tesis se elaboró desde un enfoque constructivista, donde las estudiantes trabajaron a través del aprendizaje por proyectos y se dividió en tres fases: Fase de exploración, fase de interpretación y fase de creación. La primera de ellas se realizó con el fin de brindar una aproximación por parte de las estudiantes a la imagen publicitaria como recurso en el aula. Seguido de esto, en la fase de interpretación se realizaron ejercicios enfocados a la competencia interpretativa desde la semiótica y en la última fase las estudiantes diseñaron su propia imagen publicitaria como producto final. Esta propuesta permitió el fortalecimiento de la competencia interpretativa del curso y la implementación de elementos no verbales como recursos en el área de Español.

Palabras claves: *Competencias, comunicación, interpretación, imagen publicitaria*

ABSTRACT

This thesis “*Advertising image: didactic resource to interpretative competence*” was the result of a qualitative and pedagogical action research with the students of the grade 204 in Liceo Femenino Mercedes Nariño. The pedagogical intervention was based in the analysis of advertising images in their Spanish class to develop the interpretive communicative competence of the students, this intervention was elaborated using the semiotic knowledge, with Roland Barthes and Umberto Eco. This proposal was developed with a constructivist approach which the students worked based on learning by projects. This process was divided in three moments: exploration, interpretation and creation. The objective of the first moment was approximated the advertising image as a resource for teaching Spanish. Secondly, the students worked their interpretative competence from semiotics and finally they created an advertising image as a final product. This proposal allowed the interpretative competence improvement for the students and the implementation of non-verbal elements as resources to teach Spanish.

Keywords: *competences, communication, interpretation, advertising image*

Tabla de contenido

Introducción	8
1. Problema	10
1.1 Contextualización	10
1.1.1 Contexto local e institucional	10
1.1.2 Caracterización de la población	11
1.2 Diagnóstico	12
1.3 Delimitación del problema	19
1.4 Justificación	21
1.5 Pregunta de investigación	22
1.6 Objetivos	22
1.6.1 Objetivo general	22
1.6.2 Objetivos específicos	23
2. Marco de referencia	24
2.1 Antecedentes del problema	24
2.2 Bases teóricas	29
2.2.1 Niveles de Interpretación	31
2.2.2 Tipos de lectura	34
2.2.3 Tipos de mensaje	37
3. Diseño metodológico	39
3.1 Tipo de investigación	39
3.2 Enfoque de investigación-acción	39
3.3 Técnicas e instrumentos	40
3.4 Enfoque de investigación	41
3.5 Población	44
3.5.1 Consideraciones éticas de la investigación	45
4. Propuesta de intervención	46
4.1 Fases desarrolladas	46
4.2 Descripción propuesta de intervención	46
4.2.1 Fase 1: Exploración	46
4.2.2 Fase 2: Interpretación	47

4.2.3 Fase 3: creación.....	47
4.2.1.1 Fase I exploración.....	47
4.2.2.1 Fase II Interpretación.....	48
4.2.3.1 Fase III Creación.....	49
5. Análisis de resultados.....	51
5.1 Triangulación: Fases de intervención- Categorías-Resultados.....	53
5.1.1 Fase 1: Exploración.....	53
5.1.2 Fase 2: Fase 2: Interpretación.....	57
5.1.3 Fase 3: Creación.....	59
5.2 Triangulación: Etapas de la investigación-Teoría-Resultados.....	61
5.2.1 Etapa 1.....	62
5.2.2 Etapa 2.....	62
5.2.3 Etapa 3.....	63
6. Conclusiones.....	67
7. Recomendaciones.....	69
Referencias.....	71
Anexos.....	72
Anexo 1.....	72
Anexo 2.....	72
Anexo 3.....	73
Anexo 4.....	74
Anexo 5.....	75
Anexo 6.....	76
Anexo 7.....	76
Anexo 8.....	77
Anexo 9.....	78
Anexo 10.....	79
Anexo 11.....	80
Anexo 12.....	81
Anexo 13.....	82
Anexo 14.....	83
Anexo 15.....	83

Anexo 16.....	84
Anexo 17.....	84
Anexo 18.....	85
Anexo 19.....	85
Anexo 20.....	86
Anexo 21	86

Tablas

Tabla 1 Matriz Categorial	43
Tabla 2 Cronograma	50
Tabla 3 Fase de exploración	54
Tabla 4 Fase de interpretación.....	57
Tabla 5 Fase de creación	59
Tabla 6 Triangulación etapas de investigación-teoría y resultados	61
Tabla 7 Criterios de evaluación y resultados en prueba diagnóstica	63
Tabla 8 Niveles e indicadores de evaluación.....	65
Tabla 9 Resultados de talleres.....	66

Figuras

Ilustración 1	52
Ilustración 2	53

Introducción

Este trabajo monográfico tuvo como objetivo fortalecer la competencia interpretativa de las estudiantes de grado 204 de la jornada mañana del Liceo Femenino Mercedes Nariño mediante el uso de imágenes publicitarias. La utilización de recursos no verbales como las imágenes, en especial publicitarias se definieron como consecuencia de las observaciones y prueba diagnóstica realizadas en clase, donde se evidenció una ausencia de estos elementos como herramientas fundamentales en la enseñanza de la lengua materna. Por otro lado, se identificó el interés de las estudiantes al querer trabajar con este material y el potencial que representaba este en el desarrollo de sus competencias comunicativas especialmente en el campo interpretativo.

Por lo tanto, se decidió trabajar la competencia interpretativa desde la imagen publicitaria con el fin de evaluar el impacto de esta como recurso didáctico en la enseñanza del español en los primeros grados. Esto posibilita la creación de espacios y la implementación de la enseñanza de la comunicación no verbal para el desarrollo de las competencias comunicativas requeridas por el MEN y también, de apropiación de recursos que forman parte del contexto de las estudiantes como los anuncios publicitarios. Esta investigación permite que el docente como actor participante en el campo educativo, se plantee la posibilidad de reformular sus metodologías y abrir paso a experiencias pedagógicas que involucren otro tipo de recursos no verbales.

Esta investigación se desarrolló en tres etapas, la primera de ellas enfocada a la detección y delimitación del problema donde se realizaron observaciones y prueba diagnóstica que ayudó a identificar debilidades y fortalezas de las estudiantes. En la segunda etapa, se

inició la creación de la propuesta de intervención dividida en tres fases: exploración, interpretación y creación. Así mismo, se definió el cronograma y las bases teóricas que apoyarían el desarrollo de la misma. Dichos referentes respondieron a una disciplina en particular, la semiótica. Finalmente, en la tercera etapa se organizaron los resultados recolectados a través de sesiones sincrónicas-asincrónicas y talleres entregados por las estudiantes y se analizó la información a través del método de triangulación.

Es importante mencionar que el diseño de la propuesta pedagógica se desarrolló desde el aprendizaje por proyectos, basado en la docente Elvia María Gonzales Agudelo quien expone esta metodología constructivista como una manera en la que los estudiantes presentan mayor participación y apropiación de su proceso reconociendo al docente en un agente facilitador en la construcción de nuevo conocimiento. (González, 2001) Además, el factor innovador de la propuesta al trabajar elementos de comunicación no verbal como las imágenes, específicamente las imágenes publicitarias requirieron tomar una postura desde la semiótica entendiendo la imagen como una serie de elementos que permiten su lectura e interpretación y además, aportando desde esta teoría para ahondar en su análisis. Todo ello, basado en las teorías del semiólogo francés Roland Barthes y el escritor, filósofo y docente Umberto Eco.

Este proyecto posibilitó el uso de elementos pocos comunes pero necesarios en el aula de clase desde la comunicación no verbal, eje que se presenta como requisito en los lineamientos del MEN y el plan de estudios pero que no era común en la práctica educativa de estas estudiantes. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

1. Problema

1.1 Contextualización

1.1.1 Contexto local e institucional.

El presente trabajo de investigación titulado “Imagen publicitaria, recurso para la competencia interpretativa” se realizó en el colegio Liceo Femenino Mercedes Nariño en la jornada mañana con el grado 204 a cargo de la docente titular Elida Sarmiento. El proyecto se enfocó en el desarrollo de la competencia comunicativa interpretativa a través de ejercicios de análisis en imágenes publicitarias. Esta institución está ubicada en la localidad 18 Rafael Uribe Uribe al suroriente de Bogotá en la Avenida Caracas con calle 22 sur en el barrio San José, cerca de la estación de Transmilenio Restrepo y a la avenida principal Primero de mayo. Cuenta con 3 jornadas: mañana, tarde, noche y una jornada adicional el sábado enfocada a población vulnerable (personas víctimas de conflicto armado). (Liceo Femenino Mercedes Nariño , 2019)

El Liceo Femenino Mercedes Nariño en su página oficial presenta el horizonte institucional el cual pretende promover la formación de las alumnas integralmente, teniendo en cuenta valores como la identidad, el respeto, honestidad y autonomía para la construcción de un proyecto de vida que promueva la transformación social y la felicidad en sus estudiantes. Además, la visión del Liceo proyecta que hacia el año 2021 sus estudiantes sean reconocidas por su excelencia en áreas como lenguas extranjeras, ciencias básicas, artes y tecnología. La institución promueve el pensamiento crítico y la reflexión constante sobre las prácticas académicas y personales de sus estudiantes y por ello, el presente proyecto investigativo buscó el desarrollo de estos pilares. (Liceo Femenino Mercedes Nariño , 2019)

1.1.2 Caracterización de la población.

La caracterización a nivel sociocultural, cognitivo y lingüístico fue el resultado de la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación acción como: observaciones, diarios de campo, intervenciones espontáneas, y documentos proporcionados por la docente titular. Este proyecto de investigación se realizó en el curso 204 de la jornada mañana a cargo de la docente Elida Sarmiento.

En primer lugar, desde un plano sociocultural se recolectaron datos a través de documentos como el observador y el directorio de las niñas proporcionados por la docente titular, la información se recolectó de esta manera debido a la edad de las estudiantes. El curso contaba con 36 estudiantes de 5 a 7 años, el 35 % de ellas de la localidad San Cristóbal, otro 27 % habitaba en la localidad Rafael Uribe Uribe donde se encuentra ubicado el colegio y la mayor parte de ellas (38 %) en otras localidades como Usme, Kennedy, Ciudad Bolívar, Fontibón y Tunjuelito. ([ver Anexo 1](#)). La jornada escolar de estas estudiantes tenía inicio a las 6:15 de la mañana hasta las 11:30 del día con la docente titular a cargo de la mayor parte de las asignaturas excluyendo únicamente las áreas referentes a educación física, artes, inglés y francés.

Por otro lado, a través de intervenciones espontáneas en el área de español y conversaciones en otros espacios fuera del aula de clase; se identificó el gusto de las estudiantes por las artes, el material audiovisual y en especial los contenidos que frecuentaban en televisión. También se reconoció su interés hacia la creación de imágenes y la iniciativa al trabajo en grupo. Además, las observaciones arrojaron que dichos intereses y potenciales no eran tenidos en cuenta al enseñar la lengua materna y que solo se exploraban estas habilidades en otras materias como artes, área en la que las estudiantes demostraban mejor disposición y gusto al realizar los ejercicios propuestos por la docente.

En segundo lugar, los aspectos cognitivos y lingüísticos se analizaron teniendo en cuenta el plan de estudios presentado por la docente y los contenidos vistos en las observaciones y material de los cuadernos de las estudiantes. Dichos documentos proponían como meta que la enseñanza del español promoviera la superación de dificultades en las habilidades comunicativas de las estudiantes, fortaleciera ejercicios de pensamiento desde la interacción, motivación e interdisciplinariedad para brindarles herramientas que les permitieran desenvolverse con cualquier tipo de texto que encontraran en su contexto. Para ello, el plan de estudios menciona 3 competencias: acción interpretativa, acción argumentativa y acción propositiva, y las desarrollaba en tres ejes principales: el primero textos, el segundo literatura, y por último medios de comunicación y otros sistemas simbólicos (Liceo Femenino Mercedes Nariño, 2019)

Adicionalmente, como producto del proceso de observación se identificó que los ejes anteriormente mencionados se trabajaban muy poco en clase, y que principalmente los medios de comunicación y otros sistemas simbólicos se encontraban como un contenido secundario dentro de la asignatura, dejando de lado los beneficios que pudiesen aportar al desarrollo de las tres competencias propuestas en el plan de estudios y presentando incoherencia entre los contenidos, propósitos y metodología que este exponía y lo que se enseñaba en el aula.

1.2 Diagnóstico

La prueba diagnóstica tenía como objetivo identificar fortalezas y debilidades respecto a aspectos clave que se mencionaban en el plan de estudios de las estudiantes, por ello este ejercicio se creó a partir de tres pilares: las observaciones realizadas en el grado 104 (entendiendo que esta investigación inició cuando las estudiantes cursaban primero), el plan de estudios propuesto en la institución para dicho curso y *Los Estándares Básicos de Competencias del lenguaje* del Ministerio de Educación. De este modo, la prueba permitió reconocer el nivel en el que se encontraban las competencias propuestas tanto en el plan de

estudios como en los estándares básicos (interpretativa, argumentativa y propositiva) a partir de uno de los componentes en la enseñanza del español propuestos por el MEN la comunicación no verbal específicamente en imágenes. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

Como se mencionó anteriormente, se eligió la imagen como recurso para evaluar las tres acciones de la competencia comunicativa. Esto como resultado de las observaciones realizadas donde se encontró que, aunque el MEN exige que uno de los componentes de la enseñanza del español sea la comunicación no verbal y en grados primero, segundo y tercero la imagen. Se observó que en el aula de clase solo se utilizaba este recurso para la enseñanza de letras o sílabas. Por ejemplo, la imagen de un barco para enseñar la letra b. Más allá, no se reconocían en el aula otras estrategias para fortalecer estas competencias y por el contrario se daba un privilegio a la repetición y al dictado como metodología. ([ver anexo 2](#))

En consecuencia, el objetivo de la prueba fue evaluar las competencias: interpretativas entendiendo estas como el sentido que el lector crea y expresa sobre un texto o imagen; competencias argumentativas definiéndolas como las acciones que tienen en cuenta el contexto del texto y las relaciones de este con las ideas presentadas, creando así una opinión propia, sustentada con los conocimientos previos sobre el contenido que aborda. Y por último, propositivas que buscan presentar nuevas alternativas sobre el contenido visto, teniendo en cuenta su contexto y su sentido. Las últimas dos competencias están limitadas por el desarrollo efectivo de la primera de ellas la competencia interpretativa y el nivel de lectura que presente el individuo hacia el texto ya sea literal, inferencial o crítico en esta. (ICFES, 2009)

Adicionalmente, se consideraron aspectos como la edad y el nivel de escolaridad de las estudiantes para el análisis de la prueba diagnóstica, las habilidades y capacidades que el

Ministerio de Educación Nacional presenta en los Estándares Básicos de Competencias del Lenguaje para los grados de primero a tercero. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

Como resultado de lo anterior, se creó una rúbrica donde se exponen las capacidades de las estudiantes hacia la competencia comunicativa y se evalúan en este ejercicio diagnóstico.

[\(anexo 3\)](#)

Teniendo claro la base de la prueba se da lugar a su desarrollo a través de un taller enfocado en la imagen publicitaria, donde se eligió una imagen con la intención de realizar la actividad con material que se encontrara en el contexto de las estudiantes, que fuese de su interés y que representara una problemática que ellas conocieran. La publicidad seleccionada para esta prueba fue una imagen publicitaria con relación al calentamiento global, este recurso no poseía texto para dar espacio a múltiples interpretaciones por parte de las estudiantes.

En primer lugar, la prueba se diseñó para aplicar en pequeños grupos de conversación de máximo 6 estudiantes en los cuales se les hicieron cuatro preguntas de forma oral cada una de ellas enfocada a evaluar las competencias exigidas para estos grados. Las primeras dos preguntas apuntaban a evaluar la competencia interpretativa de las estudiantes con relación a la imagen, ¿qué vemos en la imagen? ¿qué nos quiere decir esta imagen? Luego de esto justificaban el porqué de su interpretación dando lugar a la competencia argumentativa, la tercera pregunta que se formuló fue ¿a quién va dirigida esta imagen y quién la realizó? Y finalmente, para evaluar su competencia propositiva se les pidió a las niñas que agregaran algo a la imagen para mejorar su interpretación ¿cómo mejoraríamos la imagen? ¿qué le podríamos agregar? [\(Anexo 4\)](#)

En el momento de la aplicación se les pidió a las estudiantes acercarse por grupos a otro salón mientras sus compañeras continuaban en clase con la docente titular, esta prueba duró aproximadamente de 10 a 15 minutos con cada grupo, 7 grupos en total de 5 a 6 niñas.

Se les aclaró antes de iniciar la prueba que iba a ser grabada su voz y no expresaron ningún inconveniente o rechazo. Se realizaron una a una las preguntas pidiendo inicialmente que cada estudiante respondiera en orden y permitiendo al finalizar cada pregunta que se construyera una respuesta grupal.

La prueba se dividió en tres partes, la primera la competencia interpretativa el sentido que se le otorga a determinado contenido. La segunda la competencia argumentativa, entendiendo esta como la capacidad de crear argumentos o razones para definir una idea y finalmente la competencia propositiva, donde se formulan hipótesis o se proponen cambios al material que se esté trabajando. Para tratar la competencia interpretativa la prueba tenía dos preguntas ¿qué vemos en la imagen y qué nos quiere decir? Y la rúbrica de evaluación basada en los Estándares Básicos de Competencias del Lenguaje del MEN (pág. 33). presentaba los siguientes criterios: identifica y describe la imagen de forma detallada, identifica el contexto de la imagen, relaciona las gráficas entre sí mismas o con un texto y reconoce su significado global y por último reconoce el propósito comunicativo de la imagen.

En segundo lugar, para evaluar el nivel de la competencia argumentativa, la cual se enfocaba en reconocer si las estudiantes identificaban aspectos de la imagen y su sentido basadas en su interpretación y defendían su postura u opinión, ya sea utilizando ejemplos, expresando razones del por qué o el cómo llegaron a esas conclusiones. Por lo tanto, se formuló la siguiente pregunta ¿qué nos quiere decir esta imagen y por qué? ¿a quién va dirigida la imagen y quién la realiza? Para evaluar sus respuestas se plantearon los siguientes criterios: Expone sus ideas de forma clara y utiliza ejemplos para defender su punto de vista, y reconoce o plantea posibilidad sobre quién produjo el texto y por qué. Las anteriores preguntas y criterios no se crearon desligados de la competencia interpretativa, como se mencionó anteriormente la competencia argumentativa y propositiva se limitan al desarrollo de una buena interpretación.

Por último, se les pidió a las estudiantes proponer el cómo se mejoraría la imagen y cuáles elementos se podrían cambiar o agregar para ayudar al sentido global de esta con el fin de evaluar su capacidad propositiva en el ejercicio. Los criterios para esta competencia propositiva fueron: crea hipótesis sobre el sentido global del texto, puede elaborar o producir esquemas escritos u orales que den cuenta del sentido del texto y finalmente propone elementos para complementar el sentido del texto. Cabe resaltar que en este proyecto y en los Estándares Básicos en Competencias del Lenguaje la imagen se reconoce como un tipo de texto y por ello se utiliza este concepto en la rúbrica de evaluación de la prueba diagnóstica.

