



“Proyecto de intervención: Comprensión y análisis de los mensajes que emiten los medios de comunicación masiva”

Alumnos: Nicole Karla Vergara Rojas

Profesor Guía: Rebeca Soto Riveros

Tesis para optar al Grado de: Licenciado en Educación

Tesis para optar al Título de: Profesor de Lenguaje y Comunicación

Santiago, Octubre 2012

[Dedicatoria]

*A mis seres queridos,
que han sido el pilar fundamental en todos estos años de vida.
Por enseñarme a luchar y enfrentar todas las adversidades
para cumplir mis más anhelados sueños.*

[Agradecimientos]

Después de finalizar todo este proceso correspondiente a la elaboración de la tesis deseo agradecer a todas las personas que con su buena disposición me ayudaron en esta tarea:

A Irma Olmos, por cuidarme siempre desde el cielo y darme la fuerza para poder lograr mis metas y alcanzar mis sueños.

A Ruth Rojas, por su apoyo incondicional y por ser una excelente madre.

A toda mi familia, por creer en mí, ayudarme a concretar mis metas y darme ánimos para no darme por vencida.

A Rodrigo Pérez, por su ayuda y apoyo infinito. Por estar a mí lado, alentarme ante las dificultades y sentirse orgulloso de mis más pequeños logros

A la profesora Rebeca Soto, mi profesora guía, por sus orientaciones clarificadoras, por no habernos impuesto sus ideas y darnos la oportunidad de elegir.

A Sergio Ojeda, mi profesor informante, por creer en mí y apoyarme en mis proyectos.

A Claudia Araya, por su infinita colaboración y dedicación.

A mis queridos profesores de universidad, porque hicieron de sus conocimientos y dedicación un camino para convertirme en una amante de esta profesión.

A Estéfani Díaz, Camila Morales y Camila Gaete, por ser buenas amigas, por su eterna lealtad y ayuda incondicional. Por haberme acompañado y aconsejado en todo momento.

Gracias a todos !!!

Gracias por ayudarme a lograrlo.

ÍNDICE

[Dedicatoria].....	3
[Agradecimientos].....	4
ÍNDICE.....	5
ABSTRACT.....	6
I. ANTECEDENTES.....	7
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
a. RELEVANCIA O JUSTIFICACIÓN.....	15
b. OBJETIVOS.....	16
III. MARCO TEÓRICO.....	17
1. COMPRENSIÓN LECTORA.....	17
1.1 HABILIDADES QUE SE DESARROLLAN DURANTE EL PROCESO DE COMPRENSIÓN LECTORA.....	23
1.2 HABILIDADES DE PENSAMIENTO PARA LA ERA DIGITAL.....	31
2. COMUNICACIÓN EN EL AULA.....	37
2.1 ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LA LECTURA.....	44
3. LOS MCM COMO UNA HERRAMIENTA DE REFLEXIÓN.....	50
3.1 LA PUBLICIDAD.....	52
3.2 PUBLICIDAD Y EDUCACIÓN.....	55
IV. METODOLOGÍA.....	56
V. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.....	59
VI. CONCLUSIONES.....	122
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	125

ABSTRACT

La siguiente propuesta de intervención consiste en la creación de un proyecto pedagógico para el nivel de segundo año medio, que ayuda a fomentar y desarrollar habilidades de comprensión y análisis crítico de los mensajes que emiten los medios de comunicación, específicamente la publicidad. Se contempla la inclusión de estrategias pedagógicas como la comunicación dialógica y el trabajo grupal como base imprescindible para formar un escenario facilitador para el desarrollo de habilidades y un aprendizaje significativo.

Nuestra propuesta consta de 12 sesiones, 24 horas pedagógicas ya que se considera que es un tiempo suficiente para comenzar a fomentar y desarrollar de manera integral las habilidades del educando, favoreciendo la formación de un lector activo, capaz de comprender, interpretar y evaluar la diversidad de mensajes de los medios y plantearse de manera reflexiva y crítica frente a ellos.

Específicamente los tipos de mensajes que se trabajarán son textos multimodales enfocados en el tema de la prevención de tres grandes ejes publicitarios: violencia, obesidad y drogas.

La propuesta está dirigida a colegios subvencionados o municipales que tengan dificultades en la comprensión e interpretación de textos, y que tengan un déficit en el análisis crítico de los mensajes de los medios de comunicación.

Palabras claves: Comprensión lectora, comunicación, publicidad, educación, aprendizaje significativo, medios de comunicación, estrategias pedagógicas.

I ANTECEDENTES

Los medios de comunicación masiva son una herramienta imprescindible en estos tiempos, ya que promueven la información entre miles de personas, la masifican y la inmediateizan a lo largo de todo el mundo, traspasando las fronteras. Con posterioridad a la revolución científica y tecnológica, nuestra época, denominada: “La era de la información”. Modernizó la forma de vivir y, a su vez, influyó en los mismos medios de comunicación. Debido a este dinámico desarrollo, se distribuye la información con una mayor rapidez y con una mayor diversidad de formatos comunicativos. El propósito principal de los medios de comunicación masiva es, siempre comunicar, pero también estos se pueden especializar, por ejemplo, en transmitir, educar, entretener, enseñar, informar, formar opinión e incluso controlar, entre los más conocidos. Los medios de comunicación masiva dejan de ser una mera forma de divulgar información y se convierten en una herramienta que guía y transforma la imagen de mundo, formando una diversidad de opiniones en el receptor. Es importante también destacar que los medios de comunicación masiva además de convertirse en un arma fundamental para poder conocer el mundo, sirve como un instrumento facilitador para constatar las contradicciones que se generan al entregar una misma información de distinta manera.

Un adecuado conocimiento y posicionamiento frente al tema de los medios promovería el desarrollo de las habilidades de comprensión, análisis, interpretación e inferencia en el receptor. Sin estas habilidades el receptor solo sería un ente pasivo que recibe información que no es capaz de evaluar, lo que limita su campo de acción y su desarrollo personal.

En atención a la relevancia de los medios de comunicación masiva, el curriculum contempla su enseñanza en la escuela chilena durante la enseñanza básica y media (principalmente en segundo medio), apuntando al desarrollo de las competencias comunicativas en las personas y orientado al desarrollo del alumno, sus capacidades de expresión y comprensión de mensajes.

En el Programa¹ de primer año de enseñanza media (MINEDUC, 2011:94), se vislumbra respecto a las habilidades que los estudiantes deben desarrollar en torno al tratamiento del tema de los medios de comunicación masiva: comprender textos visuales (dibujos, diagramas, tablas, íconos, mapas, gráficos), inferir significados no literales de los textos. Las noticias y los reportajes aparecen contemplados en la 4ta unidad para la comprensión de diversos tipos de textos, donde se especifica que deben leer y analizar una variedad de textos no literarios y evaluar la confiabilidad de la información. Como propósito se establece que el estudiante debe identificar y analizar, utilizando estrategias de comprensión adecuadas. Además, en la parte de “actividades sugeridas” se manifiesta que deben crear actividades grupales de modo que se produzca una conversación y discusión del mismo tema, también deben analizar y comparar generando distintas opiniones.

Como propósitos principales, se establecen en el Marco curricular tres ejes centrales: lectura, escritura y comunicación oral (MINEDUC, 2011: 87). En el eje de lectura se manifiesta que los estudiantes deben ser capaces de investigar una variedad de textos y diferenciar la información relevante de los datos accesorios, además, deben leer y evaluar los mensajes que nos entregan los medios de comunicación, considerando su propósito y argumentos. En el segundo eje, escritura, no se especifica nada que esté puramente relacionado con el tema de los medios de comunicación, la explicación que se realiza sobre lo que se busca o pretende que los estudiantes logren sirve para cualquier ámbito, por ejemplo, escribir claro, redactar coherentemente y bien estructurado, entre otros. Por último, el eje de comunicación oral, solo detalla que los estudiantes deben dialogar y compartir sus apreciaciones sobre los mensajes de los medios de comunicación, analizarlos y fundamentarlos.

¹ Los programas de estudio son “una propuesta para lograr los OF y los CMO” se estructuran en tres grandes áreas: Nociones básicas, Consideraciones generales para implementar el programa, Visión global de año. La primera parte consiste en mostrar los conceptos fundamentales, cuál es la visión del mapa de progreso y como integrar los conocimientos con las habilidades y actitudes. La segunda parte consiste en una ayuda para planificar y evaluar. Se entregan orientaciones didácticas y evaluativas. En la tercera parte y final del programa se muestran todos los aprendizajes esperados organizados por unidad, incluyendo indicadores de evaluación y sugerencias de actividades. También incluyen material de apoyo sugerido para el profesor y el estudiante. (MINEDUC, 2011)

En conclusión el tema de los medios de comunicación masiva en primer año medio solo se aplica de forma somera, a modo de ejemplo de otros tipos de textos. Se utilizan algunos formatos como el género periodístico para profundizar los textos expositivos.

Las habilidades que comienza a desarrollar el estudiante son la base para el perfeccionamiento del resto de estas que deberán desplegar en los próximos tres años de su educación. Sin embargo, y a pesar de la simplicidad de esta unidad, los educandos inician de igual forma el desarrollo de un punto de vista personal respecto a un tema y destacan el análisis, comprensión e interpretación de los textos.

En el Programa de segundo año medio (MINEDUC, 2011: 38), aparecen los medios de comunicación masiva en la unidad de textos no literarios. En ella, los estudiantes deben evaluar los mensajes presentes en los textos de los medios de comunicación, artículos de opinión, editoriales y reportajes. Para demostrar que al evaluar estos mensajes el estudiante debe ser capaz de desarrollar todas las habilidades previas, tales como recordar, comprender, aplicar y analizar, para posteriormente poder evaluar y crear. En definitiva es coherente con la evolución jerárquica de las habilidades que propone la taxonomía para la era digital² (Churches, 2008).

También deben comprender el significado que aporta la iconografía presente en los textos, además de dialogar para profundizar, desarrollar, sintetizar y discutir ideas sobre los textos de los medios de comunicación y las exposiciones de otros estudiantes.

Al considerar los tres ejes trascendentales del programa de lenguaje de segundo año medio, se sugiere como propósito principal (MINEDUC, 2011: 77), que el estudiante debe ser capaz de evaluar los mensajes de los medios de comunicación, considerar el propósito y postura del autor, sus argumentos y mecanismos utilizados. En el segundo eje de escritura, se describe muy someramente el tema de los medios de comunicación, es más bien aplicable a cualquier tema y es muy parecido al eje de primer año medio. Por último, en el eje de comunicación oral se detalla que uno de los propósitos primordiales es que los estudiantes dialoguen para compartir sus apreciaciones sobre los mensajes de los medios

² Revisar esquema de categorías de la taxonomía para la era digital, página 33. Y mapa de la taxonomía, página 34.

de comunicación, analizando y fundamentando sus comentarios. Si bien, son tres ejes relativamente semejantes al que se presentan en el Programa de primer año medio, no se puede dejar de destacar el hecho de que éste presenta una progresión en el desarrollo de habilidades y en el análisis crítico de los mensajes, resaltando el eje de lectura y comunicación oral que son aplicables a nuestro centro (comprensión) en este proyecto de intervención. Se incluye el considerar la postura del autor y mecanismos utilizados para revelar de alguna forma el análisis crítico de la interpretación de los mensajes que este emite. Así mismo, se propone fomentar una enseñanza dialógica para destacar y potenciar la interpretación y análisis que va generando el educando.