Teniendo en cuenta lo anterior los resultados encontrados de la prueba diagnóstica fueron: en primer lugar para la identificación del nivel de la competencia interpretativa de las estudiantes se analizaron los criterios anteriormente mencionados arrojando que solo uno de los grupos logró identificar cada una de los elementos de la imagen y otros dos se acercaron a ello, también se identifica que solo un grupo reconoce el contexto de la imagen y gracias a esto logró crear un sentido global de la imagen publicitaria sobre el calentamiento global ([Anexo 4](#)):

Estudiantes: esa imagen es de pingüinos, están quitando el cable para apagar la luz,

Profesor: ¿y por qué quieren apagar la luz?

Estudiante: porque no les gusta la luz, porque les gusta el hielo,

Profesor: ¿y qué pasa con las luces y el hielo?

Estudiante: se derriten

Profesor: ¿por qué quieren quitar la luz?

Profesor: porque se derrite el hielo

Cabe aclarar que el grupo que identificó el sentido original de la imagen necesitó de preguntas adicionales que condujeran a ese resultado. Por otro lado, los grupos que no identificaron todos los elementos y no reconocieron el contexto, crearon otras interpretaciones lejanas al sentido original de la imagen:

Estudiante grupo 1: como acá hay una lámpara, lo quiere apagar porque está gastando mucha luz-

Profesor: ¿lo querrán apagar o conectarlo?

Estudiante grupo 1: no, porque está jalando, desconectarlo.

Estudiante grupo 3: quieren apagar la luz, para dormirse, quería apagar la luz para que el hijito descansara.

Estudiante grupo 6: creo que estaban cargando algo, creo que estaban cargando el celular y el pingüino se cayó y lo intentaba alzar

Se aclara que su competencia interpretativa en esta prueba no estaba condicionada a interpretar el sentido que la publicidad quería expresar, pero sí a identificar la mayor parte de elementos en la imagen publicitaria y relacionar estos de una forma lógica. Se identifica que solo un grupo logró relacionar cada aspecto de la imagen: el hielo, la lámpara, la acción del pingüino e identificar los indicios de esta relación para llegar a una conclusión. Por otro lado, las interpretaciones de los otros grupos, aunque no se consideran erróneas si reflejan un nivel de interpretación de la imagen icónico o lectura literal, donde se toma cada objeto por su semejanza con la realidad sin identificar el indicio de este. Un ejemplo de ello es el cable en el que las estudiantes expresan que es el cargador de un celular o el cable de un televisor y que solo lo deben desconectar porque deben dormir.

En segundo lugar, para evaluar el nivel de competencia argumentativa de las estudiantes al pedirles a ellas la justificación del por qué llegaron a diversas conclusiones la mayoría de los grupos solo repetía la información de las preguntas 1 y 2 todo aquello que veían en la imagen, sin explicar claramente el porqué las llevaba a pensar otra cosa. Esto demostró que además de no tener la capacidad de expresar sus ideas claramente y de reconocer ejemplos que defendieran un punto de vista, la mayoría de ellas no logró si quiera construir su propio punto de vista, por la falta de una apropiada interpretación en el primer momento.

Como último punto, para analizar la competencia propositiva de las estudiantes se les pidió que agregaran un elemento para mejorar el sentido de la imagen. Sus respuestas iban ligadas a agregar una cama para que los pingüinos durmieran, desconectar la luz, agregar color rosa porque es de sus preferencias, cambiar la posición del pingüino para que se entienda que quieren dormir. Lo que evidenció que tenían un potencial alto al proponer nuevos elementos e ideas, pero ellas no se relacionaban con el sentido original de la imagen.

[\(Anexo 3\)](#)

Finalmente se concluyó que, aunque el plan de estudios de la institución para grado primero y los Estándares Básicos en Competencias del Lenguaje aprendizaje exigían trabajar las competencias comunicativas interpretativas, argumentativas y propositivas, y además de esto involucrar el aspecto gramatical, literario y la comunicación no verbal, se otorgaba una prioridad al primero la gramática y se limitaba el acto comunicativo a la capacidad de las estudiantes de leer y escribir, olvidando la necesidad de involucrar elementos de comunicación *no verbal* que ayudaran a desarrollar las competencias propuestas.

También, se reconoció el papel primordial que cumple la competencia interpretativa para el desarrollo de las otras dos competencias, el potencial y buena disposición que

presentaron las estudiantes al realizar este tipo de actividades para el fortalecimiento de sus habilidades comunicativas

1.3 Delimitación del problema

El problema de investigación se reconoció a través del análisis de tres factores, el primero los objetivos en la enseñanza del español propuestos por el Ministerio de educación (Ministerio de Educación Nacional, 2006) y por el Liceo Femenino Mercedes Nariño para los primeros grados. Segundo, las observaciones realizadas en clase que comprobaron la existencia o no de metodologías y recursos que ayuden a lograr dichos objetivos. Finalmente, la prueba diagnóstica que evidenció el nivel en el que se encuentra cada logro propuesto inicialmente.

De acuerdo con lo anterior, se encontraron en primer lugar las competencias interpretativas, argumentativas y propositivas como foco principal en la enseñanza del español, todas ellas trabajadas desde el campo gramatical, la literatura y otros medios de comunicación. Por ello, las observaciones realizadas en clase se centraron en identificar estas competencias en los ejercicios realizados y la implementación de ellas en los campos anteriormente mencionados. Sin embargo, se identificó el primer punto que ayudará a reconocer el problema de investigación, la incoherencia entre lo que se propone en el MEN el plan de estudios y lo que se encontró en el aula de clase. (Liceo Femenino Mercedes Nariño , 2019)

Esta incoherencia se reconoció, primero en limitar la enseñanza del español a la gramática, a saber, leer y escribir, ignorando los logros propuestos en cuanto a desarrollar habilidades comunicativas que fuesen más allá de esto y que buscaran que las estudiantes tuviesen la capacidad de interpretar, argumentar, proponer y no únicamente decodificar. Por otro lado, la metodología se basaba principalmente en la repetición y aunque la literatura se encontraba en clase en forma de cuentos e historias se dejaba completamente de lado el tercer

campo otros medios de comunicación en los cuales el MEN (pág. 33). propone principalmente imágenes que son clave para mejorar las competencias comunicativas de las estudiantes. ([anexo 6](#))

Como resultado, la prueba diagnóstica realizada con imágenes reflejaba que las estudiantes se les dificultaba la interpretación de imagen más allá de mencionar los objetos vistos dejando claro que su proceso de aprendizaje centrado en la decodificación de palabras había limitado su proceso de interpretación, evidenciando la necesidad de incorporar una nueva metodología que tuviese como objetivo brindar la oportunidad de desarrollar esta competencia desde un campo olvidado en el aula de clase, la comunicación no verbal en imágenes.

La comunicación no verbal presente en los ejes que exigía el MEN, donde buscaba no solo comprender y producir textos escritos sino también desarrollar habilidades que ayudaran a comprender otras formas de comunicación y con esto interpretar o pensar el mundo más allá de un libro de texto. Acogiendo así, recursos de la vida cotidiana de las estudiantes como información emitida por medios de comunicación, programas de televisión, publicidad, caricaturas, noticieros entre otros. Que aportarían a la vinculación del aprendizaje en la escuela con sus prácticas habituales.

En consecuencia, se identificó la necesidad de fortalecer habilidades comunicativas en las estudiantes. Enfocado a su competencia interpretativa e incorporando ejercicios en el aula de clase que involucraran el desarrollo de dichas competencias a través de elementos no verbales, priorizando el interés y potencial que las estudiantes presentaban con este tipo de materiales.

1.4 Justificación

La enseñanza del español en la educación colombiana en primaria se ha enfocado en dos habilidades el saber leer y escribir, estas con la premisa de decodificar y producir textos para lograr comunicarse. Sin embargo, el hacer esto limita el potencial de los estudiantes de realizar estos procesos, analizarlos y construir desde su pensamiento su propia interpretación y reacción a ellos, olvidando el papel transformador al recibir y emitir mensajes y con ello entorpeciendo el proceso comunicativo y convirtiéndolo en un ejercicio de repetición. En esta investigación se reconoce la importancia de que la enseñanza del español responda a los intereses de las estudiantes, a incentivar sus capacidades y a crear espacios que respondan a la necesidad de entablar una relación entre lo académico y su contexto.

Esta investigación busca brindar un lugar en el proceso de enseñanza del español que se ha olvidado en el aula de clases de las estudiantes, un espacio dedicado a la comunicación no verbal y la implementación de recursos referentes a medios de comunicación que son exigidos por el MEN para el desarrollo de las competencias comunicativas. Esto con el fin de ofrecer a las estudiantes herramientas que les permitan desarrollar su competencia interpretativa y aplicarla en el aula de clase con recursos que encuentran en su vida cotidiana, una oportunidad para que se desarrollen una postura analítica desde la comunicación no verbal a textos no convencionales en el aula de clases, las imágenes publicitarias.

Por lo cual, el presente proyecto se diseña con el objetivo de desarrollar una metodología que involucre la implementación de la comunicación no verbal en imágenes y el trabajo de los medios de comunicación propuestos por el MEN. Se toma la decisión de crear una propuesta donde el ejercicio de la comunicación no verbal en clase sea de igual importancia que la gramática y que esta se lleve a la práctica en ejercicios de análisis de la imagen publicitaria. Para ello, se propone la aproximación de las imágenes publicitarias y el

análisis de esta desde la semiótica, entendiendo esta disciplina como un eje fundamental para el proceso interpretativo de las estudiantes, el proceso de semiosis.

Dicha propuesta cambiaría la metodología aplicada hasta el momento en este curso donde prima la repetición y los ejercicios de lectura y escritura de textos convencionales, abriendo un espacio que considera a la comunicación no verbal igual de importante que la comunicación verbal, y donde las estudiantes logren interpretar su realidad sin limitarse a textos académicos, un espacio donde la enseñanza del español trascienda el aula de clase.

1.5 Pregunta de investigación

Teniendo en cuenta el resultado de las observaciones, la prueba diagnóstica, los objetivos que las estudiantes deben alcanzar en sus primeros grados con relación a la competencia comunicativa, el interés de las niñas hacia las imágenes y reconociendo la necesidad de trabajar la enseñanza de la lengua materna desde otras formas de comunicación se planteó la siguiente pregunta de investigación

¿De qué manera las imágenes publicitarias como recurso no verbal en el aula de clase ayudan al desarrollo de la competencia interpretativa en las estudiantes del grado 104 JM del colegio Liceo Femenino Mercedes Nariño?

1.6 Objetivos

Para dar respuesta a la anterior pregunta se plantearon los siguientes objetivos:

1.6.1 Objetivo general.

Analizar el uso de la imagen publicitaria como recurso para el desarrollo de la competencia interpretativa en el grado 204 JM del Liceo Femenino Mercedes Nariño y la contribución de esta a la mejora de los procesos comunicativos en el área de español de las estudiantes.

1.6.2 Objetivos específicos.

- Identificar los niveles de la competencia interpretativa de las estudiantes de grado 204 JM, para el reconocimiento de sus fortalezas y debilidades y así, la creación de una propuesta basada en ellas.
- Diseñar e implementar una propuesta metodológica que use la imagen publicitaria como recurso para la mejora de la competencia interpretativa de las estudiantes de grado 204.
- Analizar el impacto que causó el uso de imágenes publicitarias como recursos para el desarrollo de la competencia interpretativa de las estudiantes de grado 204JM.

2. Marco de referencia

En este capítulo se presentan los antecedentes del problema de investigación para así identificar diferencias y similitudes con otros estudios y adoptar estrategias eficaces de ellos. Por otro lado, se aborda la teoría que define desde cuáles posturas son tomados los conceptos más importantes para la investigación. Para ello, se presentan diferentes autores y sus estudios con relación a: *interpretación e imagen publicitaria* remarcando así la importancia del mundo de los signos, el análisis de estos en este enfoque, y el estudio de dichos contenidos en medios de comunicación reconociendo sus implicaciones en la construcción del individuo en la sociedad y la pertinencia de estos aportes a esta investigación.

2.1 Antecedentes del problema

Los antecedentes relacionados al problema de investigación de este proyecto se enfocan principalmente en la lectura de imágenes y la interpretación de estas desde diferentes metodologías presentadas en trabajos doctorales como en tesis de pregrado. Esto con el fin de conocer las investigaciones previas referentes al tema de investigación de esta tesis la competencia interpretativa desarrollada desde el uso de imágenes publicitarias en niños que se encuentren en sus primeros grados de escolaridad.

El primer antecedente encontrado corresponde a una tesis doctoral de la universidad Complutense de Madrid, España, el título de esta tesis es: *El método icono-verbal en el desarrollo de la comunicación oral y creativa en los niños de 5 años experiencia en los centros educativos del nivel inicial* en el distrito San Luis en Lima, Perú por Angie Gisela Tello Limaco. Esta investigación experimental se realizó en 32 colegios del distrito de San Luis en Lima Perú con un total de 320 niños de 5 años. El objetivo fue proponer un método que desarrollara la comunicación oral y creativa en los niños en educación infantil. (TELLO, 2016)

Esta investigación es de diseño experimental con un enfoque cuantitativo, fue dividida en tres fases la primera fue la selección de población, los instrumentos de recolección y las técnicas (observaciones), la segunda la descripción de lo encontrado, las características de la muestra y el nivel de comunicación. Finalmente, la tercera fase da lugar al análisis de los resultados que plantean el método Icono-Verbal.

El método de este trabajo se componía de tres fases: lectura inteligente, lectura crítica y lectura creadora, en estas fases la población responde preguntas referentes a textos icónicos ¿Qué dice el texto?, ¿qué opina del texto?, ¿para qué me sirve el texto? en cada uno de estos ejercicios se propone que los niños desarrollen capacidades interpretativas, de comprensión textual y creación.

Como conclusión al análisis de datos arroja que dicho método aportó significativamente a la comunicación oral de los niños que participaron en este proyecto, a su percepción visual y a la relación que establecieron entre las imágenes icónicas y la creación de cuentos. Esto comprobado con un pretest y una prueba posterior que realiza el investigador en su proyecto y que demuestra cuantitativamente una mejora.

Este antecedente demuestra la relevancia de materiales no verbales como las imágenes para el desarrollo de competencias comunicativas en los estudiantes, el método icono-verbal que se empleó en esta investigación en niños de cinco años logró una mejora en sus habilidades, evidenciando así la utilidad de este tipo de metodologías.

El título de la segunda investigación *La imagen: recurso para el desarrollo de procesos discursivos orales* por Adriana Paola Lozano Martínez tesis de la Universidad Pedagógica Nacional. El objetivo de este trabajo fue realizar una propuesta pedagógica investigativa para mejorar la producción oral utilizando la imagen como recurso. El trabajo está enmarcado en Investigación-acción, con un enfoque sociocrítico.

Esta investigación se desarrolló en el colegio Villemar el Carmen con estudiantes del grado 201, está dividida en cuatro fases, la primera caracterización y diagnóstico, la segunda diseño de actividades y talleres, la tercera la propuesta de intervención desarrollada primordialmente en talleres guiados por pregunta haciendo uso tanto de imágenes fijas como en movimiento, y la última fase evaluación donde se reúnen los datos de todos los talleres y observaciones en diarios de campo. (Lozano, 2016)

Como conclusiones se presentan la necesidad de recursos no verbales como imágenes para potenciar la comunicación oral de los estudiantes, el aprovechamiento de los conocimientos previos de los niños y la experiencia para crear historias, narraciones cortas y mejorar su interpretación y el avance que tuvieron los estudiantes de grado 201 en su producción oral.

En este antecedente se reconocen diferentes actividades realizadas con la población que ayudan a desarrollar la interpretación en imágenes, y se identifica la necesidad de hacer uso de estas en todo tipo de formatos. También, se da relevancia a las preguntas que debe realizar el docente dentro de las actividades para guiar el desarrollo de estas.

El tercer trabajo se titula: *Lectura de imágenes en la comprensión lectora de los niños y niñas de 4 años del centro infantil Ciudad San Gabriel D.M.Q.* por Cristina Paola Almeida Montesdeoca egresada de la Universidad central del Ecuador. Esta investigación de pregrado tiene un enfoque mixto, las técnicas expuestas en este trabajo es la observación y como instrumentos el cuestionario, esta investigación no solo se realizó con los estudiantes sino también se involucró a los docentes y se le realizó encuestas referentes a su metodología. El objetivo principal de este trabajo fue diseñar una guía didáctica como estrategia pedagógica para mejorar la comprensión lectora en los estudiantes (Almeida, 2017)

Para la elaboración de esta guía se realizaron encuestas a los docentes referentes a la comprensión de textos por parte de los estudiantes y en ello se concluyó la necesidad de crear esta guía que involucrara la imagen como herramienta para mejorar dicha competencia. Como resultado de esto, se creó una guía con 9 módulos enfocados en historias, enseñanza de gramática, historietas todos ellos con imágenes como recurso primordial.

Las conclusiones de esta investigación reconocen la efectividad del uso de las imágenes para el desarrollo de la comprensión lectora de los niños. Sin embargo, resalta el poco uso de este recurso en las aulas de clases, haciendo que su implementación sea en un primer momento difícil para los estudiantes. Se destaca la importancia del uso de esta clase de metodologías y la buena disposición de los docentes para implementar la guía realizada durante esta investigación.

En esta investigación se evidencia la problemática de la falta de uso de elementos no verbales como imágenes en las aulas de clase para el desarrollo de competencias en el área de español, también la limitación en metodologías y procesos para dicha enseñanza y el desconocimiento por parte de los docentes del potencial de dichos materiales, esta investigación confirma la necesidad de plantear nuevos espacios y metodologías haciendo uso de imágenes que ayuden a desarrollar las competencias comunicativas en los estudiantes.

El cuarto antecedente corresponde a una tesis de pregrado que se titula: *Expresiones artísticas como potenciador de la comunicación no verbal* por Gerson Enrique Lozada Medina de la universidad Pedagógica Nacional. Este trabajo investigativo se realizó en el colegio Villemar del Carmen con el grado 101, el objetivo principal de esta investigación fue fortalecer la comunicación no verbal de los estudiantes de este curso y desarrollar de manera integrada las habilidades de escucha, oralidad, lectura y escritura. Para ello, realizaron actividades de danza y teatro. (Lozada, 2016)

El tipo de investigación de este proyecto es investigación-acción cualitativa, se dio prioridad a dos expresiones artísticas en el desarrollo de su metodología danza y teatro. Los instrumentos para recolección y análisis de datos fueron: diarios de campo, entrevistas y registros audiovisuales. El producto final de este proyecto fue un ejercicio de representación teatral que vinculaba el baile, como resultado de esta investigación se reconoce que esta aportó a la creación de nuevos espacios pedagógicos que posibilitaron la imaginación y el desarrollo de los estudiantes académico, social y cultural.

Esta investigación evidencia la falta de espacios para la enseñanza de comunicación no verbal en el aula de clase y la necesidad de su aplicación especialmente, en la educación primaria. También, se reconoce la importancia del juego para presentar y desarrollar actividades con los niños.

El último antecedente se titula: *Los medios audiovisuales como herramienta para potenciar la expresión oral* por la docente Gina Milena Vela Amézquita de la Universidad Pedagógica Nacional. El objetivo de esta investigación fue realizar un ejercicio de intervención fue mejorar las competencias comunicativas especialmente la oralidad en los estudiantes de los cursos 101 y 102 del colegio Tomás Carrasquilla IED mediante medios audiovisuales. (Amézquita, 2016)

Este trabajo se realizó desde el enfoque de investigación acción y se dividió en tres fases. La primera enfocada en la identificación del problema de investigación a través de observaciones y encuestas y posteriormente el diseño de la propuesta. En segundo lugar, la implementación del ejercicio pedagógico y el análisis de este y finalmente el análisis y reflexión de resultados.

Esta tesis de grado enfocó su atención a la expresión oral desde la comunicación no verbal, la paralingüística y la kinésica. Dentro de las conclusiones de este ejercicio se

encontró la importancia de realizar actividades organizadas donde prime la oralidad y en estas se tenga en cuenta elementos no verbales que constituyen el acto comunicativo. Así mismo se reconocieron los medios audiovisuales como un recurso interesante y nuevo al implementar la propuesta y trabajar la oralidad.

Se identifica en las investigaciones presentadas anteriormente la necesidad de abordar en las aulas recursos no verbales, los cuales ayudaron a los estudiantes a mejorar sus competencias interpretativas. Sin embargo, se reconoce la dificultad de la metodología al no ser frecuente en las instituciones, esto conlleva a formular una propuesta que tenga en cuenta esta dificultad por parte de los estudiantes al enfrentarse a un recurso nuevo en el aula y entender sus dificultades en la implementación de este. El trabajo monográfico tiene en cuenta las etapas que los estudiantes transitan y la disciplina que sustenta su práctica la cual debe ir más allá de un ejercicio desde la lingüística. Por ello, el eje diferencial de esta propuesta pedagógica será implementar este recurso con el fin de mejorar la competencia interpretativa de las estudiantes sin limitarla a un campo lingüístico abriendo paso a la semiótica.

2.2 Bases teóricas

En este apartado se presenta la teoría que construye los pilares del proyecto de investigación. Para ello, se definen las tres categorías más importantes para la unidad de análisis competencia interpretativa: *Niveles de Interpretación*, *Tipos de lectura* Y *Tipos de mensaje* y las subcategorías que complementan esta teoría. Todo esto se hace desde la semiótica como disciplina base, en este sentido antes de abordar cada una de las categorías y subcategorías es importante conocer esta disciplina y sus fundamentos.

La semiótica es la disciplina encargada de estudiar los diferentes sistemas de signos y las relaciones de estos en el proceso comunicativo, desde su creación hasta la recepción de estos. Según Peirce citado por Umberto Eco, “I am, as far as I know, a pioneer, or rather a backwoodsman, in the work of clearing and opening up what I called semiotic, that is, the doctrine, of the essential nature and fundamental varieties of possible semiosis” (Eco, 1986). En esto, Peirce como uno de los pioneros fundamentales de esta disciplina la define como la doctrina de la naturaleza y las múltiples variedades del proceso de semiosis de esta, el proceso de interpretación. Resalta también. que el proceso se logra a través de un ejercicio de abstracción frente al signo, y su desarrollo solo es posible desde la observación.

Así mismo, el signo o representamen es una representación de un objeto o una idea, y este mismo puede dar origen a otro signo a la vez. A este se le denomina interpretante del primer signo (Peirce, SD) . Estos signos deben partir de un objeto ya conocido, y solo la experiencia del lector de ellos logra encontrar su lógica y realizar el proceso de semiosis. Peirce presenta tres principios fundamentales sobre la semiótica como teoría; el primero de ellos es el principio general que tiene en cuenta la experiencia tanto emocional como intelectual y que generaliza el concepto de signo, en segundo lugar se encuentra su naturaleza triádica donde menciona la primeridad, segundidad y terceridad y las relaciones entre el signo, el objeto y el interpretante y por último, el aspecto pragmático que tiene en cuenta el contexto donde se produce el signo y el contexto de su interpretante. (Everaert-Desmedt, 2004)

Es conveniente comprender los principios que Peirce crea con relación a la semiótica para lograr un mayor entendimiento de esta disciplina. Primero Peirce citado por Everaert-Desmedt, define tres categorías que desarrollan el primer principio, la experiencia humana. Las tres categorías que Peirce presenta son: La primeridad referente a la experiencia emocional, y a las cualidades que de esta se despliegan, “Por ejemplo, un "enrojecimiento",

antes que nada en el universo fuera rojo, o una sensación general de dolor, antes de que uno comience a preguntarse si la sensación proviene de un dolor de cabeza, una quemadura o alguna emoción dolorosa.” (Everaert-Desmedt, 2004)

La segundidad hace referencia a la acción-reacción. En ella se pueden ver las consecuencias de un evento en otro después de un determinado tiempo. Y por última la terceriedad, en ella dos objetos se relacionan, esta categoría permite crear hipótesis entre lo que refleja un objeto y sus consecuencias en el otro. En ella el pensamiento, la representación y el proceso de semiosis se hacen presentes. (Everaert-Desmedt, 2004)

En el segundo principio se encuentra el proceso semiótico triádico. En este proceso Peirce habla de la relación entre el signo o el representamen, el objeto y el interpretante. También, se realiza una distinción entre dos clases de objetos: el objeto dinámico, el cual corresponde a la realidad y el objeto inmediato referente a la representación por el signo. Por otro lado, se reconoce el proceso del interpretante donde al interpretar al signo crea un representamen que activa una nueva interpretación. El tercer principio afecta tanto el proceso de semiosis como el proceso de creación de un nuevo representamen, al condicionar estos al contexto en el que se encuentran. (Everaert-Desmedt, 2004)

Teniendo claro la disciplina desde la cual se estudiará este proyecto, y los fundamentos de las categorías se inicia la exposición de cada una de ellas:

2.2.1 Niveles de Interpretación.

El concepto de interpretación se toma desde la semiótica, por lo tanto, se entenderá como interpretación al sentido que otorga el interpretante al sistema de signos. Al respecto Peirce (citado por Everaert Desmedt) habla de este proceso como “El proceso de semiosis implica una relación triádica entre un signo o representamen (un primero), un objeto (un segundo) y un interpretante (un tercero).” (Everaert-Desmedt, 2004) Este proceso al incluir

uno o más interpretantes y por lo tanto más de un sentido del signo convierte la semiosis es una variedad ilimitada de posibilidades, pero que es condicionada por el conocimiento social y cultural que tenga el individuo.

Adicional a esto, Barthes reconoce signos no lingüísticos los cuales él llamará signos semiológicos, entre ellos se encuentran las imágenes, la fotografía, los dibujos etc. En la semiosis de esta clase de signos Barthes establece un sentido histórico y aclara que el proceso de significación es siempre una construcción social, desde su historia, cultura y que la semiosis logra verbalizar el signo semiológico. (Barthes, 1986)

Por otro lado, al hablar de competencia interpretativa se toma como primer referente los niveles establecidos por el MEN en la Matriz de Referencia de Lenguaje y el plan de estudios, para estos en el texto *Programas para el desarrollo de competencias, dirección de calidad de la educación preescolar, básica y media*, corresponde a “el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes que desarrollan las personas y que les permiten comprender, interactuar y transformar el mundo en el que viven” (Ministerio de Educación Nacional, 2006). En este sentido, se entiende el término competencia como todo aquello que el individuo posee y logra desarrollar dependiendo de sus habilidades, factores físicos, sociales y culturales. Partiendo de esto, el Ministerio de educación establece criterios y objetivos de aprendizaje para cada grado de escolaridad, delimitando así las capacidades o competencias de los estudiantes según su edad y nivel educativo. Para los niños que cursan entre grado primero y tercero, las capacidades que se expresan allí referentes a su competencia interpretativa en textos escritos y en otros tipos de texto como imágenes son las siguientes:

- Lee diferentes textos sin importar su formato
- Reconoce la función social de los textos que leen

- Identifica el formato del texto que están leyendo
- Crea hipótesis sobre el sentido global de los textos
- Identifica el propósito comunicativo del texto y expresar sus ideas sobre este.
- Compara diferentes textos e identificar semejanzas y diferencias.
- Comprende el lenguaje y secuencias en imágenes
- Relaciona las gráficas con textos escritos
- Identifica las situaciones reales de quién crea el texto y su interprete
- Completas imágenes dependiendo del sentido global del texto.

Adicionalmente el MEN expone en la matriz de referencia del área de lenguaje para los primeros grados (primero, segundo y tercero de primaria) diferentes objetivos de aprendizaje referentes al proceso de lectura de los estudiantes y la evidencia que espera de estos. Para ello, divide su implementación en tres ejes; pragmático, semántico y sintáctico. Cada uno de estos será tenido en cuenta como una subcategoría. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

2.2.1.1 Nivel semántico.

El MEN para este nivel propone diferentes capacidades, conocimientos y habilidades que el estudiante debe tener en sus primeros grados correspondiente al eje semántico. Así menciona tres características para tener en cuenta. El primer aspecto es la comparación entre diferentes tipologías textuales y las relaciones entre ellas. En segundo lugar, el reconocimiento de la información explícita del texto a estudiar, dentro de esta se menciona el contenido no verbal de los textos y la secuencialidad de contenidos. Finalmente, habla de la información implícita que el estudiante pueda llegar a identificar en el texto, aspectos que

lleguen a caracterizar a los personajes, contexto que ayude a la comprensión de diferentes palabras y ayude a encontrar en un primer momento el sentido general del texto. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

2.2.1.2 Nivel sintáctico.

El MEN presenta el nivel sintáctico, como objetivo de aprendizaje se encuentra la identificación de la estructura explícita e implícita del texto y para lograr esto la evidencia que el MEN menciona es la identificación y reconocimiento de la estructura del texto que se esté leyendo, las marcas lingüísticas, la correferencialidad y el reconocimiento de la tipología textual que se trabaje. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

2.2.1.3 Nivel pragmático

Por último, como objetivo de aprendizaje del eje pragmático se propone que el estudiante evalúe información explícita e implícita de la situación comunicativa y analice sus elementos explícitos como también la información implícita que allí se encuentre. Para ello, el MEN propone como evidencia que el estudiante caracterice el contexto tanto de los enunciados como de los participantes del mensaje e identifique las intenciones y la función social de los textos que lea. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

2.2.2 Tipos de lectura.

La imagen publicitaria y su análisis se toma desde la retórica de la imagen de Barthes. El semiólogo reconoce que el papel lingüístico de la imagen ha sido rechazado, no ha sido vista más allá de una copia o una representación de la realidad, que carece además de un componente fonético y por lo tanto pobre de interpretación. Sin embargo, desde la semiótica él reconoce en la imagen un mensaje, y en él múltiples sentidos. Barthes estudia la imagen y enfoca gran parte de este estudio a una imagen con intención, la imagen publicitaria.

Esta retórica convierte toda imagen polisémica. Por lo tanto, está conformada por múltiples significados que pueden ser percibidos o ignorados por el receptor y que modifican su interpretación. Dicha interpretación también estará influenciada por los conocimientos que posea el receptor, conocimientos prácticos, culturales, estéticos etc. En ese sentido la lectura de una imagen y el sentido de esta es variado dependiendo de la profundidad del léxico del individuo. (Barthes, 1986)

El tipo de lectura propuesto en este trabajo monográfico se estudiará desde la semiótica para ello, teniendo en cuenta la lectura en imágenes Umberto Eco establece dos tipos de lectura de imagen *denotativo* y *connotativo*. (Eco, 1986)

2.2.2.1 Tipo de lectura denotativa

Como denotación Umberto Eco dice:

Como denotación deberemos entender la referencia inmediata que un término provoca en el destinatario del mensaje. Y dado que no se quiere recurrir a soluciones de tipo mental, la denotación ha de ser la referencia inmediata que el código asigna a un término en una cultura determinada (Eco, 1986).

Siendo así, la denotación es la lectura literal, la lectura que se realiza al acercarse a la imagen por primera vez, al reconocer sus componentes, al observar sus características, pero conservar solo lo que muestra la imagen, su significado de diccionario. Es una definición general de la imagen, cualquier individuo puede crearla con tan solo verla.

2.2.2.2 Tipo de lectura connotativa

El segundo nivel que propone Eco es el nivel connotativo para él “la connotación es el conjunto de todas las unidades culturales que una definición in-tensional del significante puede poner en juego; y, por lo tanto, es la suma de todas las unidades culturales que el

significante puede evocar institucionalmente en la mente del destinatario. Diciendo puede no aludimos a ninguna posibilidad psíquica, sino a una disponibilidad cultural”. (Eco, 1986)

Diciendo esto la lectura connotativa supera la lectura literal de nivel denotativo y se emerge a una lectura inferencial, una lectura que requiere de otros conocimientos y que realiza asociaciones de imagen- imagen o imagen texto para darle sentido a lo que se ve, esta lectura connotativa depende del individuo, sus conocimientos previos, su cultura. Así dependiendo de diversos factores el proceso de semiosis de la imagen puede variar en cada individuo, las interpretaciones serán complejas y más elaboradas. La subjetividad en este tipo de lectura es importante, aunque el individuo se base en lo que la imagen muestra su subjetividad definirá la interpretación de esta.

Las técnicas planteadas por Barthes para una lectura connotativa son cinco: el trucaje, la pose, los objetos, la fotogenia y la sintaxis. En primer lugar reconocer el trucaje que se le ha hecho a la imagen, reconocer elementos que son falsos en ella pero que están para construir el sentido de la imagen, después la pose de los elementos principales de la imagen estas poses son culturalmente interpretativas así si una persona tiene su mano en el mentón se pensará que está pensativo pero si por el contrario está en su frente se podría pensar que está preocupado, en tercer lugar los objetos, reconocer los objetos de la imagen permite asociaciones sobre interpretaciones que se tienen de ellos y que más adelante ayudan a la semiosis final, en cuarto lugar la fotogenia, los colores y la iluminación de la imagen permiten reconocer los aspectos que tienen mayor relevancia en ella. Finalmente, la sintaxis, crear relaciones y coherencia entre todos los aspectos anteriores da como resultado un proceso de semiosis más elaborado. (Barthes, 1986)

Al leer una imagen publicitaria dependerá del individuo si realiza una lectura denotativa o logra avanzar a una lectura connotativa, una lectura inferencial e incluso crítica sobre el contenido que se está observando.

2.2.3 Tipos de mensaje.

2.2.3.1 Mensaje lingüístico

Barthes propone tres tipos de mensaje en la imagen publicitaria: El mensaje lingüístico, el mensaje icónico codificado y el mensaje icónico no codificado. Del primer mensaje expresa lo siguiente:

Actualmente, a nivel de las comunicaciones de masas, parece evidente que el mensaje lingüístico esté presente en todas las imágenes: como título, como leyenda, como artículo de prensa, como diálogo de película, como fumetto. Vemos entonces que no es muy apropiado hablar de una civilización de la imagen: somos todavía, y más que nunca, una civilización de la escritura» (Barthes, 1986).

En esto Barthes reconoce la importancia de este mensaje no solo por las circunstancias actuales que como señala son dependientes a la escritura, pero que además aporta un importante valor a la imagen en especial a la imagen publicitaria con relación a la información y que además de informar persuade de múltiples maneras al receptor del mensaje creando así un primer sentido.

2.2.3.2 Mensaje no codificado

Después de ello, se encuentra el *mensaje no codificado*, aquel que corresponde a una lectura denotada, el mensaje literal de la imagen, aquel que no requiere ningún proceso de connotación y que se reconoce por su definición general. (Barthes, 1986)

2.2.3.3 Mensaje codificado

Por último, el mensaje codificado, un mensaje con mayor complejidad, este tipo de mensaje requiere que el lector analice sus componentes para realizar el proceso de semiosis, para reconocer su significado. Es un mensaje cargado de intencionalidad por parte del emisor, un mensaje que según Barthes siempre se encontrará en la imagen publicitaria. (Barthes, 1986)

3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

El actual proyecto de investigación será realizado a través del enfoque cualitativo. Teniendo en cuenta el proceso que este tipo de investigación lleva a cabo con la población, el papel primordial que cumple la observación e interacción en el campo de estudio y el análisis riguroso de datos que abarca aspectos sociales y culturales acordes con este trabajo pedagógico investigativo.

3.2 Enfoque de investigación-acción

El enfoque de este proyecto es investigación-acción, esto con el fin de no solo estudiar, interpretar y analizar el contexto del presente proyecto sino además crear una intervención que ayude a mejorar las condiciones de la población en este caso a nivel social y educativo. Para ello, es importante reconocer a qué hace referencia la investigación-acción cualitativa en educación, cuáles son sus fortalezas, su proceso e instrumentos al desarrollarla y así comprender cómo se llevó a cabo este proyecto de investigación.

De acuerdo con esto, el docente Bernardo Gómez de la Universidad de la Sabana en su artículo La investigación-acción educativa y la construcción de saber pedagógico define este tipo de investigación como:

«La adaptación de la teoría, transformación intelectual y práctica, es el resultado de un ir y venir entre la teoría y la práctica pedagógica, que puede realizarse espontánea o sistemáticamente. Si se hace de manera sistemática y rigurosa, constituye un proceso de investigación sobre la práctica en el laboratorio de las aulas. El tipo de investigación que pretende sistematizar este proceso individual en el docente, que investiga a la vez que enseña, es la investigación-acción educativa» (Gómez, 2004)

La investigación acción busca reconocer al docente como un individuo que está en la capacidad de realizar estudios en el aula para mejorar su práctica pedagógica pero además para enriquecer su contexto educativo y aportar nuevo conocimiento. Un actor que puede llevar a cabo una investigación rigurosa, estudiar la población en la que trabaja, identificar, analizar y sistematizar la información para así crear e implementar una propuesta que ayude a mejorar dichas condiciones. Circunstancias que van más allá del conocimiento que se enseña, que apuntan también al proceso y procedimiento para la enseñanza de este.

Para que el docente realice este tipo de investigación Kurt Lewin (citado por Bernardo Gómez) establece tres fases: la primera de ellas hace parte de la identificación y reflexión del problema a investigar esto en la actual investigación se realizó a través de observaciones que arrojaron nuestro problema principal la falta de implementación de recursos no verbales en el aula de clase como potenciador del desarrollo de la competencia interpretativa de las estudiantes de grado 204 del Liceo femenino Mercedes Nariño, en la segunda fase Lewin establece la recolección de datos relacionados con el problema de investigación para ello en este proyecto se aplicó la prueba diagnóstico la cual confirmó el problema de investigación identificado previamente y con esto la oportunidad de continuar a la tercera fase que propone este autor, la planeación y aplicación de acciones renovadoras y el análisis de dicha aplicación. Esta investigación se encuentra en su tercera fase la planeación de una propuesta pedagógica que permita fortalecer el problema de investigación reconocido en las dos primeras fases a través de su aplicación en el aula de clase (Gómez, 2004).

3.3 Técnicas e instrumentos

Los instrumentos y técnicas en investigación-acción pedagógica ayudan a recolectar y analizar datos, son la base primordial para la identificación del problema de investigación y el desarrollo de una propuesta pedagógica en el marco de la investigación acción. Entendiendo técnicas como los procesos que realiza el investigador para obtener, sistematizar y analizar

información e instrumentos como las herramientas para llevar a cabo dichas técnicas.