En el Marco curricular se propone que el aprendizaje no solo debe incluir el saber, sino que también el saber hacer. Por esto, se intenta generar un crecimiento paralelo entre el conocimiento que va adquiriendo el estudiante y las capacidades de pensamiento que va desarrollando, para que así él pueda formar un nuevo conocimiento que, al mismo tiempo, fomente el impulso de diversas habilidades. También, como objetivo se promueve un aprendizaje integrador que enriquezca y potencie a la vez tanto los conocimientos, como las actitudes y habilidades del estudiante, para que con su utilización conjunta puedan enfrentar diversos desafíos tanto en el área del aprendizaje como en su contexto de vida diaria.

En vista de la importancia que reviste este tema, se produjo un acercamiento a distintas profesoras de 2° año medio, pertenecientes a colegios municipalizados³ y subvencionados⁴, donde fue posible constatar que su visión deja de lado una enseñanza integradora de los medios de comunicación masiva. No solo se los excluye del desarrollo de las habilidades del estudiante, sino que también son enseñados como temas aislados y simplificados, limitándose a mencionar los distintos tipos de medios de comunicación existente y su función, sin especificar qué relación mantienen con el resto del mundo del estudiante, o de qué manera se puede relacionar con otras áreas tanto de la escuela como de la vida personal del estudiante. Tampoco se integra el uso de códigos iconográficos como

³ Santo Domingo (comuna de Recoleta).

⁴ San Benildo (comuna de Recoleta), Mary and George's school (comuna de recoleta), Benjamin Vicuña McKenna (comuna de la Florida). Quinto Centenario (comuna de Maipu).

una forma de entendimiento del mundo moderno y de formación de criterio y opinión. No se destaca la función de análisis, descripción, reconocimiento y desarrollo de este tema, sino que solo se deja en una explicación exigua del contenido. Los medios de comunicación masiva son considerados como una lista de conceptos que el estudiante debe conocer y diferenciar de los otros sin aprender su verdadera importancia en el desarrollo del pensamiento del estudiante.

Se enfatiza la prensa escrita, y el desarrollo y enseñanza de estos contenidos son a través de clases expositivas teóricas, que no ayudan ni potencian el desarrollo y construcción del aprendizaje del alumno. Solo se limitan a reconocer e identificar estructuras textuales, pero no se enseña la relevancia ni se fomenta la comprensión de los textos. Uno de los ejemplos más claros de esto es que muy pocas veces se da énfasis a la publicidad cuando se trata el tema de los Medios de comunicación Masiva (MCM) siendo que ésta es la que contiene más códigos iconográficos y textos multimodales, lo que favorece y facilita el desarrollo de competencias en el estudiante, al fomentar y desarrollar habilidades no tan solo críticas y analíticas sino que también de inferencia y comprensión.

Además, escasamente promueven la comunicación dialógica dentro del aula como un elemento de ayuda para generar un aprendizaje significativo que se base en el proceso y que se centre en el estudiante como un emisor- receptor de conocimiento. En consecuencia, la falta de una metodología dialógica en el aula dificulta el desarrollo del análisis crítico en los estudiantes.

En cuanto a la presencia de los MCM en el Marco Curricular, se muestra explícitamente que los objetivos y contenidos se centran en el desarrollo de la capacidad de los alumnos:

“Se han incorporado también objetivos y contenidos destinados a desarrollar la capacidad de los alumnos y alumnas para comprender las funciones y efectos de los medios masivos de comunicación y para “leer” adecuadamente los mensajes que éstos entregan. Dichos objetivos y contenidos ayudan a los estudiantes a resignificar crítica y creativamente, desde su experiencia, los proyectos culturales que los medios difunden.

También favorecen la formación de un receptor activo, capaz de comprender e interpretar los mensajes y de plantearse reflexivamente frente a la comunicación masiva.

Asimismo, se han incluido contenidos relativos a utilización de elementos y recursos propios de los medios masivos de comunicación en creaciones de los estudiantes. Ello, además de fortalecer la conciencia acerca de las funciones y efectos de los medios de comunicación, estimula la creatividad de alumnos y alumnas y favorece el desarrollo de la capacidad de integrarse en trabajo de equipo.” (OF/CMO, 1998: 39 - 40).

Se puede establecer que los medios masivos de comunicación son más que un mero formato de comunicación, es un elemento formador y creador de criterios, que establece la necesidad de forjar lectores activos que interpreten y analicen críticamente sus mensajes. Además de desarrollar capacidades en los alumnos, favorecer la creatividad y la reflexión, también ayuda a impulsar el trabajo en grupos, lo que ayuda a la comunicación y pensamiento crítico activo entre los estudiantes, aumenta la posibilidad de reafirmar las posturas personales y ayuda a la creación de argumentos sólidos y consistentes.

II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Uno de los problemas importantes que se observan en la educación chilena y que necesita una intervención pedagógica, es el fomento de habilidades en el estudiante, dado que se le da más énfasis a la memorización de grandes cantidades de contenido que al aprendizaje mismo. Es por esto que el problema central de nuestro trabajo es:

La metodología utilizada por las y los docentes al trabajar con textos de MCM no promueve el desarrollo de habilidades de comprensión presentes en el curriculum, especialmente las centradas en la evaluación y análisis crítico de los mensajes que a través de ellos se recibe. Tampoco se fomenta una enseñanza integradora que utilice la comunicación dialógica dentro del aula para generar un aprendizaje significativo.

Los estudiantes de segundo año medio⁵ expresan en el área de lenguaje, específicamente en la comprensión de los textos, que ellos no analizan ni interpretan la información que leen, solo o en su mayoría extraen información literal de los textos, parafrasean o resumen lo que dicen los autores, siempre desarrollando habilidades de procesamiento superficial de la información. Simplemente no son capaces de cuestionar los mensajes que reciben, criticarlas, compararlas, evaluarlas o hacer algún tipo de procesamiento profundo de la información. Por ello, al momento de hacer un control de lectura, una prueba de comprensión o un debate, los estudiantes muestran una carencia de argumentos y una profundización somera de lo leído o aprendido.

En el ámbito de los medios de comunicación masiva, la deficiencia que demuestran los estudiantes es la misma, no tienen desarrolladas muchas de las habilidades comunicativas que se necesitan para tener una comprensión efectiva de los hechos o para discriminar información real de la ficticia. Muchas veces los estudiantes creen a ciegas lo que aparece en la televisión o en internet. No se dan el tiempo de investigar o comparar con

⁵ Según el diagnóstico realizado en el establecimiento educacional Benjamín Vicuña Mackena.

otros medios la información para darse cuenta que el énfasis de la noticia puede estar en otro punto, dependiendo de la ideología de los medios. Y tampoco cuestionan la información que no muestran los medios o el por qué la censuran o por qué en ciertos medios sí aparecen y en otros no.

Los estudiantes se han transformado en entes pasivos que solo reciben información sin hacer ningún tipo de trabajo con ella. Son como un recipiente que se va llenando y que luego elimina lo que sobra sin hacer un análisis o una comprensión importante de esta, por lo que los estudiantes no aprenden significativamente lo que leen, escuchan o ven. Así se provoca un estancamiento en el desarrollo de sus capacidades.

Algunos de las principales causas de este problema son: pocos recursos dentro del aula (considerando el nivel socioeconómico del colegio y de los estudiantes), desactualización docente y poca información del modo en que se deben tratar los MCM como una herramienta y no tan solo como un concepto simplificado, desinterés por parte del colegio para promover un contenido que no es medido con las pruebas estandarizadas en cuanto a análisis crítico y evaluación, prácticas pedagógicas mayormente de tipo reproductivista que sitúan a un profesor como un mero repetidor de una selección cultural hecha por otros, y por último, tratamiento poco riguroso y aislado de otras disciplinas.

Frente a esto, y considerando la tensión que existe entre los objetivos que plantea el Marco curricular acerca de la enseñanza de los medios de comunicación masiva y la información que se constata en las entrevistas realizadas a las ocho profesoras, nos damos cuenta de que la metodología utilizada por los docentes al trabajar con textos de MCM no promueven el desarrollo de habilidades de comprensión presentes en el curriculum, generando como principales efectos que los alumnos no vean potenciados sus niveles profundos de reflexión, creatividad, criticidad, y una formación de alumnos pasivos, con pensamiento poco crítico y con una visión parcelada del conocimiento.

Sobre esta base y en pro del desarrollo de las habilidades comunicativas de los estudiantes es por lo que surge la necesidad de plantear una propuesta innovadora que

contemple el desarrollo de las habilidades y promueva el pensamiento crítico de los estudiantes. Se espera beneficiar con este proyecto de intervención pedagógica a todos los estudiantes de segundo año medio, considerando a hombres y mujeres de 14 a 17 años que pertenezcan a un nivel socioeconómico bajo o medio, principalmente de colegios municipales o subvencionados.

a. RELEVANCIA O JUSTIFICACIÓN

Por tanto se debe resolver este problema y crear una solución pedagógica que intervenga radicalmente el modo de enseñanza actual de los medios de comunicación de masas en la enseñanza media, porque si no se termina con este vacío en la educación, la deficiencia de las capacidades de los estudiantes seguirá en aumento. Si proyectamos a un futuro de diez años, estos mismos estudiantes serían los trabajadores de nuestro país, y seguirían teniendo la misma falencia. Se asumirán como ciudadanos acríticos, manipulables, que no rebaten la información de su entorno y que no son capaces de analizar o interpretar lo que ocurre a su alrededor.

Al solucionar este problema y crear una generación mucho más analítica y crítica que sea capaz de evaluar todo tipo de información, rebatir, e interpretar de una manera mucho más compleja, se estaría formando a estudiantes con amplias capacidades en todas las áreas, por lo que se obtendría un mejoramiento no tan solo en el rendimiento del ramo lenguaje y comunicación, sino que también en el ámbito de las matemáticas, ciencias, historia, y otros, ya que se generaría una mayor comprensión, fomentando el interés de investigar, leer y argumentar en todas las disciplinas. Al mismo tiempo, se estaría formando estrategias concretas para potenciar los recursos de comprensión. Los MCM aportan más variedad y riqueza en el uso del lenguaje, por lo que se formarían estudiantes mucho más competentes y capaces.

b. OBJETIVOS

▪ **Objetivo General:**

- ✓ Desarrollar habilidades para que los estudiantes de 2° año medio analicen críticamente los mensajes de los medios de comunicación (específicamente la publicidad) y desarrollen habilidades de comprensión, elaborando una secuencia didáctica de actividades desde un enfoque metodológico cognitivo-constructivista, que fomente una enseñanza integradora en el aula, utilizando la comunicación dialógica como una herramienta para generar un aprendizaje significativo.