(Gómez, 2004)

Para el desarrollo de esta investigación en cada una de sus fases los instrumentos y técnicas utilizados fueron los siguientes: Observaciones, diarios de campo, talleres, grabaciones, fotografías, documentos formales en este proyecto documentos como el PEI, la información que la docente titular del grado 204 facilitó para la caracterización de la población y el plan de estudios y la prueba diagnóstico. Además, consultas documentales con relación a la teoría sobre el proyecto e investigaciones previas sobre este. Todas estas técnicas e instrumentos permitieron el desarrollo de cada una de las etapas de esta investigación y con ellas construir una tercera fase en la que se plantea la propuesta pedagógica para una futura aplicación.

3.4 Enfoque de investigación

La unidad de análisis de este proyecto es la competencia interpretativa. Para el análisis de esta y el desarrollo de la propuesta pedagógica se plantearon tres categorías: *Niveles de Interpretación, tipos de lectura y tipos de mensaje*. Los Niveles de interpretación son eje fundamental de la primera fase exploración, y se toman desde la matriz de referencia en lenguaje del MEN, de estos subyacen tres subcategorías; Nivel semántico, sintáctico, pragmático. Es importante aclarar que esta categoría solo hará parte de la primera fase de la propuesta de intervención al continuar la fase dos y tres desde las bases teóricas semióticas.

Por otro lado, la categoría *Tipos de lectura* posee dos subcategorías: lectura denotativa y lectura connotativa como parte de la teoría propuesta por el escritor, filósofo y profesor Umberto Eco. Y finalmente, en la última categoría *Tipos de mensaje* se despliegan tres subcategorías: mensaje no codificado, mensaje lingüístico y mensaje codificado, esta categoría y subcategorías hacen parte de la teoría propuesta por el semiólogo francés Roland

Barthes y su estudio en imágenes publicitarias. Se proponen indicadores de logro para cada una de las subcategorías anteriormente mencionadas.

A continuación se presenta la matriz categorial dividida en tres categorías con sus debidas subcategorías y los referentes de cada una de ellas. Adicionalmente, se presentan los indicadores de logro por cada una de las subcategorías lo cuales serán fundamentales para el proceso de análisis más adelante.

Tabla 1 Matriz Categorial

Unidad de análisis	Categoría	Subcategorías	Referentes	Indicadores	Talleres
Competencia interpretativa	Niveles de Interpretación	Semántico Sintáctico Semiótico	MEN	Identifica códigos verbales y no verbales en el proceso comunicativo del texto. Establece relaciones entre los elementos de la imagen Identifica estructura textual (implícito y explícito) Identifica la organización y estrategias empleados para la presentación del contenido. Relaciona texto con contexto Construye hipótesis globales sobre el contenido que lee* Reconoce la función social de los textos que leen	Taller 1: Imagen y sus elementos Taller 2: Imagen publicitaria Taller 3: Similitudes y diferencias Taller 4: Historieta parte I
Competencia interpretativa	Tipos de lectura	Denotativa Connotativa	Umberto Eco	Caracteriza el contexto de la imagen Compara diferentes textos e identificar similitudes y diferencias. *Comprende el lenguaje y secuencias en imágenes Lee diferentes textos e identifica su formato. Identifica las situaciones reales de quién crea el texto y su interprete Completa imágenes dependiendo del sentido global del texto. Identifica intención del texto	Taller 5 : Historieta parte II Taller 6: Reconocimiento de elementos en la imagen publicitaria Taller 7: Imágenes y sensaciones Taller 8: Taller de colores y emociones Taller 9: Taller sentido y texto
	Tipos de mensaje	No codificado Lingüístico Codificado	Roland Barthes	Reconoce los elementos de la imagen Da cuenta de colores, y escenografía de la imagen Identifican elementos lingüísticos en la imagen Relacionan las imágenes con el texto dentro de ellas y con otros elementos. Crean hipótesis sobre el sentido de la imagen Interpreta los tres tipos de mensajes en la imagen Publicitaria	lingüístico Taller 10: Primer borrador de imagen publicitaria

Fuente: elaboración propia

3.5 Población

La investigación se realiza con las estudiantes de grado 204 de la jornada mañana del Liceo Femenino Mercedes Nariño. Este curso está conformado por 34 estudiantes entre 5 a 7 años a cargo de la docente Elida Sarmiento. Es importante aclarar que se inició este proyecto de investigación cuando las estudiantes se encontraban en grado primero pero su aplicación se realiza cuando estas niñas cursan segundo de primaria a cargo de la misma titular, la docente Elida.

A través de las observaciones se reconoce el grupo como un curso muy activo y participativo en clase, con gran disposición para ayudar tanto a sus compañeras como a la docente que se encuentra a cargo. Se destaca en las estudiantes su interés por la asignatura español, y su compromiso al realizar los ejercicios en clase. Durante las observaciones también se reconoce la relación docente-estudiante siendo esta muy cercana, otorgando prioridad tanto al proceso académico que llevan las estudiantes como a sus procesos personales concernientes a las relaciones con sus familias y su entorno.

Además, se identifica en las clases como la docente y las estudiantes hablan abiertamente de sus vidas y esto ayuda a comprender el desarrollo de las niñas dentro del aula de clase. Evidenciando la influencia de los factores sociales y familiares en sus ejercicios académicos. También se identifica la cercanía de la docente con los padres de familia de las estudiantes, creando así una red de apoyo para el progreso de las niñas en el curso.

Se concluye que una propuesta de intervención para esta población debe promover contenidos que incentiven las relaciones entre los procesos educativos en el área de español y el contexto de las estudiantes, reconociendo así la importancia de estos últimos en el crecimiento personal y académico de las niñas.

3..5.1 Consideraciones éticas de la investigación

Esta tesis de grado surge como respuesta a necesidades que el MEN expone en los lineamientos curriculares y en los Estándares Básicos en Competencias del Lenguaje, es amparado por la Ley 115 de 1994 Ley general de educación y su artículo 21:

«El desarrollo de las habilidades comunicativas básicas para leer, comprender, escribir, escuchar, hablar y expresarse correctamente en lengua castellana y también en la lengua materna, en el caso de los grupos étnicos con tradición lingüística propia, así como el fomento de la afición por la lectura; d) El desarrollo de la capacidad para apreciar y utilizar la lengua como medio de expresión estética» (El Congreso de la República de Colombia, 1994).

Entonces, es un derecho de las estudiantes desarrollar sus capacidades y habilidades comunicativas y lograr expresarse ya sea por códigos lingüísticos o expresiones artísticas no verbales.

La población de estudio de esta investigación fue informada del proceso de investigación-acción, al ser menores de edad sus acudientes firmaron un consentimiento informado dando cuenta de su disposición al participar en el proyecto. ([Anexo 5](#))

4. Propuesta de intervención

4.1 Fases desarrolladas

4.2 Descripción propuesta de intervención.

Esta propuesta busca fortalecer la competencia interpretativa de las estudiantes de grado 104 JM del Liceo Femenino Mercedes Nariño a través del uso de imágenes publicitarias como recurso pedagógico. Para ello, su intervención será planteada desde un enfoque constructivista desde un proyecto de aula el cual se define como «El proyecto de aula es, entonces, una propuesta didáctica. La didáctica como un proceso de mediación entre sujetos que se comunican haciendo y como transposición de las ciencias hacia su enseñanza a través de preguntas. Pero aquellas preguntas que posibilitan pensar y construir un camino para hallar su respuesta.» (González, 2001) En este sentido, la investigación pretende involucrar activamente a las estudiantes, brindando la oportunidad de construir el conocimiento en conjunto para así llegar a cumplir un objetivo en común, una propuesta didáctica que adopta sus conocimientos previos y que cambia la metodología para llegar a crear un ambiente propicio en el que las estudiantes desarrollen sus habilidades y competencias, específicamente su competencia interpretativa.

Elvia González Agudelo, expone tres momentos para realizar un proyecto de aula la contextualización, lo metodológico y lo evaluativo. Por ello, siguiendo esta guía esta propuesta estará dividida en tres fases o momentos: Fase de exploración, Fase de afianzamiento o interpretación, fase de creación. Todas estas orientadas a la educación del análisis de la imagen publicitaria con el fin de mejorar su interpretación.

4.2.1 Fase 1: Exploración.

Esta etapa está enfocada en establecer un primer acercamiento a la imagen publicitaria, a sus formas, colores, a su composición, a todos los elementos tanto lingüísticos

como no verbales. Es una etapa de exploración al texto-imagen pero también de asimilación de este nuevo recurso en su clase de español donde primaba el texto lingüístico.

4.2.2 Fase 2: Interpretación.

En esta fase las estudiantes ya deben reconocer los componentes de la imagen publicitaria y cómo estos afectan el mensaje de la imagen. En este momento se enfoca la imagen publicitaria a la conciencia de su razón de ser, su interpretación. Aquí, las estudiantes reconocen la irrealidad de la imagen publicitaria y logran realizar el proceso de *semiosis*.

4.2.3 Fase 3: creación.

En la etapa de creación, las niñas ya conocen los componentes de la imagen publicitaria, y realizaron un proceso de semiosis para leer más allá de la imagen literal y ahora es tiempo de crear su propia imagen publicitaria utilizando cada uno de los aspectos vistos en clase.

4.2.1.1 Fase I exploración.

Tema: Aproximación a la imagen publicitaria

Actividades

- Identificación de conceptos generales sobre imagen, tipologías y sus elementos
- Taller de reconocimiento de la imagen publicitaria y sus elementos
- Ejercicio de semejanzas y diferencias entre la imagen publicitaria y otros tipos de imágenes y creación de algunos elementos adicionales a imágenes vistas en clase
- Creación de imagen publicitaria según el contexto de una historieta.

Indicadores de logro

- ✓ Identifica códigos verbales y no verbales en el proceso comunicativo del texto.
- ✓ Establece relaciones entre los elementos de la imagen

- ✓ Identifica estructura textual (implícito y explícito)
- ✓ Identifica la organización y estrategias empleados para la presentación del contenido.
- ✓ Reconoce la función social de los textos que lee

4.2.2.1 Fase II Interpretación.

Tema: Comprender el sentido de la imagen publicitaria: *semiosis*

Actividades

- Analizan las imágenes publicitarias creadas por las estudiantes producto de una historieta, reconocimiento de sus elementos explícitos e implícitos.
- Realizan un reconocimiento de la imagen publicitaria y las sensaciones que esta pueda producir en el lector, análisis de este proceso.
- Participan en un juego de colores, elementos y texto que ayudan a cambiar el sentido de la imagen publicitaria
- Relacionan los mensajes de la imagen publicitaria: mensaje no codificado, mensaje lingüístico, mensaje codificado a través de talleres

Indicadores de logro

- ✓ Caracteriza el contexto de la imagen
- ✓ Compara diferentes textos e identificar semejanzas y diferencias.
- ✓ Comprende el lenguaje y secuencias en imágenes
- ✓ Identifica las situaciones reales de quién crea el texto y su interprete
- ✓ Completa imágenes dependiendo del sentido global del texto.
- ✓ Da cuenta de colores, y escenografía de la imagen
- ✓ Identifica elementos lingüísticos en la imagen

- ✓ Relacionan las imágenes con el texto dentro de ellas y con otros elementos.
- ✓ Crean hipótesis sobre el sentido de la imagen
- ✓ Interpreta los tres tipos de mensajes en la imagen Publicitaria

4.2.3.1 Fase III Creación.

Tema: Creación de una imagen publicitaria

Actividades

- Eligen un tema en grupo para realizar proyecto final
- Crean del primer y segundo borrador de imagen publicitaria
- Analizan los componentes que se deberían agregar o quitar a la imagen grupal
- Socializan y reflexionan sobre el proceso y los trabajos realizados.

Logros

- ✓ Crea una imagen publicitaria final que dé cuenta de todo el contenido estudiado en la fase 1 y 2
- ✓ Analiza la imagen publicitaria de sus compañeras teniendo en cuenta los criterios estudiados.

Recursos fases 1,2 y 3

- Talleres de apoyo
- Plataforma Zoom
- Presentaciones y contenido audiovisual para clases sincrónicas
- Plataformas Genially, Classtools, Super Teacher Tools para realizar juegos.

Tabla 2 Cronograma

Cronograma

Este cronograma muestra las fases de la investigación-acción cualitativa y el tiempo planeado para cada una de ellas.

ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN	Agos	sept.	oct.	nov.	Dic.	Ene	feb	mar	abril	May	Jun	Julio	Agosto	sept	oct.	nov.
	2019					2020										
1. Identificación del problema Recolección de datos Revisión de documentos Formulación del proyecto de investigación Aplicación prueba diagnóstica																
2. Interpretación y Análisis Análisis de los datos recolectados Planificación de la propuesta pedagógica																
3. Aplicación y reflexión Aplicación de la propuesta pedagógica Análisis y reflexión del ejercicio realizado Modificación de la propuesta si es necesario																

Fuente: elaboración propia

5. Análisis de resultados

En este apartado se exponen los resultados obtenidos en la presente investigación enfocada a la imagen publicitaria como recurso didáctico para la competencia interpretativa. Para ello, se presentan los datos desde un enfoque cualitativo atendiendo a un sistema de triangulación propuesto por Francisco Cisterna Cabrera en su artículo “Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa” [la acción de reunión y cruce dialéctico de toda la información pertinente al objeto de estudio surgida en una investigación por medio de los instrumentos correspondientes, y que en esencia constituye el corpus de resultados de la investigación] (Cisterna, 2005) El método de triangulación elegido para realizar este análisis tuvo como objetivo respaldar el proceso investigativo con las estudiantes de grado 204 del Liceo Femenino Mercedes Nariño y brindar una mayor confiabilidad y veracidad al análisis de esta investigación.

La etapa de intervención de este trabajo fue dividida en tres fases: *Exploración*, *Interpretación* y *Creación* cada una de ellas respondía a diferentes indicadores de logro claves para la valoración cualitativa de actividades realizadas por las estudiantes (ver matriz).Las actividades que se tendrán en cuenta serán las evidencias entregadas por las estudiantes como talleres, dichos ejercicios no superan la mitad de estudiantes del curso. Sin embargo, se debe tener presente desde un primer momento las circunstancias en las que la propuesta pedagógica fue aplicada a través de modalidad virtual, durante la contingencia del COVID19 y los factores tanto familiares como socioeconómicos que no facilitaron la entrega de dichas evidencias por parte de las estudiantes. En este sentido, se reconocen los talleres entregados como el resultado de una muestra de grupo focal que evidencia el proceso de las estudiantes de manera general.

Para un análisis sistematizado y coherente se elaboró una matriz que ayuda a evaluar cualitativamente el nivel de las estudiantes en cada una de las etapas de acuerdo a los indicadores de logro propuestos en la matriz categorial ([anexo 8](#)). Dicha matriz fue dividida en cuatro niveles: nivel inicial, nivel primario, nivel satisfactorio y nivel avanzado. Se realizó una evaluación cualitativa de cada uno de los talleres en las tres fases propuestas para así dar inicio al ejercicio de triangulación. ([Anexo 9](#))

El proceso de triangulación se fundamentó por Cisterna como se mencionó anteriormente con el siguiente orden:

En primer lugar, se analizan las subcategorías propuestas, los resultados obtenidos en cada una de ellas y las etapas. ([anexo 10](#)) En segundo lugar, se toman las conclusiones de este primer estudio de subcategorías y se realiza una triangulación de los resultados de estas, la conclusión general en las categorías y las fases propuestas. Y por último, se exponen las conclusiones de dicha triangulación. ([anexo 11](#))

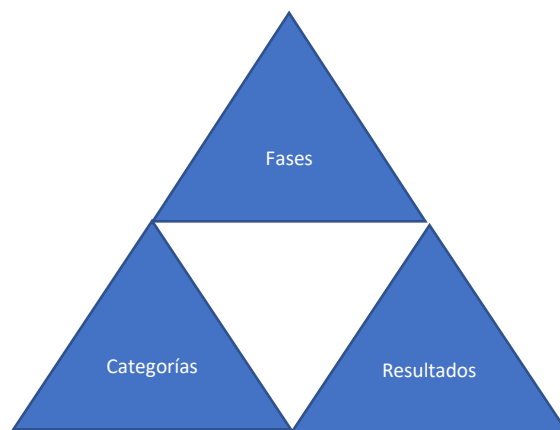


Ilustración 1

Adicional a esto, con el objetivo de priorizar la teoría estudiada e involucrarla en el análisis de datos se elabora una última matriz de análisis que tiene en cuenta las etapas del proceso investigativo, la teoría base de la investigación y los resultados obtenidos. (Cisterna,

2005) por lo tanto se presenta dicho análisis desde las particularidades hasta la estructura general de la investigación. [\(anexo 12\)](#)

Figura 2: Tiangulación Teoría

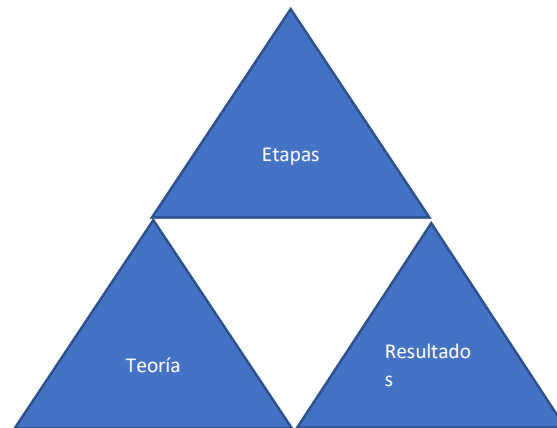


Ilustración 2

5.1 Triangulación: Fases de intervención- Categorías-Resultados

La propuesta de intervención se dividió en 10 talleres, cuatro de ellos aplicados en la primera fase *Exploración*, otros cuatro en la segunda fase *Interpretación* y un taller dividido en dos partes aplicado en la última fase *creación*. Dichos talleres fueron evaluados por la tabla de niveles con sus debidos indicadores de logro. [\(ver anexo 9\)](#).

5.1.1 Fase 1: Exploración.

Esta fase estuvo enfocada en brindar una aproximación de la imagen publicitaria con las estudiantes. En ella, se aplicaron 4 talleres que invitaban a identificar y trabajar con elementos básicos de la imagen. Al finalizar esta fase se dio inicio a un primer acercamiento al proceso de *semiosis*. Esta etapa tiene en cuenta las tres categorías presentadas anteriormente *niveles de interpretación, tipos de lectura y tipos de mensaje*. Sin embargo, se enfoca en la primera de ellas *Niveles de interpretación* tomando como punto de partida los niveles expuestos por el MEN. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

Tabla 3 Fase de exploración

Unidad de análisis	Categoría	Subcategorías	Referentes	Indicadores	Talleres
Competencia interpretativa	Niveles de Interpretación	Semántico Sintáctico Semiótico	MEN	Identifica códigos verbales y no verbales en el proceso comunicativo del texto. Establece relaciones entre los elementos de la imagen Identifica estructura textual (implícito y explícito) Identifica la organización y estrategias empleados para la presentación del contenido. Relaciona texto con contexto Construye hipótesis globales sobre el contenido que lee*Reconoce la función social de los textos que leen	Taller 1: Imagen y sus elementos Taller 2: Imagen publicitaria Taller 3: Semejanzas y diferencias Taller 4: Historieta parte I

Fuente: elaboración propia

La primera categoría *niveles de interpretación* se subdivide en tres subcategorías: nivel semántico, sintáctico y pragmático presentados por el MEN en la matriz de referencia de lenguaje. (Ministerio de Educación Nacional, 2006). En esta etapa los primeros dos talleres tenían como objetivo un reconocimiento a la imagen y los elementos de la imagen publicitaria. Tanto en los talleres como en las clases sincrónicas realizadas de manera virtual, se proponían a las estudiantes preguntas como: ¿qué es imagen? ¿es esto una imagen publicitaria? ¿cuál es la diferencia entre una imagen y una imagen publicitaria?

El primer taller presentado por las estudiantes evidenció que se encontraban en un nivel inicial, es decir después de las sesiones de clase realizadas podían dar cuenta de manera general los elementos de una imagen y reconocían algunos de los elementos de la imagen publicitaria, sin embargo requerían un mayor trabajo en su identificación de 11 estudiantes que realizaron este taller 7 de ellas se encontraban en nivel inicial y 4 lograron avanzar a un

nivel inicial-primario al complementar sus respuestas, dichas respuestas también incluían la descripción de diferentes imágenes. ([anexo 13](#)).

En el segundo taller, las estudiantes avanzaron a un nivel primario reconociendo más elementos de las imágenes presentadas y teniendo en cuenta algunos conceptos vistos en clase que componen los diferentes tipos de imágenes. Esto dio como resultado que las estudiantes diferenciaron la imagen publicitaria de otros tipos de imágenes y compartieran imágenes publicitarias desde su contexto. ([Anexo 14](#)) De 13 talleres entregados, 10 de ellas avanzan a un nivel primario y solo 3 continuaron en el nivel inicial.

Los talleres 3 y 4 proponían una exigencia mayor en las estudiantes, en ellos debían reconocer todos los elementos y además, realizar comparaciones. Los resultados obtenidos en el taller 3 arrojaron que de 16 talleres recibidos, 9 estudiantes completaron su nivel primario identificando todos los elementos de la imagen y comparándolas entre sí y 7 de ellas avanzaron a un nivel satisfactorio proponiendo cambios según la intencionalidad que reconocieron en la imagen. ([Anexo 15](#))

El taller 4 tuvo como objetivo incentivar en las estudiantes un primer momento creativo que las obligara para tener en cuenta el propósito al crear una imagen. Para ello, se les presentó una historieta en la cual debían ayudar a los personajes a crear un anuncio publicitario, específicamente un anuncio de adopción. De 13 estudiantes que presentaron este taller 10 de ellas alcanzaron un nivel satisfactorio, creando una imagen coherente con la historieta y 3 permanecieron en un nivel primario al agregar muy pocos elementos a su imagen. ([Anexo 16](#)). Adicional a esto, las imágenes entregadas se trabajaron en clase y las estudiantes opinaban sobre las mejoras que debían tener o la información que hacía falta para expresar una intencionalidad más acertada.

De acuerdo con la primera categoría *Niveles de interpretación* correspondiente a esta fase se reconoció progreso de las estudiantes quienes iniciaron identificando elementos de la imagen a nivel semántico, y en la aplicación de diferentes talleres y sesiones de clase avanzaron a un nivel satisfactorio, realizando su primera creación que tuvo en cuenta tanto aspectos semánticos como relaciones sintácticas y pragmáticas. Este primer resultado arrojó que las estudiantes superaron el nivel literal de la imagen e iniciaron un proceso de significación en interpretación de esta relacionándola con el contexto.

En segundo lugar, en la categoría *Tipos de lectura* dividida en lectura *denotativa* y *lectura connotativa*, se reconoció que las estudiantes en los primeros dos talleres realizaban una lectura denotativa ignorando elementos de la imagen no literales, y al finalizar esta etapa avanzaron a un primer momento de lectura connotativa donde lograron interpretar el sentido de imágenes y además, proponían elementos para su complemento.

Y por último, para la categoría *Tipos de mensaje* dividida en las subcategorías: *mensaje no codificado*, *mensaje lingüístico* y *mensaje codificado*. Las estudiantes reconocieron en la primera parte de la fase los mensajes lingüísticos y algunos elementos no verbales pero no relacionaban estos. Al finalizar la fase las estudiantes reconocieron los tres tipos de mensaje e intentaron aplicarlos a una creación propia.

Se identificó en esta etapa la importancia del ejercicio de aproximación al recurso no verbal, ya que las estudiantes hacían poco uso de este en sus clases habituales. También, se reconoció la necesidad del análisis de las tareas en grupo y como resultado de este análisis se obtuvo un progreso significativo.

5.1.2 Fase 2: Fase 2: Interpretación

El objetivo de esta fase fue proponer un segundo momento enfocado únicamente al proceso de *semiosis*, para ello la fase se dividió en 4 talleres enfocados en dos categorías:

Tipos de lectura y Tipos de mensaje.

Tabla 4 Fase de interpretación

Unidad de análisis	Categoría	Subcategorías	Referentes	Indicadores	Talleres
Competencia interpretativa	Tipos de lectura	Denotativa Connotativa	Umberto Eco	Caracteriza el contexto de la imagen Compara diferentes textos e identificar semejanzas y diferencias. *Comprende el lenguaje y secuencias en imágenes Lee diferentes textos e identifica su formato. Identifica las situaciones reales de quién crea el texto y su interprete Completa imágenes dependiendo del sentido global del texto. Identifica intención del texto	Taller 6: Reconocimiento de elementos en la imagen publicitaria Taller 7: Imágenes y sensaciones Taller 8: Taller de colores y emociones
	Tipos de mensaje	No codificado Lingüístico Codificado	Roland Barthes	Reconoce los elementos de la imagen Da cuenta de colores, y escenografía de la imagen Identifican elementos lingüísticos en la imagen Relacionan las imágenes con el texto dentro de ellas y con otros elementos. Crean hipótesis sobre el sentido de la imagen Interpreta los tres tipos de mensajes en la imagen Publicitaria	Taller 9: Taller sentido y texto lingüístico

Fuente: elaboración propia

En el taller número 5 y 6 las estudiantes realizaron correcciones a sus creaciones de acuerdo con la historieta y las apreciaciones recibidas en clase por sus compañeras. El taller 6 propuso un ejercicio de análisis individual en el cual las estudiantes reconocieron todos los elementos de la imagen publicitaria en los trabajos de sus compañeras y describieron los elementos que faltaban. En este taller 8 estudiantes respondieron a un nivel satisfactorio identificando diferentes tipos de mensaje en las imágenes de sus compañeras y cinco estudiantes presentaron un nivel satisfactorio avanzado al relacionar todos los elementos de la imagen y justificar la intencionalidad de esta. ([Anexo 17](#))

En el taller 7 las estudiantes debieron relacionar diferentes imágenes y las sensaciones que estas producían dependiendo de sus elementos, además de esto como un punto adicional debieron proponer la creación de una imagen dependiendo de la sensación que querían expresar. De 13 talleres recibidos 7 estudiantes respondieron a un nivel satisfactorio donde identificaron la intención de la imagen y relacionaron sus elementos con el contexto. Las otras 6 estudiantes restantes además de identificar y relacionar los elementos propusieron una nueva imagen coherente al sentido que ellas querían expresar, esto las llevó a un nivel satisfactorio-Avanzado. ([Anexo 18](#))

En el taller 8 las estudiantes realizaron un ejercicio similar al anterior, jugando con colores y las sensaciones que estos producían para ellas. Finalmente aplicaron estos colores a una imagen respondiendo a emociones en específico. En esta actividad las 12 estudiantes que entregaron las evidencias demostraron un nivel satisfactorio-avanzado al reconocer los colores de acuerdo con sus emociones pero presentaron dificultad al aplicarlos en una imagen. ([anexo 19](#))

En la actividad 9 de esta fase se realizó un taller enfocado en la relación imagen y texto lingüístico, y la creación de un texto que complementara una imagen publicitaria en específico. De 8 talleres recibidos 3 de las estudiantes permanecieron en un nivel satisfactorio-avanzado al relacionar algunos de los textos y no proponer el último propio. 5 de las estudiantes progresaron a un nivel avanzado generando así un texto de acuerdo con los elementos y contexto de la imagen presentada. ([anexo 20](#))

En esta fase se encontraron dos categorías *Tipos de lectura* y *Tipos de mensaje* en la primera de ellas se reconoció que las estudiantes al finalizar la fase realizaron una lectura a nivel connotativo es decir leen los elementos literales pero también reconocen elementos modificados en la imagen y los relacionaron en su contexto, esto ayudó a relacionar los

elementos con un sentido en específico y en algunos casos producir otros componentes. Con respecto a la categoría *Tipos de mensaje* se evidenció que las estudiantes reconocen los tres tipos en los diferentes ejercicios y proponen algunos de ellos para el complemento de imágenes publicitarias.

En esta fase se destacó el progreso de las estudiantes al responder a talleres que exigían su interpretación tanto para resolver ejercicios de relación como para realizar ejercicios de creación que serían de ayuda para la última fase de intervención.

5.1.3 Fase 3: Creación.

El objetivo de esta fase fue aplicar lo visto en los anteriores momentos en un producto final, esta se dividió en una actividad en clase y un taller de creación de un primer borrador de imagen publicitaria. En esta etapa se trabajaron las categorías: *Tipos de lectura* y *Tipos de mensaje*.

Tabla 5 Fase de creación

Unidad de análisis	Categoría	Subcategorías	Referentes	Indicadores	Talleres
Competencia interpretativa	Tipos de lectura	Denotativa Connotativa	Umberto Eco	Caracteriza el contexto de la imagen Identifica las situaciones reales de quién crea el texto y su interprete Completa imágenes dependiendo del sentido global del texto. Identifica intención del texto	Actividad en clase Taller 10 : Creación primer borrador
	Tipos de mensaje	No codificado Lingüístico Codificado	Roland Barthes	Reconoce los elementos de la imagen Da cuenta de colores, y escenografía de la imagen Identifican elementos lingüísticos en la imagen Relacionan las imágenes con el texto dentro de ellas y con otros elementos. Crean hipótesis sobre el sentido de la imagen Interpreta los tres tipos de mensajes en la imagen Publicitaria	

Fuente: elaboración propia

En esta fase las estudiantes respondieron preguntas relacionadas a los conceptos vistos durante toda la intervención a través de un juego del mismo modo se presentaron diferentes imágenes y las estudiantes dieron cuenta del sentido que reconocieron en ellas y explicaron el porqué de sus respuestas. Durante este ejercicio las estudiantes respondieron de manera asertiva a cada una de las preguntas realizadas y al finalizar expresaron la intencionalidad que reconocieron en las diferentes imágenes presentadas de manera coherente. Se destacó en esta actividad la respuesta a una de las imágenes presentadas la cual correspondía a la misma imagen utilizada en la prueba diagnóstico. [\(Anexo 4\)](#) En dicha imagen las estudiantes reconocieron el mensaje implícito y el sentido que se quería transmitir rápidamente además de describir los elementos que justificaban dicho sentido.

Como resultado de esta actividad se identificó el avance de las estudiantes en su proceso, evidenciando sus respuestas rápidas a cada una de las preguntas relacionadas con todos los talleres realizados y a su vez aplicando de nuevo el ejercicio de la prueba diagnóstica que esta vez fue resuelto sin ninguna dificultad.

En segundo lugar, se presentó un taller que proponía la elaboración de un primer borrador y la retroalimentación de este para la creación de una imagen publicitaria. Los temas de este primer borrador se eligieron en grupo en una de las sesiones sincrónicas y se recordó en la misma los criterios a tener en cuenta. Este último taller fue realizado por 8 estudiantes, cuatro de ellas responden a un nivel satisfactorio avanzado creando un primer borrador coherente con la intencionalidad que querían expresar pero incompleto de mensajes codificados que ayudara a su sentido. Por otro lado, 4 de las estudiantes progresaron a un nivel avanzado, creando una imagen publicitaria que respondía a los conceptos aprendidos en clase tales como el juego de formas y tamaños, la coherencia de colores, la relación entre todos los mensajes de la imagen. [\(Anexo 21\)](#)

Con relación a la categoría *Tipos de lectura* en esta fase se evidenció un nivel de lectura avanzado demostrando así en las creaciones de imágenes una coherencia entre los elementos allí aplicados y su intencionalidad. Por otro lado, en la categoría *Tipos de mensaje* las estudiantes implementaron los tres tipos de mensaje en sus creaciones, sin embargo se identificó la necesidad de realizar otras actividades para practicar el uso de mensajes codificados.

Como conclusión de esta fase se reconoció el entendimiento y aplicación de cada uno de los conceptos claves explicados en toda la propuesta. Sin embargo, se destaca la importancia de reconocer el único taller realizado como un primer borrador por parte de las estudiantes que requería ayuda para su mejora por parte del grupo y un mayor tiempo de aplicación.

5.2 Triangulación: Etapas de la investigación-Teoría-Resultados

Con el fin de realizar un análisis completo de la presente investigación se presentará una segunda triangulación de un escenario más general de dicho trabajo. Para ello, se triangularán las 3 etapas de la investigación que corresponden a los tres objetivos específicos en la propuesta, la teoría aplicada y los resultados obtenidos. ([Anexo 12](#))

Tabla 6 Triangulación etapas de investigación-teoría y resultados

		Etapa 1 Identificación del nivel de las competencias comunicativas de las estudiantes.	Etapa 2 Creación de la propuesta metodológica	Etapa 3 Implementación de la propuesta y análisis del impacto de esta.
Teoría	Referentes			
Competencias comunicativas	MEN	Competencia Interpretativa, argumentativa y propositiva.	Competencia Interpretativa	Competencia Interpretativa
Niveles de interpretación	MEN	Semántico-pragmático-sintáctico	No aplica	No aplica
Semiótica	Umberto Eco Roland Barthes	No aplica	Tipos de lectura Tipos de mensaje	Tipos de lectura Tipos de mensaje

Fuente: elaboración propi

5.2.1 Etapa 1.

Esta etapa correspondió a la identificación del problema de investigación y seguido de esto, el reconocimiento del nivel de las competencias comunicativas de las estudiantes. Para esta etapa se realizó una prueba diagnóstica en la cual se evaluaron tres competencias: Interpretativa, Argumentativa y Propositiva expuestas por el MEN (Ministerio de Educación Nacional, 2006). El resultado de esta prueba evidenció la necesidad de trabajar dichas competencias y el potencial que las estudiantes presentaban al desarrollar actividades con recursos no verbales exigidos por el MEN y el plan de estudios de las estudiantes.

Por otro lado, al analizar sus resultados desde los niveles de lectura propuestos por el MEN (semántico, sintáctico y pragmático) se identificó en las estudiantes que se encontraban en un nivel semántico inicial por lo tanto requerían desarrollar más actividades para obtener un nivel interpretativo superior. (Ministerio de Educación Nacional, 2006)

5.2.2 Etapa 2.

Esta segunda etapa respondió a la creación de la propuesta de intervención acorde con el problema de investigación identificado. Como resultado de la prueba diagnóstica y las observaciones se creó una propuesta de intervención enfocada en solo una de las competencias comunicativas, esto debido al tiempo destinado para la intervención. Dicha propuesta se creó como respuesta a una necesidad de las estudiantes pero también al potencial visto en ellas con relación a recursos no verbales empleados en otras áreas de aprendizaje y la necesidad de trabajar estos recursos relacionados con su contexto. En consecuencia, se decidió implementar la imagen publicitaria.

La propuesta fue dividida en tres momentos y de ellos solo el primero se basa en los niveles de lectura propuestos por el MEN como adaptación al proceso en el que las estudiantes se encontraban y la implementación de la propuesta. Las últimas dos fases de intervención se desarrollaron desde la semiótica siendo pertinente esta teoría con el recurso no verbal a utilizar la imagen publicitaria.

5.2.3 Etapa 3

Esta etapa correspondió a la aplicación de la propuesta de intervención y el análisis de sus resultados, en su desarrollo se evidenció un proceso progresivo de las estudiantes en la competencia interpretativa, iniciando así con un reconocimiento superficial de elementos de una imagen y culminando su proceso con un análisis y aplicación de diferentes tipos de mensajes encontrados en la imagen publicitaria (Barthes, 1986). Esta etapa refleja el impacto que los talleres realizados en las tres fases de la propuesta de intervención lograron, demostrando al final un nivel avanzado de las estudiantes en el desarrollo de dichos ejercicios.

Para esta etapa es importante realizar un comparativo entre los resultados de la prueba diagnóstica y los datos obtenidos al finalizar la intervención. Al aplicar dicha prueba se evaluaron tres competencias: Interpretativas, argumentativas y propositivas. El análisis de dicha prueba fue el siguiente:

Tabla 7 Criterios de evaluación y resultados en prueba diagnóstica

COMPETENCIAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	G. 1	G.2	G.3	G.4	G.5	G.6	G.7
INTERPRETATIVA	Identifica y describe la imagen de forma detallada	4	3	5	2	4	2	4

	Identifican el contexto de la imagen	2	2	3	1	5	1	3
	Relaciona las gráficas entre sí mismas o con el texto e interpreta su significado a nivel global	3	3	4	1	4	2	3
	Reconoce el propósito comunicativo de la imagen	1	1	1	1	5	1	4
ARGUMENTATIVA	Expone y defiende sus ideas de forma clara	2	2	3	1	3	1	3
	Utiliza ejemplos para defender su punto de vista	3	2	2	1	3	2	3
	Reconoce o plantea posibilidades sobre quién produce el texto.	2	3	3	1	4	2	2
PROPOSITIVA	Crea Hipótesis sobre el sentido global de los textos	2	2	2	1	4	2	4
	Puede elaborar o producir esquemas escritos u orales que den cuenta del sentido del texto	1	1	1	1	3	1	2
	Propone elementos para complementar el sentido del texto	2	2	2	1	4	2	4

Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta que 5 correspondía el responder al logro en su totalidad y 1 la ausencia de este, las estudiantes en su prueba diagnóstica presentaron niveles 4 y 5 en

descripción de imágenes pero en los demás aspectos se mantuvieron en niveles 1, 2 y 3 demostrando la necesidad de trabajar en estas competencias. Al finalizar la intervención pedagógica, la cual se enfocó en la competencia interpretativa se decidió crear la siguiente tabla de niveles con el fin de evaluar cada uno de los talleres bajo los siguientes criterios basados en la teoría de Barthes y Umberto Eco.