▪ **Objetivos específicos:**

- ✓ Generar una secuencia de actividades centrada en la publicidad que desarrollen habilidades de comprensión en los estudiantes.
- ✓ Fomentar el desarrollo de una opinión argumentada en los estudiantes, a partir del análisis del tratamiento que los medios de comunicación, (particularmente la publicidad), dan a diferentes temáticas de interés social.
- ✓ Promover el diálogo a través del análisis crítico de los mensajes de los medios de comunicación: publicidad

III MARCO TEÓRICO

1. **COMPRENSIÓN LECTORA**

Para desarrollar nuestro proyecto de intervención pedagógica, es necesario comenzar por definir y delimitar lo que vamos a entender por comprensión lectora, y más adelante cómo este concepto influye y se transforma en la pieza central de nuestro problema e interviene directamente en las habilidades que se desarrollan en los estudiantes.

En términos generales *comprensión* es una capacidad cognitiva que permite el entender y asimilar información. Este es un proceso de creación mental donde el receptor crea una imagen del mensaje que se le transmite. Este proceso es complejo y exige que el receptor esté atento e integre todos los elementos del mensaje para que se logre un correcto proceso y para que la intención del mensaje emitido esté acorde al mensaje recibido. Con esto se pueden unir todos los datos recibidos de forma coherente y realizar una buena interpretación.

Esta facultad organiza de forma esquemática los mensajes que recibimos o el material que es leído lo que ayuda a la ilación de ideas y a la relación con las experiencias previas del lector. Este esquema también ayuda a la construcción de significado y a la reflexión.

A este concepto general, se incorporan múltiples definiciones y/o descripciones relacionadas con la comprensión de lectura, dadas por documentos del Ministerio de Educación (MINEDUC), pruebas estandarizadas y autores que han desarrollado el tema, y que presentamos a continuación. En primer lugar, las especificaciones dadas por el Mineduc:

“El desarrollo de la capacidad de comprender y producir mensajes verbales y multimodales de complejidad creciente es el propósito global de este sector curricular en la Educación Media. Alcanzarlo no sólo permitirá a los alumnos y las alumnas

enriquecer a lo largo de la vida entera el conocimiento en todos los sectores, sino además desarrollar la autonomía necesaria para organizar e interpretar la información recibida a través de fuentes variadas, ampliando así las perspectivas de una participación activa en los ámbitos social, laboral, económico, político y cultural.”
Objetivos fundamentales (MINEDUC, 1998: 33)

“Lo más importante de esta competencia es la capacidad del lector para construir el significado del texto que lee.” Mapa de progreso de lectura (MINEDUC, 2007)

Ambos documentos entregados por el MINEDUC centran su importancia en el desarrollo de la autonomía, la construcción de significado y en la participación activa al interpretar la información. Estas especificaciones le otorgan un rol fundamental al lector, junto con el análisis que genera del texto y al proceso que vive mientras desarrolla la lectura y comprende el texto.

Respecto de las definiciones consideradas en pruebas estandarizadas, se consideran las siguientes:

“La competencia lectora es la capacidad de comprender, utilizar y analizar textos escritos para alcanzar los objetivos del lector, desarrollar sus conocimientos y posibilidades, y participar en la sociedad.” (PISA, 2006)

“La competencia lectora se define como la habilidad para comprender y utilizar las formas lingüísticas requeridas por la sociedad y/o valoradas por el individuo. Los lectores de corta edad son capaces de construir significado a partir de una variedad de textos. Leen para aprender, para participar en las comunidades de lectores del ámbito escolar y de la vida cotidiana, y para disfrute personal.” (PIRLS, 2006)

“(La comprensión lectora) se entiende como la competencia de procesar información en los dos niveles del texto: explícito e implícito. Esta competencia está compuesta de tres subcategorías (extraer información, interpretar

información y evaluar información), cada una de las cuales supone una serie de habilidades cognitivas que las conforman” (DEMRE, 2004)

“(La comprensión lectora es la) Capacidad de los alumnos para identificar información presente en un fragmento del texto (comprensión local), establecer relaciones entre sus elementos (comprensión relacional) y realizar inferencias sobre su sentido general (comprensión global)” (SIMCE, 2003)

Las pruebas estandarizadas entienden la comprensión lectora como la habilidad de comprender y aprender. Centran su mirada en el desarrollo de conocimientos, y en las habilidades cognitivas que se despliegan, como identificar, relacionar y realizar inferencias. Se aprecia también una diferencia entre las evaluaciones chilenas (DEMRE, SIMCE) y las internacionales (PISA, PIERLS), ya que estas últimas incorporan en su definición la participación en la sociedad del individuo y en otras comunidades como en el ámbito escolar y la vida cotidiana. Y amplían el término comprensión llevándolo a la base del desarrollo del ser humano, como lo es la interacción con los otros y por ende el poder relacionarse y darse a entender.

En cuanto a la perspectiva desarrollada por teóricos de la comprensión destacamos:

“(La comprensión lectora es un) proceso a través del cual el lector elabora un significado en su interacción con el texto. La comprensión a la que el lector llega se deriva de sus experiencias previas acumuladas, experiencias que entran en juego, se unen y complementan a medida que descodifica palabras, frases, párrafos e ideas del autor.” (Pérez, 2005: 121)

“(La comprensión lectora es) Un proceso a través del cual el lector elabora un significado en su interacción con el texto” (Tebar, 1995)

“La comprensión lectora consiste en crear en la memoria una representación de estructuras en donde las ideas se relacionan entre sí y donde se diferencian distintos niveles de importancia” (Orrantía y Sánchez, 1994)

Observamos que los autores que han desarrollado el tema se centran en la elaboración de significado mediante la interacción con el texto, y en la relación de las ideas

extraídas del texto con el conocimiento previo del lector. Esta idea, desde nuestra perspectiva, sería la más destacada.

En el análisis anterior se plantean diversas definiciones sobre el concepto de comprensión lectora, las que haremos confluir para conformar y entender en términos generales este concepto como: *La facultad de procesar información explícita e implícita en donde el lector extrae, interpreta y evalúa, construyendo significado y desarrollando conocimientos, donde las ideas presentes en el texto se van relacionando entre sí y con su conocimiento previo.*

Es importante considerar, además, que en el ámbito de la enseñanza de la comprensión, esto es, en la práctica pedagógica, según el Marco Curricular “se requiere de un enfoque didáctico que permita articular una transferencia desde un saber disciplinar hacia un saber enseñable y sortear además las barreras del contenidismo y la instrumentalización” (MINEDUC, 1998). Por esta razón, uno de los puntos más relevantes de este proyecto de intervención, es la planificación de actividades que permitan, mediante la construcción conjunta del conocimiento, alcanzar aprendizajes significativos, facilitar el diálogo o interacción de la información dentro de la sala de clases, y así evitar la repetición de prácticas memorísticas y tediosas dentro del aula.

En nuestra definición de comprensión lectora, uno de los puntos que destacaremos, en primer lugar, se vincula con lo que sostiene Sánchez, quien plantea que “comprender implica interrelacionar información” (Sánchez, 1998:80). No tan solo se deben relacionar las ideas que constituyen la información de un texto entre sí, sino que además “se debe integrar la información del texto con nuestro fondo de conocimientos” (Sánchez, 1998:80). Este proceso de asociación de información se sostiene en la idea de que la información por sí sola no puede ser completamente comprendida, por lo que se debe recoger, analizar y asociar, y así poder lograr una interacción entre el texto y el lector, y poder avanzar desde la *microestructura*, la *macroestructura*, la *superestructura* del texto, y, posteriormente, lograr alcanzar el nivel donde se constituye el *modelo de situación*.

Para una mejor comprensión explicaremos y/o definiremos los conceptos mencionados anteriormente. La *microestructura* de un texto se refiere a las relaciones que existen entre las proposiciones antecedente y subsiguiente, ya sean temáticas o causales. “el conjunto de proposiciones que forman el texto junto a las proposiciones que hubiera sido necesario aportar para crear esos vínculos lineales” (Sánchez, 1998: 38). Considérese el siguiente ejemplo:

La droga destruye tu cuerpo y tu vida, no consumas.

La construcción de la microestructura se realizaría de la siguiente manera: *La droga* (es dañina); *destruye tu cuerpo* (a la persona que la consume) y *tu vida* (a la persona que la consume); con el fin de que no te ocurra lo anterior *no consumas* (droga).

La *macroestructura* se entiende como “el conjunto de proposiciones que sirven para dar un sentido, una unidad y una coherencia global al texto” (Sánchez, 1998: 49). En otras palabras es poder entender el sentido general de lo que se lee, ya sea identificando una oración que sea representativa de algo mayor, o imaginando una nueva oración que dé cuenta del sentido del texto generando una coherencia completa. Considérese el siguiente ejemplo:

La comida chatarra contiene un alto nivel de grasa, sodio, colesterol y calorías. Hace engordar a todas las personas, sobre todo a las sedentarias. Afecta a la salud y al correcto funcionamiento de los órganos.

La *macroestructura* es la idea general que inferimos del texto leído, en este caso: *la comida chatarra es mala y no nos beneficia.*

La *superestructura* es el esquema que presenta el texto y la forma en que se organiza la información; “este constituye una segunda forma de coherencia global, sin embargo, al hablar de superestructura estamos centrándonos en la forma no en el contenido” (Sánchez, 1998, 60). Véase el siguiente ejemplo:

La violencia es una agresión hacia otro. Por ejemplo dar golpes, patadas o cachetadas, es un tipo de violencia física. También existe la violencia verbal

que consiste en insultar y desvalorizar a otro, utilizando gritos o palabras groseras.

En el ejemplo anterior se identifica un esquema de “exposición de concepto” este tipo de texto posee una determinada estructura, siempre están presentes la definición (la violencia es una agresión), los ejemplos (golpes, patadas o cachetadas) y las diferencias con otros conceptos (violencia física v/s violencia verbal). Y así respectivamente en las otras estructuras (descripción, exposición de teorías científicas, etc.)

El modelo de situación, “es el nivel profundo de comprensión que supone fundir la información extraída del texto, y lograr retener una representación del mundo o de la situación, no del texto en sí” (Sánchez, 1998,71). Implica tener que plantearse nuevos problemas, autocuestionarse. Es la reflexión de la comprensión que el lector se forma al leer un texto. Véase el siguiente ejemplo:

El cigarro puede provocar cáncer, dañar dientes, lengua y pulmones. Puede impedir el correcto funcionamiento de los órganos e incluso causar la muerte.

Para que se establezca el modelo de situación se deben incorporar conocimientos previos y relacionarlo con lo leído, para que el lector al responder qué entendió del texto, responda por ejemplo: *el cigarrillo es súper malo ya que causa la muerte de quienes fuman, incluso te puede dejar daños severos como a “don Miguel” el que salía en la cajetilla de cigarro y tenía que hablar por un tubo porque su garganta se había dañado* (Incorporación de conocimientos previos).

Este proceso de comprensión activa el desarrollo de diversas habilidades. Se entiende por estas últimas, las destrezas que despliega el estudiante mediante sus experiencias y su práctica. Como finalidad de nuestro proyecto se espera que los estudiantes logren llegar a este nivel de comprensión.

Por esta razón, nuestro proyecto contempla el tratamiento de distintas actividades, más específicamente se centra en combinar la metodología aplicada en clases para que el educando logre expandir su potencial al límite, e identifique cuáles son las habilidades que

tiene más desarrolladas y cuáles son las que necesitan un mayor reforzamiento. Esto provoca que los estudiantes relacionen la información, la analicen y la asocien con sus conocimientos previos, lo que logra incorporar el desarrollo de las habilidades mientras se despliega el proceso de comprensión de los mensajes que nos entregan los medios de comunicación a través de la publicidad.