Tabla 8 Niveles e indicadores de evaluación

NIVELES	INDICADORES
Inicial	<ol style="list-style-type: none"> 1.Reconoce los diferentes tipos de imágenes 2. Describe los elementos explícitos de la imagen publicitaria.
primario	<ol style="list-style-type: none"> 1.Identifica la estructura de la imagen publicitaria (implícita y explícita) 2.Identifica códigos verbales y no verbales. 3. compara semejanzas y diferencias entre la imagen publicitaria y otros tipos de imágenes.
Satisfactorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica la intención del mensaje codificado en la imagen publicitaria 2. Relaciona las imágenes con elementos lingüísticos dentro de ellas de acuerdo con el sentido encontrado. 3. Relaciona el contexto de la imagen publicitaria analizada con la intención.
Avanzado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construye una hipótesis sobre el sentido global de la imagen publicitaria. 2. Identifica los tres tipos de mensajes en la imagen Publicitaria. 3.Propone nuevos elementos para complementar el sentido de la imagen

Fuente: elaboración propia

Los resultados obtenidos en cada fase y los talleres que las conformaban fueron los siguientes:

Tabla 9 Resultados de talleres

		ESI 1	ESI 2	ESI 3	ESI 4	ESI 5	ESI 6	ESI 7	ESI 8	ESI 9	ESI 10	ESI 11	ESI 12	Est 13	Est 14	Est 15	Est 16
Fase 1	TALLER 4 AGOSTO	Inicial	Inicial	Inicial	Inicial	Inicial-primario	Inicial-primario	Inicial	Inicial	Inicial-primario	Inicial	Inicial-primario					
	TALLER 11 AGOSTO	Inicial-primario	Inicial-primario	bajo	Inicial-primario	Inicial-primario	Inicial-primario	Bajo-minimo	Inicial	Inicial-primario	Inicial	Inicial-primario	Inicial-primario	Inicial-primario			
	TALLER 18 DE AGOSTO	Primario	Primario	Primario	satisfactorio	satisfactorio	Primario	Satisfactorio	Primario	Inicial-primario	Primario	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Primario	Primario	Satisfactorio
	TALLER 25 DE AGOSTO/1 SEPT	satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	satisfactorio	satisfactorio	satisfactorio	Satisfactorio	Primario	Primario	Satisfactorio	Primario	Satisfactorio	Satisfactorio			
Fase 2	TALLER 8 SEPT	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	Mínimo	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio		
	TALLER 15 DE SEPTIEMBRE	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio			
	TALLER 22 DE SEPTIEMBRE	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado			
	TALLER 29 DE SEPTIEMBRE	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado								
	TALLER 20/28 DE OCTUBRE	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado								

Fuente: elaboración propia

Esta tabla evidencia el proceso de las estudiantes desde el taller 1 hasta el fin de la propuesta. Se reconoce un progreso notorio a medida que realizan los diferentes talleres, presentando un nivel inicial y alcanzando un nivel satisfactorio o avanzado en la última fase de creación. Con esto, se confirma la utilidad de la presente investigación y el impacto del uso de imagen publicitarias como recurso didáctico para el desarrollo de la competencia interpretativa, permitiendo así que la población de estudio lograra mejorar sus niveles interpretativos y superar otro tipo de actividades como la creación de nuevas imágenes.

6. Conclusiones

Esta investigación tuvo como objetivo principal el analizar el uso de la imagen publicitaria como recurso para el desarrollo de la competencia interpretativa en el grado 204 en la jornada mañana del colegio Liceo Femenino Mercedes Nariño y su contribución a la mejora de los procesos comunicativos en el área de español de las estudiantes. Después de la creación de la propuesta de intervención y la aplicación de ella se obtuvo como resultado, que el uso de la imagen publicitaria como material didáctico ayudó a las estudiantes a la mejora de su competencia interpretativa, fortaleciendo sus habilidades de observación, análisis, relación de contenido con su contexto y reflexión para así interpretar un sentido. De esta manera, se reconoció la importancia de hacer uso de estos recursos no convencionales en el aula de clase que vinculan tanto el contenido académico exigido por el MEN, el colegio y el contexto de las estudiantes. Esto permite, que la educación en el área de español se convierta en un puente entre las competencias desarrolladas en clase con esta metodología y la aplicación de estas en la cotidianidad, trascendiendo dicho conocimiento a todas las áreas de la vida de las estudiantes.

Por otro lado, se identificó la importancia de trabajar desde la semiótica en el área de español, obteniendo otros recursos de aplicación y análisis que ofrece esta disciplina. Del mismo modo, la semiótica brindó a las estudiantes nuevas herramientas y opciones que involucraron el proceso de lectura y escritura en primeros grados aunque no se enfocaron en el texto lingüístico, otorgando una mayor importancia y libertad a ejercicios de análisis, reflexión y creación.

Así mismo, durante la aplicación de la propuesta se reconoció la potencialidad del trabajo en grupo especialmente al analizar y sugerir cambios a los trabajos realizados por las estudiantes por parte de sus compañeras. Una coevaluación cualitativa que aportó a la

identificación de contenido que se debía reforzar y que posicionó a las estudiantes como actor principal de su proceso, un ejercicio que terminó siendo colaborativo y que sin duda fue fundamental en el resultado positivo final de la propuesta.

Por último, se evidenció en la propuesta la relevancia de crear una última fase con el objetivo de crear, y en cada uno de los talleres se brindó un espacio a las estudiantes para agregar contenido al ejercicio realizado. Esta fase culmina con un único taller que se realizó de forma individual pensado en un primer momento como una elaboración grupal pero dada la contingencia del COVID19 y la adaptación de la propuesta de intervención a un espacio virtual solo se logró realizar un primer borrador. Por ello, aunque demuestra un gran progreso este taller solo refleja una parte del contenido que se pudo desarrollar en la fase final de intervención.

El trabajo de grado logra su objetivo general y demuestra en cada una de las etapas un avance significativo en las estudiantes evidenciando de esta forma que dicha metodología aplicada debe tenerse en cuenta al crear el plan de estudios de español para los primeros grados, aprovechando la potencialidad, los intereses y el contexto que las estudiantes poseen.

7. Recomendaciones

Como recomendaciones en la aplicación o continuidad de dicha propuesta, se encuentra la necesidad de realizar un mayor número de intervenciones para así dedicar un tiempo más amplio a cada uno de los ejercicios y brindar a las estudiantes más espacios para responder sus dudas y superar dificultades. Por otro lado, esta propuesta se enfocó en la imagen publicitaria al ser un recurso directo al contexto de las estudiantes. Sin embargo, se trabajó únicamente desde imágenes que partían de la fotografía, dado el tiempo de aplicación. Valdría la pena trabajar esta propuesta con recursos en otros formatos como el vídeo y además en niveles más superiores articular este contenido con texto para así encontrar un balance entre ellos y una didáctica de saberes.

Adicionalmente, durante la aplicación se destacó el trabajo en grupo pese a las circunstancias para la resolución de dudas. La coevaluación cualitativa fue un punto clave para el progreso grupal en cada uno de los talleres y la necesidad de crear nuevas sesiones de acuerdo con las exigencias de las estudiantes. Por ello, se recomienda que la aplicación de este ejercicio centre su atención en la participación de los estudiantes y tenga en cuenta cada una de sus opiniones. Esta propuesta partió de una necesidad académica pero también de los intereses y potenciales identificados en la primera etapa de la investigación. De acuerdo con esto, es primordial tener en cuenta estos aspectos al diseñar las actividades y recordar que dichas planeaciones siempre estarán sujetas a cambios respondiendo a las necesidades del grupo.

Finalmente reconociendo el impacto positivo de esta propuesta en la formación de las estudiantes de grado segundo, resulta primordial vincular y adaptar este tipo de metodologías que abarcan la comunicación no verbal a grados superiores a nivel institucional y nacional. De esta manera, se crea un ambiente propicio en el que la enseñanza del español cumpla los

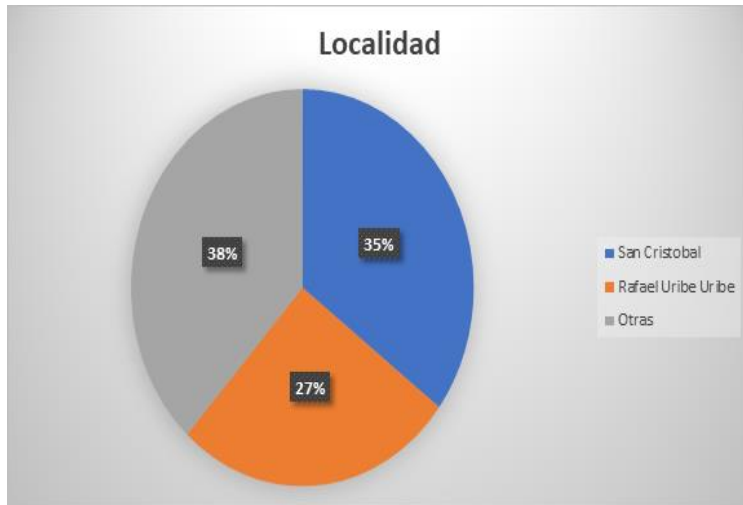
estándares propuestos por el Ministerio de Educación Nacional y abarque todos los aspectos allí mencionados sin enfocarse únicamente a la gramática.

Referencias

- Almeida, M. (2017). *Lectura de imágenes en la comprensión lectora de los niños y niñas de 4 a 5 años de edad del centro infantil "ciudad de San Gabriel" D,M,Q, Periodo 2014-2015*. Quito.
- Amézquita, G. M. (2016). *Los medios audiovisuales como herramienta para potenciar la expresión oral*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*. Barcelona: Paidós.
- Cisterna, F. C. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *Theoria*, pp. 61-71.
- Eco, U. (1986). *La estructura ausente, Introducción a la semiótica*. España: Editorial Lumen.
- El Congreso de la República de Colombia. (8 de Febrero de 1994). *Ley 115*. Obtenido de Ministerio de educación: https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf.
- Everaert-Desmedt, N. (2004). *La semiótica de Peirce*. Brusela.
- Gómez, B. R. (2004). La investigación-acción educativa y la construcción de saber pedagógico. *Educación y Educadores*, 45-54.
- González, E. M. (2001). *Proyecto de Aula*. Antioquia: Universidad de Antioquia.
- ICFES, G. d. (2009). *Guía de Orientación Examen de Estado*. Obtenido de Icfes.
- Liceo Femenino Mercedes Nariño . (2019). *Plan de estudios institucional*. Bogotá.
- Lozada, G. E. (2016). *Expresiones artísticas como potenciador de la comunicación no verbal*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Lozano, A. (2016). *La Imagen: Recurso para el desarrollo de procesos discursivos orales*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Ministerio de Educación Nacional. (2006). *Estándares Básicos de Competencias del Lenguaje, matemáticas, ciencias y ciudadanas*. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/002349249f703e8712bfb>
- Nariño, L. F. (2016). *Liceo Femenino Mercedes Nariño*. Obtenido de Lifemena: <https://lifemena.jimdofree.com/horizonte-institucional/>
- Peirce, C. S. (SD). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- TELLO, A. G. (2016). *El método icono-verbal en el desarrollo de la comunicación oral y creativa en los niños de 5 años experiencia en los centros educativos del nivel inicial en el distrito San Luis*. Madrid.

Anexos

Anexo 1

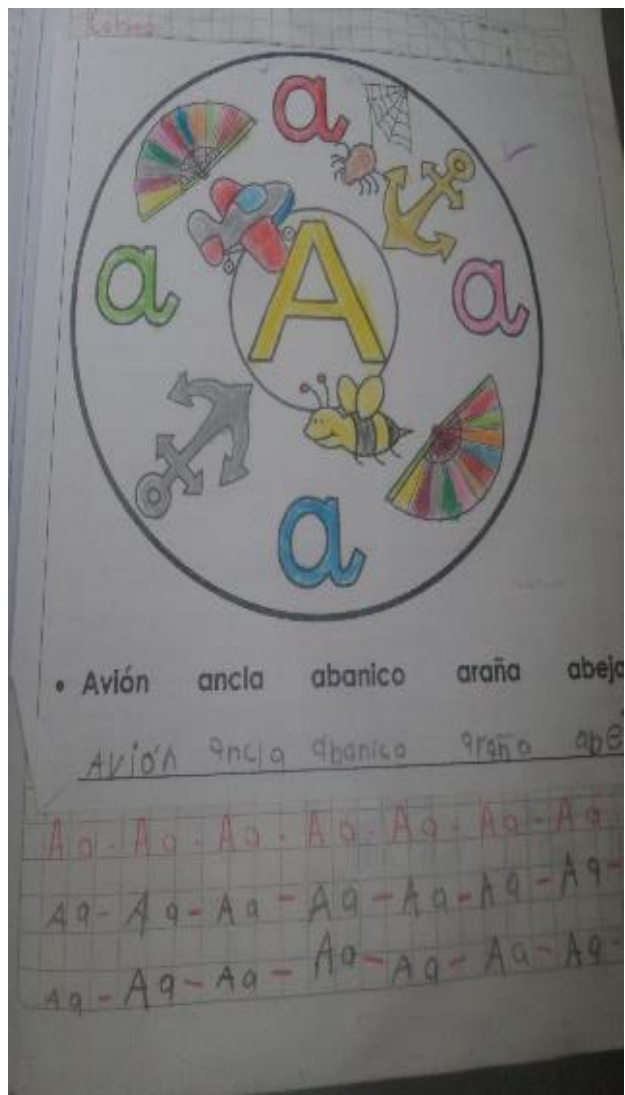
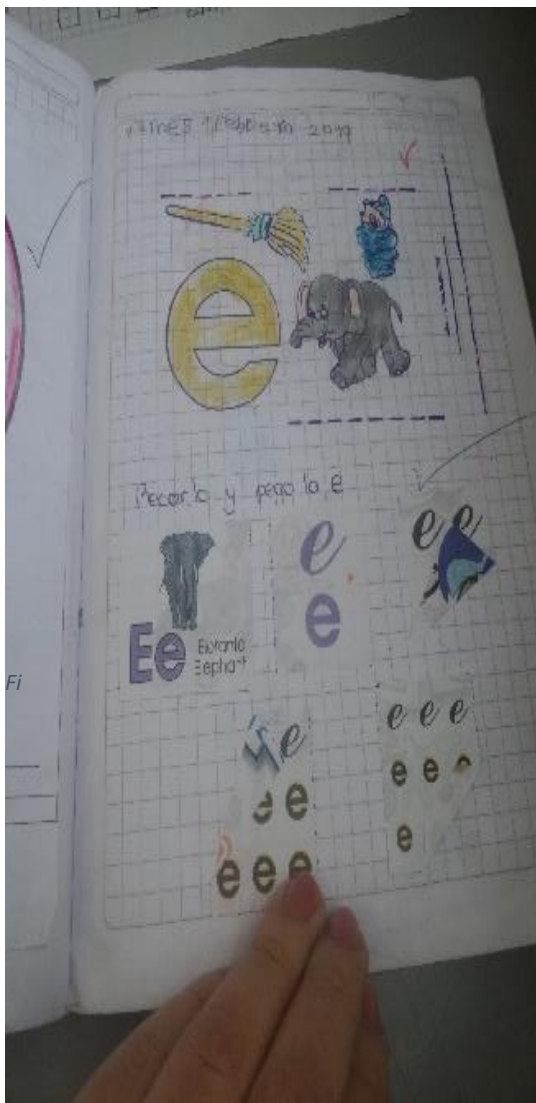


Nota: Este gráfico es el resultado de la información dada por la docente titular con los datos de las estudiantes, las localidades que se encuentran en **otras** son: Kennedy, Ciudad Bolívar, Usme,

Antonio Nariño, Santa Fe, Fontibón, Tunjuelito, puente Aranda y Barrios Unidos.

Fuente: elaboración propia

Anexo 2



Fuente: fotografías tomadas durante la observación

Anexo 3

La siguiente rúbrica evidencia el nivel en el que se encontró las competencias evaluadas en la prueba diagnóstica. Para ello, se evaluaron sus intervenciones orales de 1 a 5 donde 5 significa un excelente cumplimiento del logro propuesto y 1 un menor porcentaje de aproximación al cumplimiento de este criterio. A continuación, se presentan los logros y los siete grupos de trabajo en esta prueba.

COMPETENCIAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	G. 1	G.2	G.3	G.4	G.5	G.6	G.7
INTERPRETATIVA	Identifica y describe la imagen de forma detallada	4	3	5	2	4	2	4
	Identifican el contexto de la imagen	2	2	3	1	5	1	3
	Relaciona las gráficas entre sí mismas o con el texto e interpreta su significado a nivel global	3	3	4	1	4	2	3
	Reconoce el propósito comunicativo de la imagen	1	1	1	1	5	1	4
ARGUMENTATIVA	Expone y defiende sus ideas de forma clara	2	2	3	1	3	1	3
	Utiliza ejemplos para defender su punto de vista	3	2	2	1	3	2	3

	Reconoce o plantea posibilidades sobre quién produce el texto.	2	3	3	1	4	2	2
PROPOSITIVA	Crea Hipótesis sobre el sentido global de los textos	2	2	2	1	4	2	4
	Puede elaborar o producir esquemas escritos u orales que den cuenta del sentido del texto	1	1	1	1	3	1	2
	Propone elementos para complementar el sentido del texto	2	2	2	1	4	2	4

Fuente: elaboración propia

Anexo 4

Prueba Diagnóstica

Objetivo:	Evaluar las competencias interpretativa, argumentativa y propositiva de las estudiantes de Grado 104 a través de un taller enfocado en una imagen publicitaria.
Metodología	Este taller se realizará en grupos de 5 estudiantes donde se les hará las siguientes preguntas, esto con el fin de evaluar las anteriores competencias desde la oralidad, evitando que sus respuestas se vean limitadas por su proceso de escritura.
Preguntas	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué hay en la imagen? (Descripción oral, que no es la imagen) 2. ¿Qué nos quiere decir esta imagen? ¿por qué? (Retórica de la imagen) 3. ¿A quién va dirigida la imagen? ¿Quién la realizó? ¿por qué? (Productores de la imagen)

4. ¿Logran identificar el trucaje, la pose y los objetos, con relación a la fotogenia, el esteticismo y la sintaxis de la imagen?
 5. ¿Cómo mejoraríamos la imagen? ¿qué le podemos agregar?

Fuente: elaboración propia



Imagen recuperada en:
<https://www.behance.net/pepey>

Anexo 5

Los consentimientos firmados se adjuntan en un archivo adicional

FOMATO			
AUTORIZACIÓN TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES Y DE MENORES DE EDAD			
Resolución: 107 del 25 de junio 2019			
FOR566GGI	Fecha de Aprobación: 19-06-2019	Version: 01	Página 1 de 2

AUTORIZACIÓN TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

_____ identificado con C.C. No, Sí, expedida en _____, declaro que he sido informado por LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL (con adelante la UPN), identificada con NIT 859.999.124-4, con domicilio en la ciudad de Bogotá y sede principal en la calle 72 No. 11 - 89 de Bogotá, que, de conformidad con los procedimientos establecidos en la Ley 1581 de 2012, Decreto Reglamentario 1377 de 2013 y el **Manual de política interna y procedimientos para el tratamiento y protección de datos personales de la Universidad** disponible en la página web www.upn.edu.co/portal, actuaré como Responsable del tratamiento de mis datos personales, necesarios para el cumplimiento de la misión de la UPN, obtenidos a través de canales y dependencias institucionales y que podrá recolectar, almacenar, usar, actualizar, transmitir, transferir y poner en circulación o suprimirlos, mediante el uso de las medidas necesarias para otorgar seguridad a los registros, evitando su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento incluso por terceros.

Que tratándose de datos sensibles* y de menores de edad no está obligado a autorizar su tratamiento, salvo las excepciones consagradas en la ley o que medie su consentimiento expreso. Que es de carácter facultativo responder a las preguntas que tratan de datos sensibles o menores de edad.

Mis derechos como titular de los datos son los consagrados en la Constitución y la Ley, especialmente el derecho a conocer, actualizar, rectificar y suprimir mi información personal, así como el derecho a revocar el consentimiento otorgado para el tratamiento de datos personales en los casos en que sea procedente. Las inquietudes o solicitudes relacionadas con el tratamiento de mis datos **personales** pueden ser tramitadas a través del e-mail usuarios@upn.edu.co

Teniendo en cuenta lo anterior, autorizo de manera voluntaria, expresa, informada e irrevocable a la UPN para tratar mis datos personales de acuerdo con el **Manual de política interna y procedimientos para el tratamiento y protección de datos personales de la Universidad** y para los fines relacionados con su Misión.

Leído lo anterior, manifiesto que la información para el Tratamiento de mis datos personales la he suministrado de forma voluntaria y es veraz, completa, exacta, actualizada, comprobable y comprensible.

FIRMA
 Nombre: _____
 Identificación: _____

* La UPN garantiza la confidencialidad, libertad, seguridad, integridad, transparencia, acceso y circulación restringida de mis datos y en ningún caso el derecho de modificar mi información en ningún caso.
 * Los datos sensibles aquellos que afectan la integridad del Titular o cuyo uso indebido puede generar discriminación, tales como aquellos que revelen el origen racial o étnico, la orientación política, las convicciones religiosas o filosóficas, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales, de derechos humanos o que promueva acciones de cualquier género político o que generen los derechos y garantías de carácter político de oposición, así como los datos relativos a la salud, a la vida sexual, y los datos biométricos (Art. 17 Ley 1581 de 2013, art. 1º Decreto 1377 de 2013).

Documento Oficial, Universidad Pedagógica Nacional.

FOMATO			
AUTORIZACIÓN TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES Y DE MENORES DE EDAD			
Resolución: 107 del 25 de junio 2019			
FOR566GGI	Fecha de Aprobación: 19-06-2019	Version: 01	Página 2 de 2

AUTORIZACIÓN TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES DE MENORES DE EDAD

_____ identificado con C.C. No, Sí, expedida en _____, representando _____, declaro que he sido informado por LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL (con adelante la UPN), identificada con NIT 859.999.124-4, con domicilio en la ciudad de Bogotá y sede principal en la calle 72 No. 11 - 89 de Bogotá, que, de conformidad con los procedimientos establecidos en la Ley 1581 de 2012, Decreto Reglamentario 1377 de 2013 y el **Manual de política interna y procedimientos para el tratamiento y protección de datos personales de la Universidad** disponible en la página web www.upn.edu.co/portal, actuaré como Responsable del tratamiento de mis datos personales, necesarios para el cumplimiento de la misión de la UPN, obtenidos a través de canales y dependencias institucionales y que podrá recolectar, almacenar, usar, actualizar, transmitir, transferir y poner en circulación o suprimirlos, mediante el uso de las medidas necesarias para otorgar seguridad a los registros, evitando su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento incluso por terceros.

Que tratándose de datos sensibles* y de menores de edad no está obligado a autorizar su tratamiento, salvo las excepciones consagradas en la ley o que medie su consentimiento expreso. Que es de carácter facultativo responder a las preguntas que tratan de datos sensibles o menores de edad.

Como representante legal del menor, debo velar por los derechos consagrados en la Constitución y la Ley sobre sus datos, especialmente el derecho a conocer, actualizar, rectificar y suprimir información personal, así como el derecho a revocar el consentimiento otorgado para el tratamiento de datos personales del menor, en los casos en que sea procedente. Las inquietudes o solicitudes relacionadas con el tratamiento dichos datos, pueden ser tramitadas a través del e-mail usuarios@upn.edu.co

La Universidad garantiza la confidencialidad, libertad, seguridad, integridad, transparencia, acceso y circulación restringida de los datos y se reserva el derecho de modificar su Política de Tratamiento de datos personales en cualquier momento. Cualquier cambio será informado y publicado oportunamente en la página web.

Teniendo en cuenta lo anterior, autorizo de manera voluntaria, expresa, informada e irrevocable a la UPN para tratar los datos personales del menor que represento, de acuerdo con el **Manual de política interna y procedimientos para el tratamiento y protección de datos personales de la Universidad** y para los fines relacionados con su Misión.

Leído lo anterior, manifiesto que la información para el Tratamiento de los datos personales del menor de edad que represento, ha sido suministrada de forma voluntaria y es veraz, completa, exacta, actualizada, comprobable y comprensible.

FIRMA
 Nombre: _____
 Identificación: _____

* La UPN garantiza la confidencialidad, libertad, seguridad, integridad, transparencia, acceso y circulación restringida de mis datos y en ningún caso el derecho de modificar mi información en ningún caso.
 * Los datos sensibles aquellos que afectan la integridad del Titular o cuyo uso indebido puede generar discriminación, tales como aquellos que revelen el origen racial o étnico, la orientación política, las convicciones religiosas o filosóficas, la pertenencia a sindicatos, organizaciones sociales, de derechos humanos o que promueva acciones de cualquier género político o que generen los derechos y garantías de carácter político de oposición, así como los datos relativos a la salud, a la vida sexual, y los datos biométricos (Art. 17 Ley 1581 de 2013, art. 1º Decreto 1377 de 2013).

Documento Oficial, Universidad Pedagógica Nacional.

Anexo 6

Diario de campo

Fragmento Diario de campo 3

26-09-19

La docente les dice a las estudiantes que practicarán palabras con bla-tra-pla escribe palabras en el tablero y las estudiantes desde su puesto deben repetir la palabra. La profesora dice blanca y las estudiantes repiten blanca, la docente dice planta y las estudiantes repiten la palabra, esto lo hacen mientras la profesora escribe las palabras en el tablero, blando, trancón, traste, placa. Luego de esta actividad la profesora pasa al tablero a algunas estudiantes y les dicta una palabra, ellas deben escribirla plaza, una de las niñas no la escribe de una manera correcta pasa y la docente le pide a las demás que repitan la palabra plaza. Toda la clase se lleva a cabo en esta actividad y las niñas escriben las palabras en su cuaderno.

Fuente: elaboración propia

Anexo 7

Transcripciones de respuestas: prueba diagnóstica

Grupo 5

1. Veo un pingüino quitando un cable, una luz, como un bombillo y veo un hielo, veo atrás un pingüino, - veo un pingüino quitando un cable con otro pingüino, y una luz alumbrando, veo una pared azul, ¿será de día o de noche? - es de noche, porque está pintando,- es de día- veo un pingüino quitando un cable, una luz alumbrando el pingüino, y un hielo y una pared azul- yo veo acá dos pingüinos, quitando un cable y una luz alumbrando la pared,
2. ¿Es una foto o un dibujo? una foto, el fotógrafo,
3. Esa imagen es de pingüinos, están quitando el cable para apagar la luz, ¿y por qué quieren apagar la luz? porque no les gusta la luz, porque les gusta el hielo, ¿y qué pasa con las luces y el hielo? se derriten, ¿entonces quieren quitar la luz por qué? porque se derrite el hielo
4. Quitar la luz, ayudar a los pingüinos, con nieve, y ponerles un patinaje y una montaña de nieve

Grupo 2

1- Un pingüino, un hijito, está jalando el cable- él tiene una camisa-¿cuál de los dos? el chiquito, tiene una camisa, está jalando una cuerda, tiene una lámpara, la mamá está utilizando un saco ¿en qué se está parando? pregunta una niña - en una olla dice otra niña- eso parece agua ¿es agua? pregunta la niña-no sé-él está jalando eso- el cable y la lámpara ¿qué pasa con la lámpara? los está alumbrando-¿los está alumbrando solo a ellos o a todo?- a todo-el grande está jalando el cable y la lámpara le está dando luz-veo dos pingüinos

2.Tú la imprimiste- tú, la imprimió en el computador-la imprimiste en un computador-se hizo sola-yo ya sé quién es- el cuidador de pingüinos porque él cuida pingüinos-el señor y tú compraste esto y la imprimiste¿ y el señor que hace? dibujar ¿y por qué dibujaría eso? porque le gustan los pingüinos ¿y por qué hay pingüinos ahí jalando eso? yo creo que para que apaguen la luz ¿y por qué querrán apagar la luz? para dormir- quiere que los pingüinos duerman- alguien que tiene arte ¿y por qué dibujo eso un artista?

3 tiene dos pingüinos-tú la imprimiste el señor que la creó te la dio y tú la imprimiste otra vez-quiere quitar el cable ¿y por qué quiere quitar el cable? para apagar la luz, para dormirse, quería apagar la luz para que el hijito descansará. el señor tomó una foto de los pingüinos y los puso así

4 Le pondríamos una luna, corazoncitos, una luna para que se den cuenta que se iban a dormir, las estrellas, una cama, una cobija, un ventilador ¿dónde? aquí abajo para el frío-aquí, no porque si lo ponen aquí es muy alta- les ponemos unas escaleras ¿y de qué color la cama? azul porque los pingüinos son azules ¿y qué serán esos pingüinos? -hay una niña y un niño- él es el papá, se le ve. porque se le ve la cabeza agachada, es la mamá porque está gordita.

Fuente: elaboración propia

Anexo 8

NIVELES	INDICADORES
Inicial	<ol style="list-style-type: none">1.Reconoce los diferentes tipos de imágenes2. Describe los elementos explícitos de la imagen publicitaria.
primario	<ol style="list-style-type: none">1.Identifica la estructura de la imagen publicitaria (implícita y explícita)2.Identifica códigos verbales y no verbales.3. compara semejanzas y diferencias entre la imagen publicitaria y otros tipos de imágenes.
Satisfactorio	<ol style="list-style-type: none">1. Identifica la intención del mensaje codificado en la imagen publicitaria2. Relaciona las imágenes con elementos lingüísticos dentro de ellas de acuerdo con el sentido encontrado.3. Relaciona el contexto de la imagen publicitaria analizada con la intención.

1. Construye una hipótesis sobre el sentido global de la imagen publicitaria.
2. Identifica los tres tipos de mensajes en la imagen Publicitaria.
3. Propone nuevos elementos para complementar el sentido de la imagen

Avanzado

Fuente: elaboración propia

Anexo 9

		EST 1	EST 2	EST 3	EST 4	EST 5	EST 6	EST 7	EST 8	EST 9	EST 10	EST 11	EST 12	Est 13	Est 14	Est 15	Est 16
Fase 1	TALLER 4 AGOSTO	Inicial	Inicial	Inicial	Inicial	Inicial-primario	Inicial-primario	Inicial	Inicial	Inicial-primario	Inicial	Inicial-primario					
	TALLER 11 AGOSTO	Inicial-primario	Inicial-primario	bajo	Inicial-primario	Inicial-primario	Inicial-primario	Bajo-mínimo	Inicial	Inicial-primario	Inicial	Inicial-primario	Inicial-primario	Inicial-primario			
	TALLER 18 DE AGOSTO	Primario	Primario	Primario	satisfactorio	satisfactorio	Primario	Satisfactorio	Primario	Inicial-primario	Primario	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Primario	Primario	Satisfactorio
	TALLER 25 DE AGOSTO/ 1 SEPT	satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	satisfactorio	satisfactorio	satisfactorio	Satisfactorio	Primario	Primario	Satisfactorio	Primario	Satisfactorio	Satisfactorio			
Fase 2	TALLER 8 SEPT	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	Mínimo	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	
	TALLER 15 DE SEPTIEMBRE	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio	Satisfactorio	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio			
	TALLER 22 DE SEPTIEMBRE	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado			
	TALLER 29 DE SEPTIEMBRE	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado								
FASE 3	TALLER 20/28 DE OCTUBRE	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Avanzado	Avanzado	Avanzado	Satisfactorio- Avanzado	Satisfactorio- Avanzado								

Fuente: elaboración propia

Anexo 10

Triangulación subcategorías-Fases- resultados

Categoría		Fase 1	Fase 2	Fase 3
	Niveles de interpretación			
	Subcategoría			
	Semántico	Al inicio de esta fase a nivel semántico los estudiantes presentaron en los talleres 1 y 2 un nivel bajo y mínimo, identificando algunos de los elementos de la imagen publicitaria e ignorando otros componentes, en los talleres 3 y 4 de esta fase los estudiantes presentan una mejora reconociendo en su totalidad los elementos de la imagen (texto lingüístico y elementos no verbales), y describiendo cada uno de ellos detalladamente.	No aplica	No aplica
	Sintáctico	En los talleres 1 y 2 de esta fase los estudiantes identifican la estructura de la imagen publicitaria pero no relacionan los elementos que existen en ella, al finalizar la fase con talleres 4 y 5 los estudiantes presentan un nivel satisfactorio de este nivel al identificar la estructura de la imagen y relacionar sus elementos.	No aplica	No aplica
	Pragmático	Las estudiantes en los primeros talleres no reconocen el contexto de los elementos que se presentan en las imágenes trabajadas, al finalizar la fase los estudiantes presentan un nivel satisfactorio al relacionar el contexto de las imágenes con la posible intención que pueda tener esta.	No aplica	No aplica
Categoría				
	Tipos de lectura			
	Subcategoría			
	Denotativa	En esta etapa los estudiantes en un inicio reconocen algunos de los elementos de la imagen pero no dan cuenta de sus características y el impacto de ellas en la imagen, a final esta fase los estudiantes presentan un nivel mínimo-satisfactorio en el cual reconocen los componentes de la imagen y el efecto que estos pueden llegar a causar al realizarles algún cambio.	Los estudiantes en la fase 2 reconocen todos los elementos de la imagen y realizan en su totalidad una lectura denotativa, además superan este nivel al otorgar una intencionalidad a estos.	Los estudiantes demostraron una lectura denotativa nivel avanzado, demostrando así reconocer los elementos de las imágenes y hacer uso de estos para la creación de una propia.
	Connotativa	Los estudiantes en esta etapa no reconocen la intencionalidad de la imagen ni realiza asociaciones de esta con su contexto, por lo tanto al inicio de esta etapa no existe una lectura connotativa. Sin embargo en los talleres 3 y 4 principalmente en el taller 4 los estudiantes presentan una mejora al tener en cuenta los aspectos anteriormente mencionados y crean una primera imagen acorde a la intencionalidad expuesta en una historia.	Los estudiantes al inicio de esta fase se encuentran en un nivel satisfactorio resultado de los talleres realizados en la primera fase, por lo tanto realizan una lectura connotativa, al finalizar la fase los estudiantes además de reconocer la posible intencionalidad de la imagen gracias a la lectura de sus elementos, proponen nuevos componentes para el complemento de su sentido.	Los estudiantes se encuentran en un nivel connotativo satisfactorio-avanzado, reconociendo la intencionalidad de la imagen y expresando esta en una creación propia. Sin embargo aún no hacen uso de algunos elementos connotativos para reforzar sus ideas.
Categoría				
	Tipos de mensaje			
	Subcategoría			
	Lingüístico	En esta etapa los estudiantes identifican el mensaje lingüístico al estar acostumbradas a él en su clase pero no lo relacionan con los otros elementos de la imagen, al finalizar la etapa los estudiantes inician un proceso de relación de este mensaje con la estructura global de la imagen publicitaria.	En esta etapa los estudiantes logran reconocer los elementos lingüísticos de la imagen, la relación de estos con componentes no verbales y al finalizar la fase proponen mensajes lingüísticos para complementar el sentido global identificado en la imagen publicitaria.	Los estudiantes incorporan el texto lingüístico a creaciones propias teniendo en cuenta la intencionalidad que quieren transmitir.
	No codificado	Al inicio de esta fase los estudiantes identifican algunos de los elementos no codificados de la imagen pero ignoran otros, en el desarrollo de la fase los estudiantes presentan una mejora identificando las características de cada elemento lingüístico y no verbal.	Es esta fase los estudiantes se encuentran en un nivel mínimo satisfactorio al identificar los elementos no verbales de la imagen, en el proceso de esta etapa los estudiantes realizan diferentes actividades donde analizan y proponen mensajes no codificados acordes a la intención de la publicidad. Como resultado de ello en los talleres correspondientes a las semanas 8 y 9 los estudiantes proponen mensajes codificados coherentes al sentido de la imagen y con esto responden a un nivel avanzado en su proceso	En las creaciones entregadas los estudiantes hacen uso de muchos elementos no codificados que ayudan a expresar la idea de su imagen publicitaria.
	Codificado	El mensaje codificado al inicio de esta etapa no es identificado por los estudiantes, en los talleres 3 y 4 los estudiantes logran identificar este mensaje como resultado del reconocimiento y relación de todos los elementos de la imagen	En esta fase los estudiantes reconocen y crean algunos mensajes codificados de la imagen, incluyendo así colores, formas, tamaños y posiciones en la imagen que corresponden a la intencionalidad de la imagen, o al sentido propuesto por los estudiantes. Los estudiantes presentan un nivel avanzado en esta fase.	Los estudiantes hacen uso de algunos mensajes codificados pero aún se encuentran en el proceso de incorporar muchos más para apoyar sus ideas con estos en sus creaciones.

Fuente : elaboración propia

Anexo 11

Triangulación conclusiones subcategorías-categorías-fases

Conclusiones Matriz subcategorías			
	Fase 1	Fase 2	Fase 3
Categorías			
Niveles de interpretación	Los niveles de interpretación al inicio de esta fase presentan un nivel inicial bajo en los primeros talleres tanto a nivel semántico, sintáctico y pragmático. Al finalizar la fase en los talleres 3 y 4 las estudiantes presentan mejoría llegando así a reconocer el contexto de la imagen y una aproximación a a intención de esta.	No aplica	No aplica
Tipos de lectura	Al inicio de esta etapa las estudiantes se encuentran en un nivel inicial bajo en la lectura denotativa, en los talleres 3 y 4 se reconoce una mejoría, las estudiantes avanzan a un nivel de lectura connotativo logrando realizar su primer imagen publicitaria con un mensaje intencional exitoso en su mayoría.	Al finalizar esta fase las estudiantes se encuentran en un nivel satisfactorio, reconocen los dos tipos de lectura y gracias a esto proponen nuevos elementos de acuerdo al sentido de la imagen	En esta fase las estudiantes demuestran un nivel de lectura avanzado demostrando así en sus creaciones coherencia entre los elementos allí aplicados y si intencionalidad.
Tipos de mensaje	Las estudiantes al inicio de esta etapa logran reconocer los mensajes lingüísticos y algunos elementos no verbales, al realizar los últimos talleres se identifica un progreso en el que las estudiantes identifican los tres tipos de mensaje en la imagen publicitaria	En esta fase las estudiantes reconocen los tres tipos de mensaje y los relacionan entre sí, permitiendo al finalizar la fase alcanzar un nivel avanzado en su proceso proponiendo nuevos elementos y mensajes codificados en la imagen que ayudan en la intencionalidad de esta	En esta fase las estudiantes implementan los tres tipos de mensaje en sus creaciones, sin embargo se evidencia la necesidad de realizar otras actividades para practicar el uso de mensajes codificados.