1.1 Habilidades que se desarrollan durante el proceso de comprensión lectora

Durante el proceso de lectura, el estudiante realiza una serie de operaciones mentales que permiten una comprensión efectiva y profunda, anteriormente mencionado como el nivel de *modelo de situación*. Este conjunto de operaciones que están implicadas en la comprensión, conforman las habilidades que desarrolla el estudiante mediante la comprensión lectora.

Las dos primeras operaciones que realiza el lector, forman parte del primer nivel de *microestructura* de un texto. Lo que implica que el lector en primera instancia al avanzar en un texto debe desarrollar la habilidad de: “reconocer las palabras y acceder a su significado, construir proposiciones, reconocer en estas proposiciones que es lo dado y que es lo nuevo, y finalmente conectar las proposiciones entre sí” (Sánchez, 1998:38).

Las primeras operaciones implicadas son *reconocer* y *construir*, la primera incluye los conocimientos léxico o de vocabulario y la capacidad de análisis visual, y conversión de grafema en fonemas, lo que nos ayuda a convenir el significado de las palabras. Y la segunda operación *construir* es la que nos permite, a partir de pequeñas unidades o palabras conformar unidades más complejas, como las ideas expresadas en oraciones o enunciados.

En la segunda operación, el lector debe ser capaz de reconocer qué es lo nuevo⁶ y que es lo dado⁷ en cada proposición y conectarlas entre sí. Por ejemplo;

⁶ Otra parte que contiene elementos nuevos, concepto sinónimo del anterior mencionado y que aborda la temática tratada a lo largo del texto.

⁷ Es la información que ya se sabe o conoce.

La obesidad y la adicción a las drogas son las principales causas de muerte en Chile desde el año 2005. Han afectado tanto a hombres como a mujeres, mayoritariamente a jóvenes desde los 15 hasta los 28 años de edad.

La enfermedad tiene diversas causas y orígenes entre los más comunes son depresión, soledad, problemas y evasión.

La obesidad y la adicción a las drogas sería lo dado, ya que es la información de la que se habla desde un comienzo, y *la enfermedad* sería lo nuevo, que es el nuevo término que se le da a la obesidad y a la adicción a las drogas. “El lector debe ser capaz de establecer una continuidad entre las ideas, identificando un elemento común a todas ellas que permite conectarlas unas con otras” (Sánchez, 1998; 32).

El segundo nivel de operaciones que realiza el lector se clasifica en el nivel de **macroestructura**, aquí el lector debe poder hallar una o más ideas globales del texto, para dar sentido y coherencia a lo leído. Para comprender un texto es necesario construir en nuestra mente dos tipos de relaciones de coherencia entre las ideas: realizar relaciones lineales y elaborar una idea global que integre todos los significados leídos.

La operación que debe realizar el lector en este caso es elaborar una idea global que refleje correctamente el mensaje que emite el texto. Para esto existen tres posibilidades. Primero, “entender que los elementos del texto son parte de una idea más compleja (integración). Se debe pasar de las ideas particulares que presenta el texto a una idea global, entendiendo los elementos del texto como partes de un todo más amplio. Una segunda posibilidad es entender que los elementos del texto son ejemplos de una idea más general (generalización), vale decir que la relación que se establece entre las distintas proposiciones es que todas ellas tienen algo en común, por lo que pueden entenderse como ejemplos de un concepto más general. Y por último, seleccionar lo relevante, lo que no es trivial y redundante (selección). Implica el reconocer que una de las ideas expuestas en el texto puede proporcionar un significado global, sin la necesidad de recurrir a imaginar otra que cumpla la misma función” (Sánchez, 1998; 34). Por ejemplo;

Josefina había llegado tarde a su casa. Su esposo le gritó. La empujó contra la muralla y más encima le pegó una cachetada.

La *macroestructura* es la elaboración de una idea global de todos los hechos relatados anteriormente.

- 1.- Josefina llegó tarde
- 2.- Su esposo le gritó
- 3.- La empujó
- 4.- Y le pegó una cachetada

Macroestructura = Josefina sufre de violencia intrafamiliar.

El tercer nivel es la *superestructura*, las operaciones que debe realizar el lector para lograr la comprensión del texto son: organizar las ideas globales en un esquema coherente concibiendo el texto como una respuesta a un problema, una explicación y una argumentación de una tesis, un contraste o una analogía entre dos o más fenómenos, una descripción, y una secuencia de acontecimientos. Por ejemplo;

Matías comió al desayuno medio kilo de frutillas bañadas en chocolate, luego a la hora del almuerzo su madre le dio pollo asado con papas fritas y de postre helado con galletas. Los amigos de Matías llegaron a su casa y lo invitaron a jugar a la pelota, pero él solo alcanzó a correr 5 minutos y le comenzó a doler el estómago. Matías se enfermó del estómago y estuvo todo el fin de semana en cama.

La superestructura del texto en este caso es su organización causal, donde los antecedentes relatados en el texto en un principio ayudan o facilitan la aparición de las consecuencias, constituye por lo tanto una narración.

Hasta ahora entendemos que “comprender es igual a conectar las ideas del texto entre sí. Primero una a una y, después, globalmente jerarquizándolas e integrándolas en un esquema u organización más o menos definido” (Sánchez, 1998: 70). Sin embargo, el lector aún debe ser capaz de llenar los vacíos que quedan en el texto, y relacionar las ideas del texto con sus conocimientos, a lo largo de toda la lectura. Las operaciones que implica este proceso de comprensión se encuentran en el cuarto nivel: *modelo de la situación*. “El

lector debe autocuestionarse planteando nuevos problemas” (Sánchez, 1998:79). Reflexionar sobre lo que se leyó anteriormente y plantearse nuevos desafíos o interrogantes y así poder ver qué es lo que el texto propone, infiriendo y entrelazando la información del texto con sus conocimientos previos e involucrarse activamente en la lectura.

Los cuatro primeros niveles que se realizan, desarrollan y alcanzan la comprensión, ya que de la primera a la tercera operación corresponde a la comprensión del texto base, luego en la cuarta se realiza el modelo de la situación, el cual nos permite integrar la información del texto con nuestro fondo de conocimiento y tener un mayor manejo de la información tanto como para resolver preguntas sobre este o para dar una explicación de la idea global sin tener la necesidad de parafrasear o repetir.

Como se explicó anteriormente y según los conceptos explicados por Sánchez, *la comprensión es un proceso que se basa en la interacción entre el texto y el lector*, por esto resulta fundamental destacar que este conjunto de operaciones no se desarrollan de forma ascendente o descendente sino que se van dando de forma interactiva al realizar la lectura del texto. Según nuestra mirada, es también una actividad conjunta, la cual debe ser guiada correctamente por el profesor, quien facilitará las herramientas necesarias para producir una comprensión profunda. Hasta que posteriormente el lector llegue a la lectura individual y autónoma, y se transforme en un aprendizaje por sí solo.

Otro autor que da sustento a la idea de que la comprensión es un proceso complejo, que se desarrolla teniendo en cuenta varias etapas, es Pérez Zorrilla (2005). El plantea que la comprensión lectora consta esencialmente de cinco pasos: comprensión literal, reorganización de la información, comprensión inferencial, lectura crítica o juicio valorativo y apreciación lectora.

Como primer nivel sitúa a la *comprensión literal*, donde el lector debe tener la capacidad de reconocer y recordar. Aquí además el lector identifica elementos, reconoce detalles, ideas principales, secundarias, causa-efecto, detalles y rasgos de personajes.

En el segundo nivel de *reorganización de la información*, el estudiante ordena las ideas y la información mediante un proceso de síntesis o clasificación. En este nivel el lector es capaz de: realizar clasificaciones, categorizar, resumir y sintetizar. Estos dos primeros niveles permiten obtener una comprensión global del texto.

El tercer nivel de *comprensión inferencial*, consiste en que el lector debe unir el texto con su experiencia personal, para realizar hipótesis y conjeturas. El lector debe ser capaz de inferir detalles del texto, inducir un significado o una enseñanza, inferir ideas secundarias que ordenen un texto. “este nivel permite la interpretación de un texto” (Pérez, 2005). Es comprender el texto a partir de las relaciones o conjeturas que es capaz de realizar el lector sin necesidad de que toda la información éste explícita.

El cuarto nivel es la *lectura crítica o juicio valorativo*, consiste en que el lector debe realizar juicios en distintos aspectos, tanto de la realidad como de la fantasía e incluso de valores “este nivel permite la reflexión sobre el contenido del texto” (Pérez, 2005). Para poder concretar esta reflexión es necesario que el lector o el estudiante en cuestión entable una relación del texto con su conocimiento previo.

El quinto nivel es el de *apreciación lectora*, donde el lector debe realizar inferencias sobre relaciones lógicas (motivos, causas y posibilidades), inferencias restringidas al texto (relaciones espaciales, ambigüedades léxicas, relaciones): “se hace referencia al impacto psicológico y estético del texto en el lector” (Pérez, 2005). En este nivel se realiza una evaluación crítica y reflexiva sobre lo leído.

Estos cinco niveles que se desarrollan durante el proceso de comprensión lectora se asemejan a las anteriormente tratadas por Sánchez, considerando la comprensión lectora como una “aplicación específica de destrezas de procedimiento y estrategias cognitivas de carácter más general” (Pérez, 2005:122). Las distintas etapas de sus procesos tienen como resultado el logro y desarrollo de las mismas habilidades de orden superior, en donde el

estudiante deberá relacionar el texto con su conocimiento previo, realizar juicios valorativos y hacer una evaluación crítica y reflexiva.

Junto con estas definiciones incorporamos lo que dice el Mapa de Progreso respecto a las habilidades que debe desarrollar el estudiante según el nivel indicado para segundo año medio (Nivel5):

“Lee comprensivamente textos con variadas estructuras convencionales y no convencionales, que abordan temas de diversos ámbitos. Interpreta el sentido global del texto según las posibles perspectivas del emisor o del receptor. Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o la de otros, frente al tema” (Mapa de progreso, 2007: 6).

En la primera parte donde se expone que: *Lee comprensivamente textos con variadas estructuras convencionales y no convencionales, que abordan temas de diversos ámbitos*. Se hace alusión a que el lector debe estar en el nivel de superestructura, debido a la reorganización de la información. Debe ser capaz de construir un sentido global y coherente del texto, comprendiéndolo y sintetizándolo.

Interpreta el sentido global del texto según las posibles perspectivas del emisor o del receptor. En esta segunda parte se alude a que el lector debe estar en el nivel de comprensión inferencial, ya que debe poder realizar una interpretación global y ser capaz de realizar inferencias que ayuden a la comprensión del texto sugerido, uniendo el texto con ideas propias.

Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o la de otros, frente al tema. En la tercera y última parte, el lector se encuentra en el nivel de modelos de la situación o lectura crítica ya que es capaz de evaluarse, y ésta en un nivel profundo de comprensión, se

emplean juicios sobre realidades y fantasías y se forma una relación del conocimiento previo y el texto donde el autor se auto-cuestiona y se plantea posibles problemáticas.

Estas dos posturas anteriormente vistas están en estrecha relación con lo que se considera como procesos adecuados para realizar una comprensión efectiva del texto, según lo que plantea el MINEDUC y según las habilidades a desarrollar que se pretenden abordar en nuestro trabajo. Destacando como habilidades fundamentales a desarrollar el análisis y reflexión de los textos.

Es importante destacar que si bien existen una nomenclatura distinta e incluso un orden diferente en la categorización del proceso de comprensión, lo importante y central de estos dos autores, es el proceso que desarrollan para realizar la comprensión y las habilidades se van dando mediante esta. Es justamente este punto el que utilizaremos para el desarrollo de nuestro proyecto de intervención y lo que se aplicará en la construcción de las sesiones.

En base a los dos autores estudiados y a la explicación del nivel 5 del mapa de progreso, nuestro cuadro de habilidades sería el siguiente:

Sánchez	Pérez	Mapa de progreso N5
<p>Microestructura Desarrolla la habilidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconocer las palabras -Acceder a su significado -Construir proposiciones -Reconocer en estas proposiciones que es lo dado y que es lo nuevo -Conectar las proposiciones entre sí. 	<p>Comprensión literal El lector tiene la capacidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Reconocer y recordar -Identificar elementos -Reconoce detalles, -Reconocer <u>ideas principales, secundarias, causa-efecto, detalles y rasgos de personajes.</u> (elementos pertenecientes a la macroestructura) 	
<p>Macroestructura El lector debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entender y dar sentido a una unidad -Hallar una o más ideas globales del texto -Dar sentido y coherencia a lo leído 	<p>Reorganización de la información El estudiante debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ordenar las ideas y la información -Realizar clasificaciones, categorizar, resumir y sintetizar. -Obtener una comprensión global del texto. 	

<p>-Integrar, generalizar, seleccionar.</p>		
<p>Superestructura El lector debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Organizar las ideas globales en un esquema coherente -Concebir el texto como una respuesta a un problema, una explicación y una argumentación de una tesis -Contrastar o realizar una analogía entre dos o más fenómenos, una descripción, y una secuencia de acontecimientos. 		<p><i>-Lee comprensivamente textos con variadas estructuras convencionales y no convencionales, que abordan temas de diversos ámbitos</i></p>
<p>El modelo de situación El lector debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fundir la información extraída del texto, y lograr retener una representación del mundo o de la situación, no del texto en sí. -Plantearse nuevos problemas, y autocuestionarse - Llenar los vacíos del texto y relacionar las ideas del texto con sus conocimientos a lo largo de toda la lectura. 	<p>Comprensión inferencial El lector debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Unir el texto con su experiencia personal -Realizar hipótesis y conjeturas -Ser capaz de inferir detalles del texto, -Inducir un significado o una enseñanza -Inferir ideas secundarias que ordenen un texto. <p>La lectura crítica o juicio valorativo El lector debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Realizar juicios de la realidad, fantasía y valóricos - Permitir la reflexión del contenido -Entablar una relación del texto con su conocimiento previo. <p>Apreciación lectora El lector debe realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inferencias sobre relaciones lógicas -Inferencias restringidas al texto -Realizar una evaluación crítica y reflexiva sobre lo leído. 	<p><i>-Interpreta el sentido global del texto según las posibles perspectivas del emisor o del receptor</i></p> <p><i>-Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o la de otros, frente al tema.</i></p>

Las primeras etapas que no han sido consideradas por el mapa de progreso (Nivel 5), sí se encuentran presentes en los niveles anteriores (1-4), por lo que se incluyen en esta.

La importancia del cuadro anterior recae en la concordancia que se genera entre las habilidades que se espera que desarrolle el estudiante según el mapa de progreso y los

autores señalados anteriormente, y para generar una idea global de lo que se espera desarrollar en el estudiante en nuestro proyecto.

1.2 Habilidades de pensamiento para la era digital.

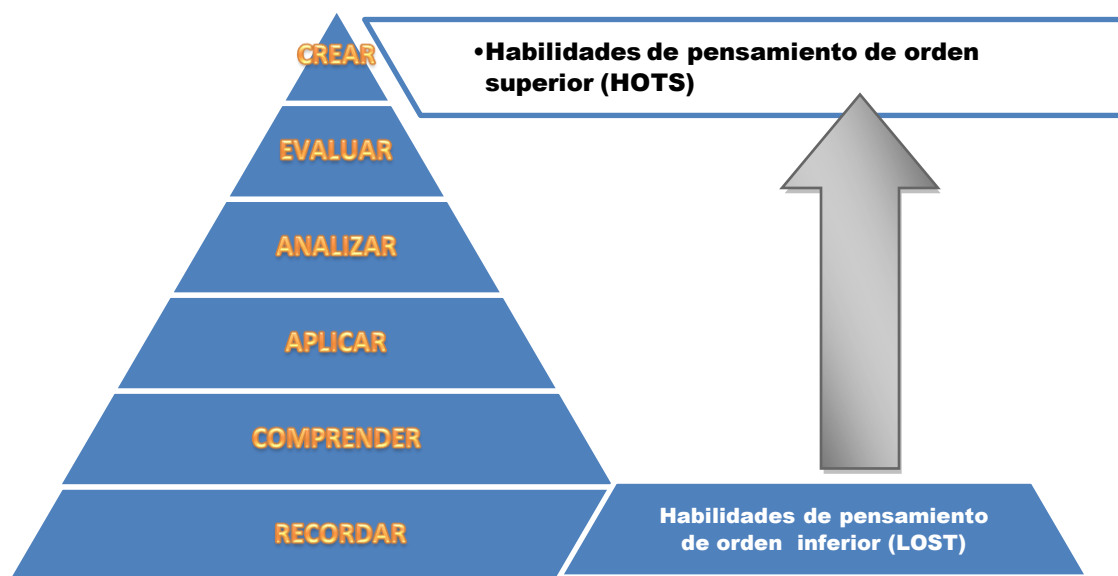
La comprensión lectora es el centro de nuestro trabajo, pero más específicamente la comprensión de los mensajes de la publicidad, para ello creemos necesario analizar “Las habilidades de pensamiento para la era digital” de Andrew Churches, basado en la revisión de la taxonomía de Bloom de Anderson & Krathwohl.

Churches propone seis categorías para las habilidades de pensamiento, estas son (en orden ascendente) recordar, comprender, aplicar, analizar, evaluar y crear.

Esta taxonomía considera los nuevos comportamientos y oportunidades de aprendizaje que aparecen en las Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), y se centran en el dominio cognitivo. “Esta taxonomía para la era digital no se enfoca en las herramientas y en las TIC, pues éstas son apenas los medios. Se enfoca en el uso de todas ellas para *recordar, comprender, aplicar, analizar, evaluar y crear*” (Churches, 2007: 1). Los MCM son solo un medio para el desarrollo de las habilidades del estudiantes, junto a ellas y a la colaboración del docente se podrá lograr una comprensión acabada de sus mensajes, lo que genera el despliegue de un conjunto de habilidades cognitivas que aportarán en el aprendizaje significativo del estudiante y en el desarrollo de sus habilidades de comprensión.

Esta taxonomía se transformó en herramienta fundamental dentro del aula, para estructurar y comprender el proceso de aprendizaje específico del siglo XXI “la era digital” y lo más importante es que sirve como una guía para evaluar el proceso de desarrollo de habilidades del estudiante, y por ende su nivel de comprensión en los textos digitales.

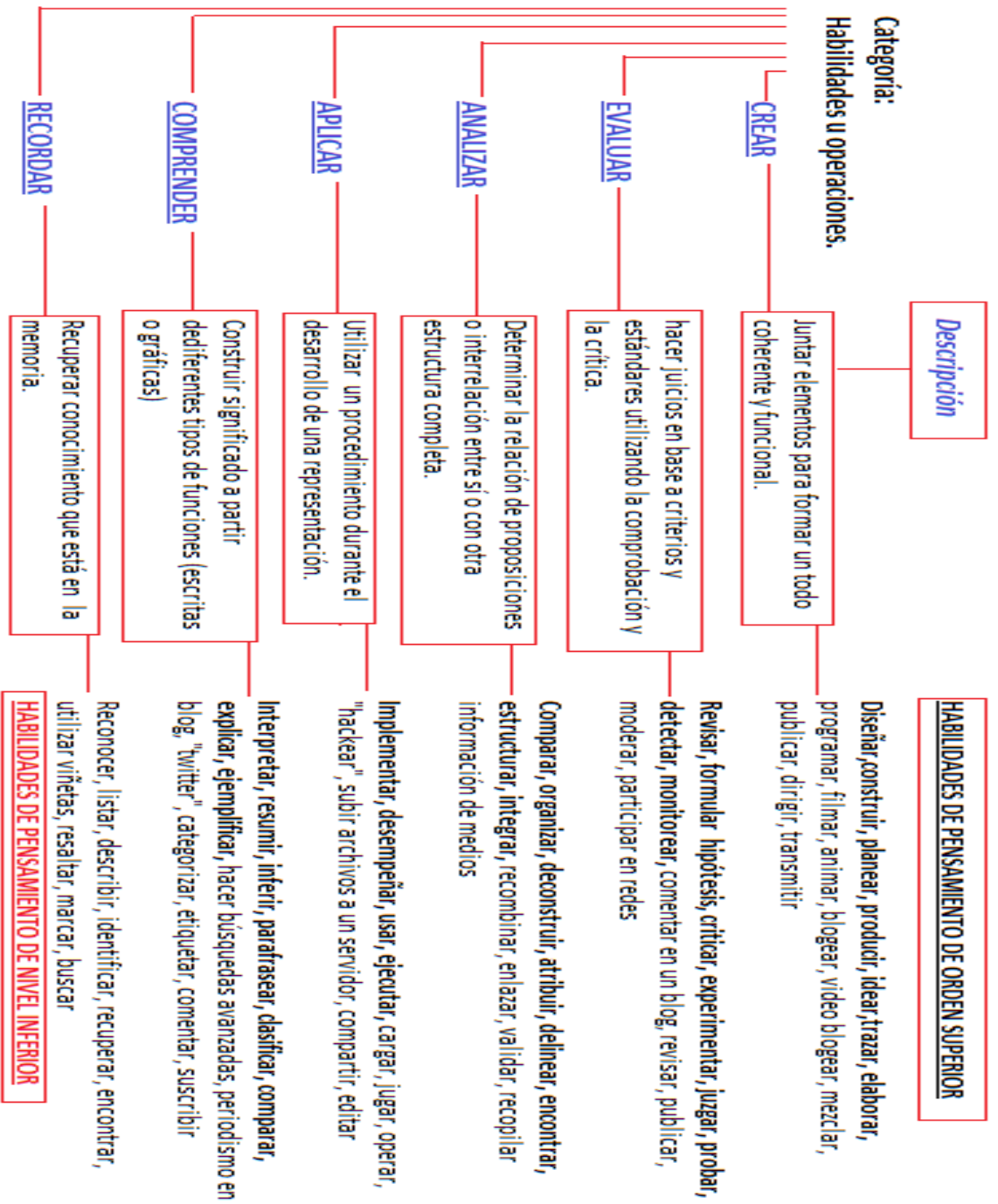
Se muestra a continuación cada una de las categorías⁸ de la taxonomía para la era digital:



Las habilidades mencionadas anteriormente muestran en orden creciente las habilidades de pensamiento que se deben desarrollar durante el proceso de comprensión lectora. A estas se les incorpora en el siguiente mapa una descripción de lo que debe realizar el estudiante en cada categoría, luego se añade cada una de las habilidades [HOTS (habilidades de pensamiento de orden superior) – LOTS (habilidades de pensamiento de orden inferior)] que él desarrolla durante esta etapa.