Anexo 12

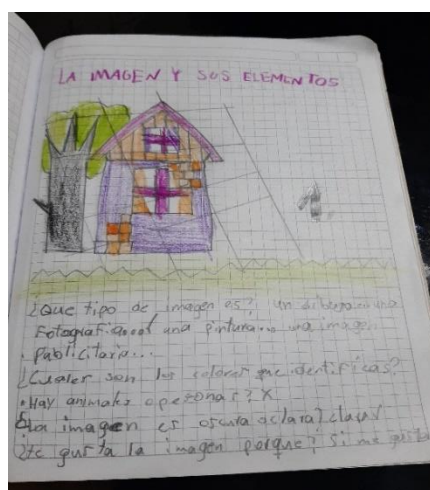
Triangulación teoría-etapas de investigación- resultados

Teoría		Objetivo 1(Etapa 1)	Objetivo 2 (Etapa 2)	Objetivo 3 (Etapa 3)
		Identificación del nivel de las competencias comunicativas de las estudiantes.	Creación de la propuesta metodológica	Implementación de la propuesta y análisis del impacto de esta.
Competencias comunicativas				
Estándares básicos de aprendizaje	Competencia interpretativa	En esta etapa de la investigación se realizó una prueba diagnóstica la cual arrojó como resultado que las estudiantes no reconocían los elementos del texto no verbal presentado y por lo tanto no realizaban relaciones entre estos y su contexto No existía un espacio para la reflexión de estos. Por otro lado, se encuentra en los Estándares Básicos en Competencias del Lenguaje y en el plan de estudios de las estudiantes la necesidad del desarrollo de dicha competencia, y la necesidad de implementación de recursos no verbales en el aula.	La creación de esta propuesta se enfocó en la competencia interpretativa al ser la competencia base para el desarrollo de la competencia argumentativa y propositiva. Y se desarrolló en tres momentos.	Los resultados de la propuesta de intervención arrojan un progreso en el desarrollo de la competencia interpretativa de las estudiantes respecto a recursos no verbales, brindando así recursos que ayudan al final de la intervención a crear una imagen publicitaria que evidencia una intencionalidad y coherencia con todos los componentes allí usados.
Estándares Básicos en Competencias del Lenguaje	Competencia argumentativa	En esta competencia el MEN expone que las estudiantes en sus primeros grados desarrollaran su competencia argumentativa y con esta defenderán sus posturas e ideas frente a un tema, en las observaciones realizadas durante esta etapa y la prueba diagnóstica se identifica que las estudiantes necesitan de la primera competencia interpretativa para poder llegar a una postura y defenderla, por lo tanto se confirma la necesidad de trabajar en la primera competencia para un mejor desarrollo de esta segunda	No aplica	No aplica
Estándares Básicos en Competencias del Lenguaje	Competencia propositiva	El MEN en esta competencia reconoce la capacidad de las estudiantes para proponer ideas para el desarrollo de cualquier acto comunicativo. Durante las observaciones y la prueba diagnóstico se destaca la capacidad de las estudiantes en esta competencia y se identifica la necesidad de trabajar en la competencia interpretativa para que las ideas propuestas por las estudiantes tengan mayor coherencia con el proceso comunicativo que lleven a cabo.	No aplica	No aplica
Niveles de interpretación				
Matriz de referencia en Lenguaje y plan de estudios	Niveles de interpretación	En la matriz de referencia en lenguaje, se mencionan 3 niveles; semántico, semiótico y pragmático. En esta primera fase se tienen en cuenta estos niveles tanto para el análisis de la prueba diagnóstico como para el análisis de las observaciones realizadas en clase.	En la creación de la propuesta de intervención se tienen en cuenta los niveles de interpretación propuestos en la primera fase de la propuesta para así crear una fase de asimilación de los contenidos usualmente trabajados por las estudiantes (texto lingüístico) y el nuevo recurso propuesto (imagen publicitaria).	Los niveles de interpretación tomados desde el MEN fueron un referente importante para la primera fase de implementación, en ellos se identificó una mejoría en esta fase pasando de un nivel puramente semántico de un nivel bajo a un nivel pragmático frente a los elementos de la imagen publicitaria.
Semiótica				

Umberto Eco	Tipos de lectura	No aplica	se crea la propuesta de intervención dividida en tres fases enfoca su fase 2 y 3 desde la semiótica, permitiendo así desarrollar los ejercicios desde las posturas de Umberto Eco y sus conceptos en tipos de lectura (Denotativa y connotativa) entendiendo que estas son más pertinentes al trabajar contenido no verbal como lo son las imágenes.	Dentro de los tipos de lectura propuestos desde la semiótica por Umberto Eco, se reconoce una mejoría en las estudiantes iniciando con un nivel bajo denotativo y terminando en un nivel avanzado connotativo en su proceso frente a la lectura de imágenes publicitarias
Barthes	Tipos de mensaje	No aplica	Barthes realiza un trabajo analítico de la imagen publicitaria y propone tres tipos de mensaje para ello, la propuesta de intervención propone en todas sus fases el desarrollo de talleres que permitan la identificación y el juego con estos mensajes vistos desde la semiótica.	Los mensajes en imagen publicitaria basados en Barthes desde la semiótica mencionan tres tipos. Al iniciar la implementación de la propuesta las estudiantes reconocían texto lingüístico y algunos mensajes no codificados, al finalizar la intervención las estudiantes identifican en su mayoría los tres tipos de mensaje y realizan ejercicios de creación de imágenes relacionándolos entre sí.

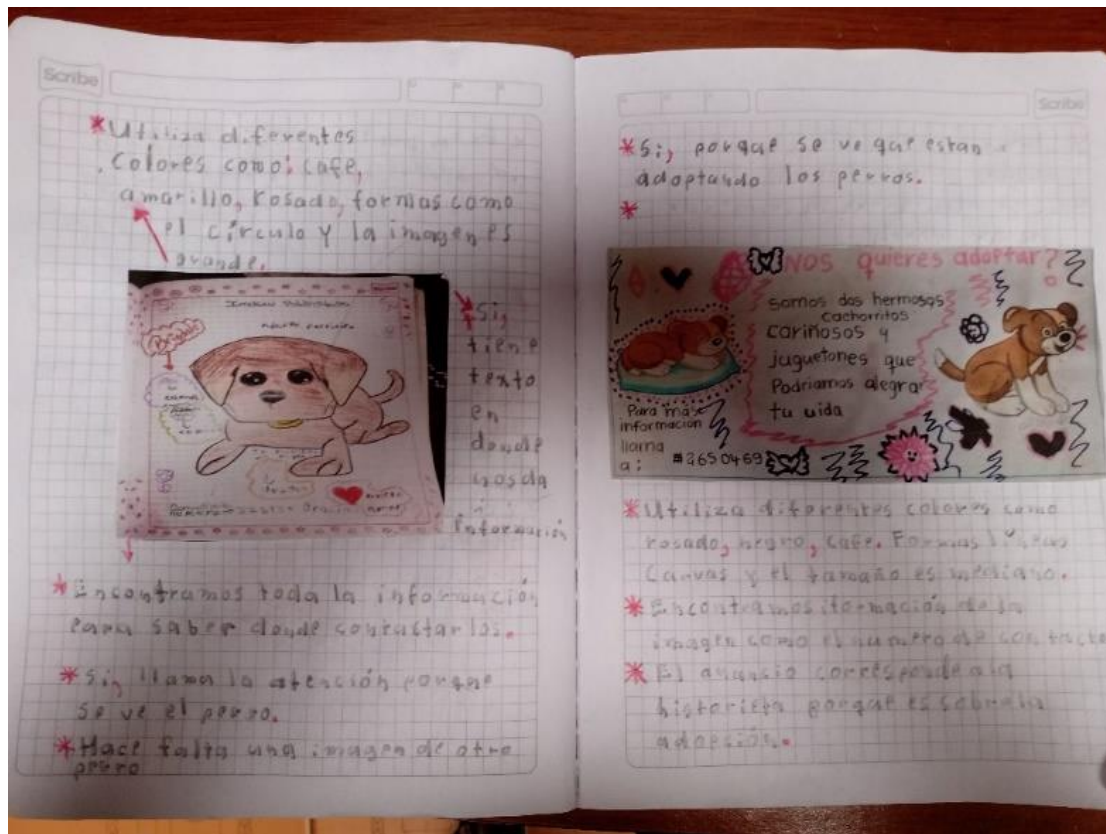
Fuente: elaboración propia

Anexo 13



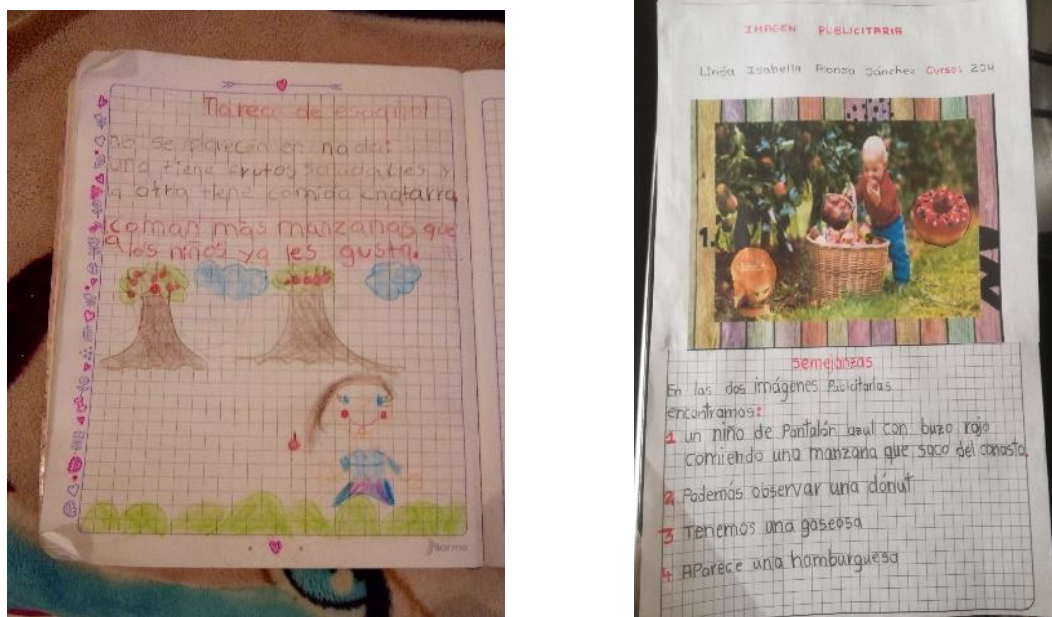
Fuente: actividades entregadas por las estudiantes

Anexo 14



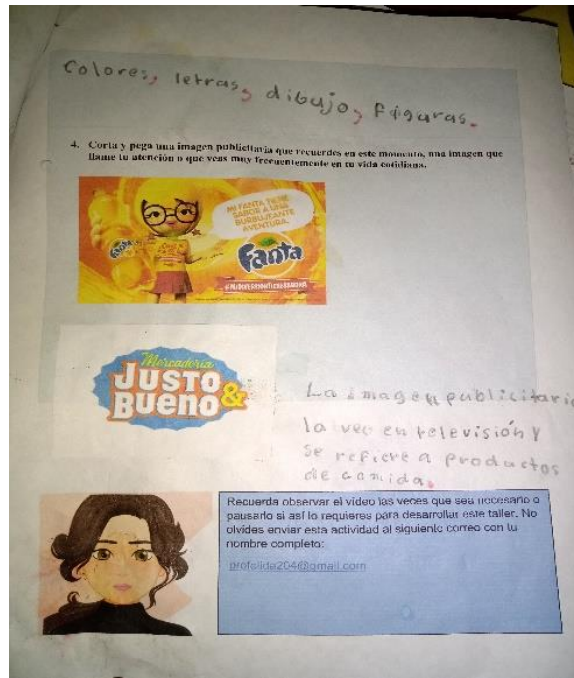
Fuente: actividades entregadas por las estudiantes

Anexo 15

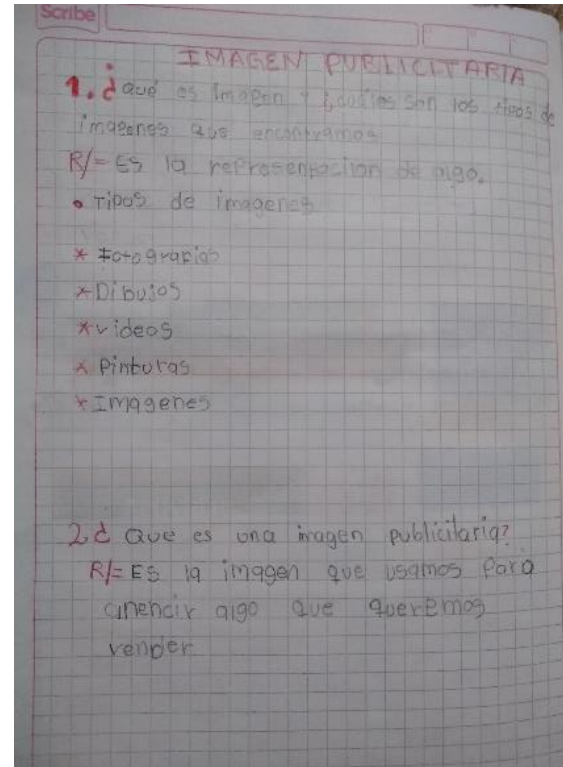


Fuente: actividades entregadas por las estudiantes

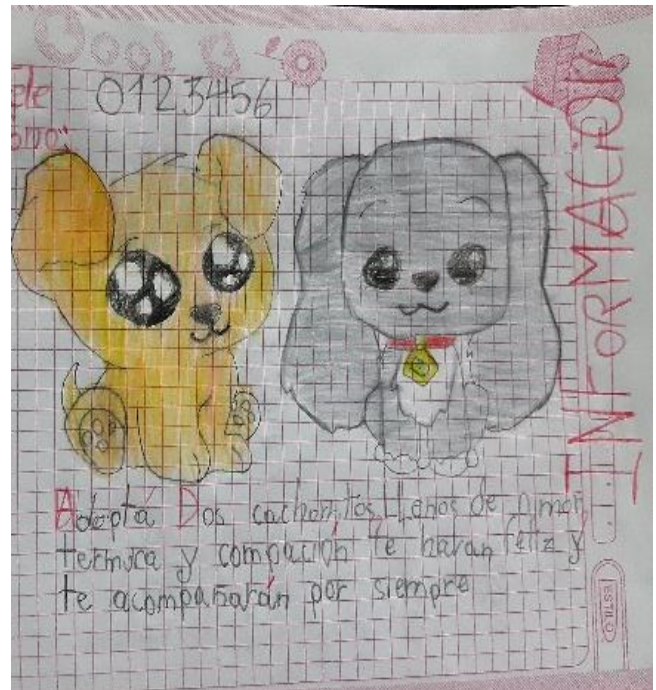
Anexo 16



Fuente: actividades entregadas por las estudiantes



Anexo 17



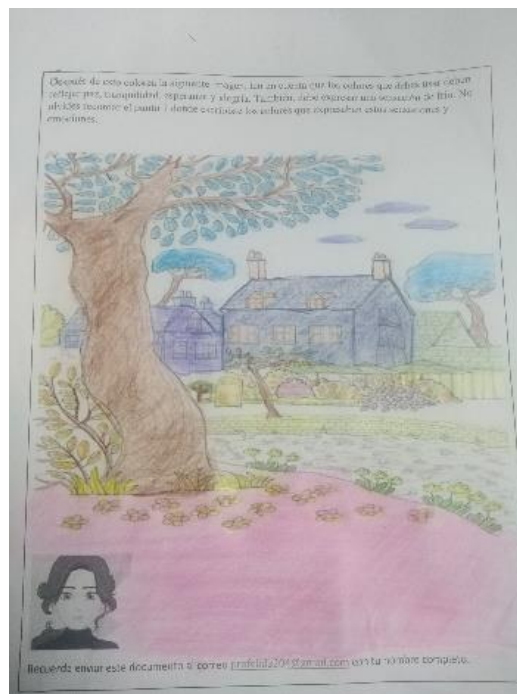
Fuente: actividades entregadas por las estudiantes

Anexo 18



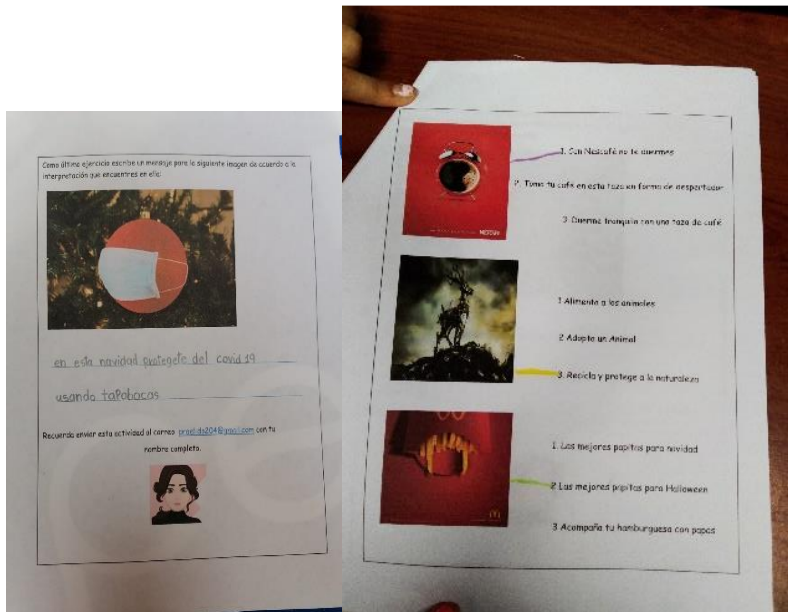
Fuente: actividades entregadas por las estudiantes

Anexo 19



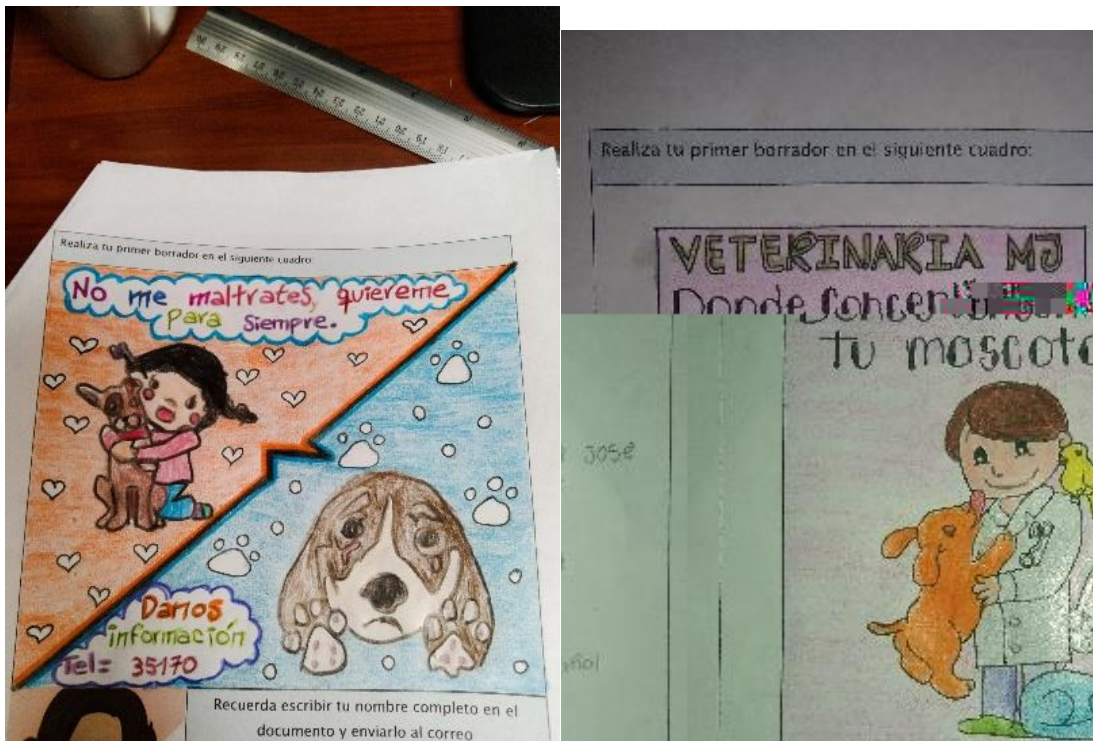
Fuente: actividades entregadas por las estudiantes

Anexo 20



Fuente: actividades entregadas por las estudiantes

Anexo 21





Fuente: actividades entregadas por las estudiantes