⁸ <http://www.eduteka.org/TaxonomiaBloomCuadro.php3>
digital Andrew Churches

Mapa de la Taxonomía para la Era Digital⁹



⁹ Andrew Churches – <http://www.Eduteka.org/TaxonomiaBloomDigital.php>

En el esquema anterior se identifican seis categorías, la primera es *recordar*, y aunque es el nivel más bajo, es trascendental para el aprendizaje, ya que es la base para el desarrollo del resto de las habilidades. Esta acción no se debe mirar como una función aislada, ya que al complementarla con otras acciones de mayor requerimiento, se vuelca fundamental. Consiste en “reconocer o traer a la memoria información relevante de la memoria de largo plazo” (Anderson, 2001: 2). Por ejemplo en las noticias, no se podría narrar un hecho noticioso sin recordar el qué paso, cómo paso, a quién le paso, y cuándo.

El *comprender* produce relaciones y un conocimiento, esto ayuda a que el estudiante pueda explicar lo aprendido de una mejor manera sin la necesidad de repetir lo que recién fue leído. Además construye significado a partir de diversas funciones, ya sean escritas (textos lingüísticos) o graficadas (textos multimodales): “Es la habilidad de construir significado a partir de material educativo, como la lectura o las explicaciones docentes” (Anderson, 2001:2). Un claro ejemplo de esto es que el estudiante explique y proporcione detalles para justificar por qué la violencia física y verbal es mala, luego de ver una publicidad o un comercial que trata este tema.

La acción de *aplicar* corresponde a circunstancias donde un material ya estudiado se utiliza en el tratamiento de otros productos, ya sea modelos, presentaciones, entrevistas, etc. “Es la aplicación de un proceso aprendido, ya sea en una situación familiar o en una nueva” (Anderson, 2001: 2). Por ejemplo al aprender las diversas funciones sobre subir información a la internet, o comentar sobre algunos temas, esto se concretaría al aplicar lo aprendido en la creación de un blog, u otra página web que permita interactuar con otros.

Analizar requiere de la utilización de diversos procesos mentales en los que el lector debe diferenciar, organizar, enlazar, entre otros. Para determinar cómo se interrelaciona las distintas informaciones: “Es descomponer el conocimiento en sus partes y pensar en cómo estas se relacionan con su estructura global” (Anderson, 2001:2). Un claro ejemplo es graficar o realizar mapas mentales donde se pueden establecer relaciones entre diversos conceptos, presentes en los mensajes analizados.

El *evaluar* se refiere a realizar juicios en base a ciertos razonamientos y utilizarlos en la comprobación y en la crítica de un tema. Se hace en base a la reflexión, para posteriormente, en base los argumentos establecidos, elaborar una respuesta al tema tratado. Uno de los ejemplos más apropiados es la utilización de un blog, en donde una persona escribe sobre un tema de su preferencia, y otros usuarios de blogs le escriben frente a lo que él puso, argumentando y reflexionando en base al tema planteado (pudiendo estar de acuerdo o no). Mediante esta interacción de opiniones en el blog, se utilizan o despliegan todas las habilidades mencionadas anteriormente.

Y por último la acción de *crear*, cúspide de las habilidades de pensamiento de orden superior (HOTS), es cuando se juntan diversos elementos para formar un todo coherente y funcional, es la conformación de algo nuevo. “Es llevar a cabo tareas creadoras, los aprendices generan, planifican y producen” (Anderson, 2001:2). Un ejemplo de esto pueden ser los videos que se suben a la Web, ya que se editan imágenes, las pueden mezclar con músicas y distintas animaciones.

El desarrollo de esta habilidad es la etapa donde el estudiante concretiza las habilidades anteriormente aprendidas.

Estas seis categorías en las que se agrupan las habilidades de pensamiento, son las necesarias para generar una verdadera comprensión de los MCM, y de todos los medios digitales. Sirve para la evaluación de unidades pedagógicas en las que se utilizan los medios digitales y para realizar una pauta de evaluación jerarquizando las diversas habilidades que utiliza el estudiante, como se realizará en nuestro proyecto de intervención pedagógica.

Estas seis categorías y habilidades de pensamiento LOST y HOTS son capacidades que desarrolla el lector digital durante el proceso de comprensión se vinculan directamente con las habilidades y las categorías propuestas por Sánchez, Pérez, y las que aparecen en el Mapa de Progreso. Todas están en directa correlación con el objetivo de llegar al nivel donde el lector comprende profundamente el texto, siendo capaz de evaluar y comparar su postura con la del resto, realizar juicios y reflexionar sobre lo leído, conectando

conjuntamente las ideas propias y el conocimiento previo para poder formar un todo coherente y funcional.

En el cuadro siguiente se organizan las distintas etapas que se desarrollan durante el proceso de comprensión, que se han explicado según Sánchez, Pérez, Churches Andrew y las habilidades del mapa de progreso:

Sánchez	Pérez	Mapa de progreso	Andrew	
<i>Microestructura</i>	<i>Comprensión literal</i>		<p><i>Recordar</i> El lector debe: -Recuperar, recordar o reconocer conocimiento que está en la memoria.</p> <p><i>Comprender</i> -Producir relaciones y unir conocimientos -Construir significado a partir de diversas funciones (escritas o graficadas).</p>	
<i>Macroestructura</i>	<i>Reorganización de la información</i>		<p><i>Analizar</i> El lector debe: -diferenciar - organizar - enlazar - descomponer el conocimiento en sus partes y pensar en cómo estas se relacionan con su estructura global.</p>	<p><i>Aplicar</i> -Aplicar un proceso aprendido (ya sea en una situación familiar o en una nueva). -Llevar a cabo o utilizar un procedimiento durante el desarrollo de una representación o de una implementación</p>
<i>Superestructura</i>				
<i>El modelo de situación</i>	<i>Comprensión inferencial</i>		<p><i>El evaluar</i> El lector debe:</p>	

	<p><i>La lectura crítica o juicio valorativo</i></p> <p><i>Apreciación lectora</i></p>		<p>-Realizar juicios en base a ciertos razonamientos</p> <p>- utilizarlos sus razonamientos en la comprobación y en la crítica de un tema</p> <p>-basarse en la reflexión, para posteriormente en base los argumentos establecidos elaborar una respuesta al tema tratado</p>
			<p><i>Crear</i></p> <p>El estudiante debe:</p> <p>- juntar diversos elementos para formar un todo coherente y funcional y conformar algo nuevo.</p>

2. LA COMUNICACIÓN EN EL AULA

Se abordará el tema de la comunicación debido su gran significancia, aporte en la interacción y aprendizaje entre docente y educando. Cada vez que dos personas o más interactúan, existe comunicación. Es por esta razón, que la comunicación influye en cuanto a la relación de aprendizaje que se genera entre el estudiante - docente, el estudiante como lector frente al texto y el ambiente para desarrollar la comprensión.

La comunicación es una herramienta elemental y básica, incluso vital para el ser humano, ya que con esta transmite además de mensajes, sus sentimientos y pensamientos, pudiéndose dar a conocer y a entender. “Al explorar el mundo, exploramos la mente y al explorar la mente, exploramos el mundo (...) El conocimiento es un poder en potencia que se convierte en realidad cuando es comunicado y transformado en acción” (Bandler, 1996: 5). A medida que se va hablando respecto de un tema, se va vislumbrando el pensamiento

del estudiante y el mundo que lo rodea, además de sus conocimientos previos, que al analizar un tema se van integrando en esta comunicación. Esta comunicación nos da la herramienta de poder hacer y efectuar acciones, concretizar ideas y convertir o transformar el mundo que nos rodea. Además nos permite aprender, intercambiar conocimientos y crear otros nuevos.

Para especificar qué se entenderá por comunicación, nos basaremos en la definición que otorga Pasquali en “Comprender la comunicación” (2011), donde nos señala que la comunicación es “la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre” (Pasquali, 2011: 51-52). Proponiéndonos al mismo tiempo la inclusión de un *saber compartido* donde trasmisor y receptor son dos focos que comparten una organización y una relación de conocimiento vinculada. Y la *ley de bivalencia* donde todo trasmisor puede ser receptor y viceversa. Esto permite una interacción del conocimiento mucho más fluida e integradora. Agrega con estos nuevos conceptos, una nueva tipología social mediática: con-saber.

Con lo cual nos apoya diciendo que además de ser la comunicación una parte intrínseca del hombre y la base para las relaciones sociales y el entendimiento de esta, lleva a un nuevo nivel la concepción cotidiana de comunicación pasando de un “estar-uno-con-el otro” a un “con-saber”, concepto que permite la interacción y construcción del conocimiento entre el docente y el estudiante. Enfatizando la importancia de la comunicación dialógica como un entendimiento mutuo, y a la vez como base de conocimiento y aprendizaje compartido. Esta idea apoya uno de los objetivos más importantes de nuestro proyecto.

Es fundamental destacar que nuestro principal propósito en la construcción de este proyecto es innovar al realizar un modelo de clases que se funde en la participación activa del estudiante, y en la comunicación dialógica con el docente, y también entre los mismos estudiantes, un ejemplo de esto es la creación del Blog dentro del proyecto. Para lograr con esto construir saberes en base a nuestras experiencias e información nueva. Procurando al

mismo tiempo forjar una correcta comprensión y desarrollo de habilidades. Por esta razón el concepto “con-saber” aúna la relación docente-estudiante con el descubrimiento y construcción de conocimiento. Base imprescindible para un aprendizaje significativo.

Además se integra la teoría de Jean Cloutier (1975), con la propuesta de su término EMIREC (emisor y receptor): “proceso de comunicación debe realizarse de modo que dé a todos la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores” (Cloutier, 1975, citado por Segura Acosta, pág 3). Desde nuestra perspectiva, esta propuesta apoya directamente la teoría anterior de que la comunicación es un “con-saber”, término que no se podría llevar a cabo sin la existencia del EMIREC, entendiéndose por este término quien emite y recibe mensajes.

Ya no se concibe al estudiante como el centro que recibe la información, sino que debe adquirir una posición activa en la construcción de su proceso de enseñanza – aprendizaje. Y como dice el autor “ejercer autonomía, desarrollar pensamiento crítico, adoptar actitudes colaborativas, aplicar conocimiento a situaciones reales y mostrar capacidad de auto evaluación” (Cloutier, 1975: 16). Con este tipo de procedimientos se establece una alta posibilidad de que el estudiante formule sus propios mensajes, por lo que se fortalece la propuesta educativa de desarrollar habilidades mediante la participación activa y reflexiva del estudiante.

También se fomenta el diálogo recíproco entre docente y estudiante y se posibilita el desarrollo de formas superiores de pensamiento. Esto se produce porque el estudiante construye su propio contenido de aprendizaje. Es importante resaltar que en este tipo de metodología el docente debe ser un mediador que entrega elementos a los estudiantes para que comprendan correctamente.

Jean Cloutier se transforma en un teórico fundamental dentro de nuestro trabajo, ya que apoya nuestra tesis de que mediante la conversación dialógica el estudiante desarrolla un mayor número de habilidades, ayudándolo a desarrollar un pensamiento crítico y un análisis certero de la información y por ende un aprendizaje más significativo.

La conversación dialógica crea un ambiente de igualdad dentro del aula, lo que permite que el estudiante pueda construir su conocimiento a través de preguntas, diálogos

con sus compañeros y profesor. Da la posibilidad al estudiante de contra-preguntar y poder dar ejemplos cercanos que estén vinculados a sus experiencias previas, pudiendo comprender significativamente un tema. Además, la comunicación dialógica es el escenario propicio para integrar al estudiante y para que este se transforme en un EMIREC, y se genere en la sala de clases un con-saber.

Por su parte, Mario Kaplún (1998) nos ayuda a sustentar esta idea, diciendo que “para potenciar nuevos emisores hay que ejercitar la capacidad crítica en ellos, lo que implica enseñarles a decodificar cultural e ideológicamente los mensajes para que puedan analizarlos y tomar una postura” (Kaplún, 1998: 64). Es importante destacar que para hacer que los alumnos analicen críticamente no es necesario regir su pensamiento, sino, muy por el contrario, uno como docente debe prestar y facilitar todas las herramientas necesarias para que el estudiante pueda lograrlo por sí solo, con sus propios medios. Dejar que los estudiantes expresen su opinión los ayuda, además de hacerse cargo de una postura en particular respecto de un tema, a argumentar con mayores fundamentos y con más criticidad.

Al ejercitar la capacidad crítica de los estudiantes, se refuerza su postura personal y se fomenta el desarrollo de nuevas habilidades. Lo que ayuda a su desarrollo personal e intelectual. A estos beneficios, se incluye la formación de un aprendizaje mucho más significativo al hacer que el propio estudiante cuestione y analice su trabajo, inclusive permite que él mismo realice una autoevaluación.

El concepto de comunicación se vuelve aún más fundamental cuando lo enfocamos como una habilidad o capacidad, ya que en esta se incluiría el conocimiento de la lengua y la habilidad para usarla, lo que ampliaría su concepto y permitiría definirla como “competencia comunicativa” o capacidad comunicativa de una persona. Según (Hymes Dell, 1984, citado por Tusón, et al 1992, 15), “la adquisición de tal competencia está mediada por la experiencia social, las necesidades y motivaciones, y la acción, que es a la vez una fuente renovada de motivaciones, necesidades y experiencias”.

Desde nuestra perspectiva, el lugar idóneo para el desarrollo o construcción de esta competencia sería la escuela, ya que en ella existen motivaciones, necesidades, experiencia

social y acciones. Pero no se podría cumplir en cualquier escenario, es necesario para esto un lugar que fomente la participación activa para que el estudiante pueda llegar a la acción y desarrolle esta competencia.

La noción de competencia comunicativa incluye más elementos y entiende el objetivo de la enseñanza de la lengua como “el aprendizaje de los procedimientos y estrategias comunicativas que hacen posible tanto la emisión de enunciados adecuados a las intenciones y situaciones de comunicación como la comprensión del significado literal u oculto de los mensajes” (Lomas, 1996: 115). Los objetivos se orientan no tan solo al logro de las capacidades cognitivas o intelectuales sino que contemplan a la vez el desarrollo de capacidades afectivas, de autonomía personal y de inserción social en el estudiante. “Es por eso que los contenidos no tan solo se ven como conceptos, sino también como procedimientos” (Lomas, 1996: 116). Procedimientos que estimulan al desarrollo completo del estudiantes en todas sus áreas, para que este sea un ser autónomo e integral.

Cuando hablamos de formar un ser autónomo e integral, nos referimos específicamente a formar al estudiante como un lector que pueda realizar comprensiones analíticas de los textos. Y que además desarrolle habilidades durante este proceso.

La sala de clases como bien dicen Bandler y Grinder (1996) es un pequeño gran espacio donde se trabaja para desarrollar el ver, el escuchar y el hablar, en un clima abierto de comunicación sostenida en el respeto, cooperación, solidaridad, creatividad, autonomía, justicia y responsabilidad.

Por esta razón, la comunicación que se da dentro del aula puede ser muy diversa, en tanto a los tipos de comunicación y con quien se dialoga, como también puede ser una herramienta que aporte y facilite el aprendizaje de los estudiantes.

El enseñar es una tarea muy complicada debido al recurso central que se trabaja, el intelecto humano y las habilidades de cada persona. “ Además de instruir, la tarea del docente implica asistir, acompañar y estimular el saber, el hacer, el aprender a interactuar con otros, a convivir, a ser” (Bandler y Grinder; 1996).

La sala de clases se debe concebir como “un escenario cooperativo de creación y recepción de textos diversos, en el que a partir del capital comunicativo que los alumnos ya poseen y teniendo en cuenta sus usos comunicativos más habituales, se atiende al desarrollo de las destrezas comprensivas y expresivas del alumnado” (Lomas; 1996). Se debe mantener presente que nuestro principal foco es el desarrollo del estudiante tanto en la forma de comprender los textos, como en el desarrollo de sus habilidades y su desarrollo cognitivo. Por eso es central partir siempre desde los conocimientos previos del estudiante para luego poder desarrollar su capacidad comunicativa.

Una de las formas de lograr con el cumplimiento de nuestro objetivo es utilizar textos publicitarios, para que el estudiante junto a aprender los contenidos tradicionales y tácitos de cada publicidad, impulse la reflexión, el conocimiento de distintos tipos de discurso y los diferentes usos comunicativos, y al desarrollo de las destrezas comprensivas y expresivas que van construyendo la competencia comunicativa de las personas.

Al ser la sala de clases uno de los escenarios de aprendizaje más reconocido, es que se hace fundamental intervenir en la forma de educar, y tratar de orientar estos escenarios a una educación más crítica y analítica frente a los temas que se les presentan a los estudiantes. Se deben “crear escenarios de aprendizajes donde las formas del decir y los modos de hacer de la publicidad merezcan el ojo crítico del alumnado y donde sea posible mostrar otras formas de entender el mundo y otras vías de conocimiento de la realidad” (Lomas, 1996: 111). Se hace necesario cambiar la forma de enseñar que esta instaurada algunos colegios (unidireccional), para que el estudiante sea capaz de reflexionar críticamente sobre los temas y no solo absorba los pensamientos de otros.

Es por ello que la sala de clases se transforma en un espacio donde la comunicación toma un rol fundamental tanto en el proceso de aprendizaje como en el desarrollo de las habilidades de los estudiantes. En el aula se debe generar un diálogo constante y fluido para que se pueda construir un análisis mucho más reflexivo frente a los diversos temas que se nos presentan.

Se utiliza a la publicidad como un ejemplo por ser un foco de comunicación que es capaz de tratar una inmensidad de temas, tanto culturales, de entretenimiento, educativos, y

misceláneos, entre los más conocidos. Con el propósito de lograr una relación mucho más cercana con los estudiantes ya que son temas que tiene relación con sus vidas, les es cercano y existen muchos ejemplo que ellos han visto en su entorno.

Es dentro del aula donde se conforman los distintos tipos de comunicación, primero está la comunicación dialógica, que es la que se construye en el hablar del docente con el estudiante y donde estos se transforman de forma aleatoria en emisor y receptor respectivamente.

Gran parte del rol docente tiene estrecha relación con el proceso de comunicación “para comunicarse de manera efectiva y transmitir conocimientos, es fundamental conocer el estilo del aprendizaje de nuestros interlocutores” (Grinder, 1996). Los estilos de aprendizaje son una mezcla del cómo percibe el estudiante, jerarquiza y procesa toda la información (visual¹⁰, auditivos¹¹, kinestésica¹²). El tener acceso a esta herramienta ayuda a mejorar la relación entre las personas (docente y estudiantes o entre los mismos estudiantes), y también da la posibilidad de poder influir con más facilidad en el entorno (ambiente de la sala de clases y entorno cercano al estudiante). Obteniendo como resultado una comunicación y un aprendizaje mucho más efectivos.

También el estudiante accede a un segundo tipo de comunicación que es la que se genera entre él y el texto. Cada vez que el docente le presenta un texto al estudiante, este último debe generar una comunicación con el texto, teniendo que realizar una comprensión profunda de la información que contiene, para luego poder explicarlo, cuestionarlo, defenderlo o rebatirlo, según sea el caso.

Este tipo de comunicación no se da automáticamente en la interacción entre el estudiante y el texto, también se requiere de la intervención del docente. Este es una ayuda para la comprensión de la información, debe generar preguntas que aclaren y ayuden a construir un conocimiento real y acabado.

¹⁰ Visual: prefieren leer y mirar el material.

¹¹ Auditivos: están más atentos a lo que escuchan y a veces se pierden al tomar nota.

¹² Kinéstesicos: son mejores en actividades manuales y trabajos grupales.

Estos dos tipos de comunicación que se realizan dentro del aula son mecanismos que ayudan a la comprensión de los texto, sin esta idea, según nuestra perspectiva, no se podría generar ningún vínculo ni tampoco un pertinente conocimiento del texto, no se crearía un ambiente de aprendizaje estimulante y propicio para una comprensión profunda. Por lo que la comunicación dentro del aula se transforma en un elemento fundamental e indispensable para el desarrollo de las clases.

2.1 Estrategias para el desarrollo de la lectura

Para poder lograr que el proceso de la comprensión lectora sea efectiva, se propone realizar algunas estrategias que ayuden o fomenten un aprendizaje más significativo. Como primera instancia, es necesario enfocarnos en la forma de trabajo dentro del aula, se necesita impulsar la comunicación dialógica, por lo que el trabajo grupal es mucho más certero para promoverla. Esto se relaciona con el concepto de con-saber y su proceso. La educación no puede darse de manera individual, por lo que se fomentará el trabajo grupal: “El grupo es la célula educativa básica” (Freire, 1969, citado por Kaplun Mario, 1998, 24), ya que en base a esta se genera un intercambio de conocimiento mucho más enriquecido.

En este escenario educativo toma un rol elemental el docente, quién no será el foco central de la clase, sino que su principal labor es facilitar el proceso, estimular y ayudar a que los propios estudiantes avancen. También deberá potenciar la creatividad y los valores comunitarios para que el grupo pueda funcionar de una manera adecuada para el desarrollo del proceso de aprendizaje. El objetivo “es que el sujeto piense, y que ese pensar lo lleve a transformar su realidad” (Kaplún, 1998: 53). Esta estrategia, además de mantener un rol participativo del docente, incluye la promoción de valores comunitarios, como la colaboración para que el trabajo grupal y la participación activa de los estudiantes se puedan cumplir a cabalidad.

Estos dos puntos son importantísimos para poder desarrollar de manera optima las estrategias de comprensión de lectura en un ambiente de aprendizaje propicio.

En cuanto a las estrategias que se incorporan en el proyecto, respecto a cómo se ayudará al estudiante a lograr una comprensión más significativa, se considera la idea de Daniel Cassany (2003), donde propone que se deben realizar actividades de contextualización, activar los conocimientos previos y anticipar lo que se va a comprender, ofreciendo motivos para leer.

Específicamente la idea de Cassny apunta a anticipar los motivos por los cuales se va a leer: “Ofrecer primero una tarea sencilla, más general, para familiarizarse con el escrito y plantear después otra más exigente que requiere releer fragmentos concretos” (Cassany, 2003). Para que de esta forma el estudiante se vaya adentrando a la lectura de forma lenta y familiar, evitando una reacción abrupta que bloquee al estudiante y lo predisponga a no querer realizar la actividad.

Esta estrategia facilita y ayuda a que el estudiante se sienta más familiarizado con la lectura y que el primer nivel se realice de una manera más óptima. Pudiendo formar un reconocimiento y una construcción del significado literal mucho más rápido. Y a medida en que se avanza en el nivel de dificultad de las preguntas que se le realizan al estudiante, este va realizando una relectura del texto, lo que genera un avance en las habilidades que va desarrollando.

Esta estrategia apunta a efectuar un recorrido en la escala o niveles del proceso, comenzando por lo más sencillo, es decir partir por reconocer o recordar, para ir avanzando en la comprensión, análisis y evaluación del texto. En la etapa de relectura se incentiva una comprensión profunda y en la interpretación inferencial de la información por lo que el estudiante sería capaz de ejercer una lectura crítica¹³.

Luego de que el lector realiza este proceso de interacción con el texto, el rol del docente vuelve a tomar preponderancia y puede contribuir a que optimice sus procesos de metacompreensión, al incorporar las estrategias en todo momento de la lectura, antes durante y después, y determinar el propósito de la lectura.

¹³ Revisar tabla de habilidades en página 37 y la pirámide de habilidades de pensamiento de la página 33.

Esto promueve que el estudiante sea consciente del motivo de la lectura y que tenga un propósito desde un inicio, utilizando la planificación antes de empezar el proceso, para luego durante la misma lectura ir supervisando si se comprende correctamente en un nivel profundo, y finalmente evaluar esta lectura al realizar una reflexión o una evaluación crítica sobre lo leído.

Para lograr una enseñanza integradora se utilizará como estrategia la propuesta de Lucia Fraca (2003), cuyo énfasis fundamental se halla en el lograr la integralidad en las diferentes áreas de aprendizaje: “es la pedagogía integradora la que permite un aprendizaje dinámico, globalizador y cíclico, donde las estrategias cognitivas le permiten al alumno comprender sus procesos de reflexión y análisis de un texto específicamente (metacognición, metacompreensión) de una forma responsable, donde él mismo puede comprobar sus avances ya sea en su comprensión de texto o en la producción escrita” (Fraca; 2003).

Las características específicas que incorpora esta estrategia integradora se basa en la utilización de cinco rasgos necesarios para lograr este objetivo, estos son: naturalidad, significativas, motivantes, creativas y dinámicas. Estas características deben estar presentes en la creación de las actividades.

La primera *naturalidad*, consiste en la contención de una intención lingüística de por medio “va orientada a un público que descubre y aprende de sí mismo, mediante la interacción con su realidad, y con su entorno” (Álvarez, 2011: 11). Esta relación es propicia para promover, confrontar las ideas, pensamientos y emociones del estudiante.

Este rasgo se implementará como una estrategia para promover el aprender haciendo, el construir su propio aprendizaje ejerce una mayor significancia en el estudiante y permite una mayor comprensión del tema.

El segundo rasgo *significativa* trata fundamentalmente de atender los intereses de los estudiantes. Será aplicado en la selección de textos publicitarios que se analizarán. Se enfocará especialmente en tres temas cercanos a la vida del estudiante (obesidad, violencia, drogas).

El tercer rasgo *motivante* alude a la participación activa del docente, quien incentiva y emociona al estudiante, alentándolo a lograr el desafío.

Este rasgo propone la utilización de una estrategia que proponga la participación activa del docente durante el proceso de comprensión lectora, ayuda a que el estudiante recorra las diversas categorías para finalmente lograr la comprensión profunda. Concepto que ya ha sido señalado como estrategia a incorporar en nuestro proyecto educativo.

Otro rasgo específico de una estrategia integradora es la *creatividad*, ya que permanentemente se debe fomentar el descubrimiento de nuevas formas de hacer, y el docente lo logra al estar presente en las actividades que realizan los estudiantes, mediando su trabajo, haciéndolos pensar y reflexionar y lo más importante, motivarlos a innovar.

Este rasgo es mucho más complejo ya que el nivel de creación se ubica en la cúspide de las habilidades de orden superior y requiere de una reflexión, tarea culmine en este proceso.

Y por último, el quinto rasgo, *dinámicas*, corresponde a la expresión de las emociones de los estudiantes, “todo es comunicación, todo es lenguaje. Una relación armónica de lo que somos. Eso es la estrategia integradora un todo indisoluble que llamamos lenguaje: hablar y escuchar, leer y escribir” (Álvarez, 2001).

Todos estos rasgos se utilizarán en la realización de actividades del proyecto, ya que al utilizar estos se logrará obtener una enseñanza integradora basada en la comunicación dialógica como herramienta para generar un aprendizaje significativo y se promoverá el desarrollo de habilidades de comprensión en el estudiante.

Para que nuestro proyecto atienda a la diversidad de estudiantes existentes dentro de la sala de clases se utilizará la Programación Neurolingüística (PNL)¹⁴ (Richard Bandler, John Grinder), para generar un aprendizaje efectivo y una comunicación sostenida y significativa.

La PNL es un conjunto de habilidades y técnicas que permiten pensar, comunicar y actuar de manera efectiva en el mundo. Esto quiere decir que se contemplan las distintas formas de aprender que tiene cada estudiante.

La importancia central es que el docente genera estrategias para el estudiante, facilitando la comprensión y el aprendizaje. Con esto, se logra implementar actividades mucho más certeras y atender a la diversidad de estudiantes.

Los estudiantes pueden tener tres preferencias o estilos de aprendizaje: *auditivos*, son quienes prefieren escuchar antes que leer o ver algo, entiende con mayor facilidad la explicación que entrega el docente; *visuales*, aprenden más viendo algo, por ejemplo una película o al leer un material; y *kinestésicos*, son los que aprenden a través de lo que sienten, y son mejores en actividades manuales y en los trabajos grupales.

Al identificar estos estilos el docente tiene una herramienta privilegiada para manejar al curso y tener toda su atención durante las clases. Por lo que la comprensión de la información puede ser adaptada a los requerimientos de cada estudiante.

Esto permite crear distintas actividades para cada grupo de estudiantes según su estilo de aprendizaje o aplicar dentro de una misma clase estos tres elementos para

¹⁴ Programación: implica partir del supuesto de que es posible elegir distintos modos de organizar nuestras ideas y acciones para producir resultados.

Neurológica: toma la idea fundamental de que todo comportamiento proviene de nuestros procesos neurológicos de visión, audición, olfato, gusto, tacto y sentimientos. Tomamos contacto con el mundo por medio de los cinco sentidos. Damos significado a la información y actuamos en consecuencia.

Lingüística: se parte de la idea que el lenguaje ordena nuestros pensamientos y conductas para comunicarnos con los demás.

incentivar la participación de todos los estudiantes y para que la totalidad del curso pueda comprender de manera efectiva.

Esta segunda forma de incorporar o atender a la diversidad de estudiantes es la que se incorporará en nuestro proyecto ya que es coherente con nuestras estrategias anteriormente planteadas para promover una enseñanza integradora, promover la comunicación dialógica y promover el desarrollo de habilidades de comprensión.

Todas estas se deben incorporar de manera sistémica para permitir una lectura dinámica y posibilitadora de aprendizaje de la totalidad del curso. Las estrategias que atienden a la diversidad aportan a que el estudiante se sienta participe de un proceso y ayuda a que la actividad tenga un sentido mucho más cercano para él y su aprendizaje sea más significativo.

3. Los MCM como una herramienta de reflexión

Utilizaremos los MCM como objeto de análisis y reflexión frente a los mensajes que nos entregan, enmarcándonos en la publicidad, porque son los MCM quienes nos dan la posibilidad de comprender la educación como un proceso de interacción colectiva. También son el medio o el canal por el cual se entrega información, lo que permite la comprensión y la reflexión de ciertos temas, formando un estudiante más activo. De acuerdo con José Martínez (2005), (citado por María Velázquez y José Basurto, año 2011, pág 1) “esto le permitirá disfrutar de su posibilidad real de deconstruir y reconstruir los significados de los medios desde su propia identidad y contexto social cultural, pero siempre a partir de una actitud crítica, respecto a las ideologías que suelen estar presente en los medios y desde una conciencia de ser social” (Martinez, 2005).

La reflexión respecto de los mensajes que nos entregan los MCM comienza a generarse en el momento en que introducimos esta herramienta en la sala de clases. Estos se transforman fácilmente en materia de análisis y discusión, los estudiantes toman partido por alguna postura en particular y comienzan a debatir y a reflexionar casi por inercia. Este cambio de escenario dentro del aula transforma el proceso de enseñanza-aprendizaje y ambas partes asumen un rol activo y crítico, en donde los estudiantes guiados por el docente comparten referentes y construyen significados en torno a los propios mensajes de los medios.

Los MCM considerados como nuevas tecnologías han influido en gran medida a forjar la cultura educativa actual, incluso cambió la forma en que conocemos y el para qué se conoce. Ahora toda la información está al alcance de la mano y disponible para todo el mundo, el conocer ya no es una capacidad extraordinaria, todos pueden acceder al conocimiento, lo que toma preponderancia en estos días es el opinar sobre lo que se conoce y los distintos análisis y reflexiones que surgen al respecto. El tema deja de ser lo más importante y la mirada de este se vuelve trascendental.

Martin Wolf (2006), citado por María Velázquez Dorantes y José Antonio Lorence Basurto, año 2011, pág 2) sociólogo y experto en medios de comunicación, dice que nuestra relación con el sistema comunicativo se basa en tres elementos fundamentales: los medios crean una dependencia cognitiva, los medios determinan lo que es realidad y lo que no lo es- la nombrada “agenda de noticias”, que establece lo que existe y lo que no- y, en tercer lugar, los medios de comunicación se convierten en poll takers, es decir, las personas, los grupos, etc., que acaban creando las referencias.

Estos tres puntos se hacen relevantes al momento de explicar el por qué se debe analizar la información que nos entregan los MCM. Esta dependencia que se forma entre los medios y las personas no es al azar, sino que se debe al ritmo rápido de vida que posee la sociedad actual, debido a esta aceleración es que la información debe estar más cerca de la gente y por ende en distintos formatos y a todas horas, por eso es que la información, es de más fácil acceso.

Otro punto destacado es el hecho de que los medios deciden lo que existe y lo que no, por ejemplo, si una noticia o algún suceso no sale en la TV, el diario, radio o internet, nadie en el mundo sabrá de este acontecimiento por lo cual nadie lo difundirá o analizará. No tendrá lugar en el inconsciente colectivo por lo que el hecho en cuestión no importa. Sin embargo, si un hecho mínimo es grandemente difundido, tomará una magnitud mayor a la real. Solo por el hecho de que los medios lo consideran de mayor importancia. Este elemento también se utiliza para suprimir y censurar información, inflando hechos sin importancia para tapar algún gran evento que no se quiere masificar.

Y como último elemento, está la conformación de grupos de personas que crean referencia, o estos ciudadanos reporteros que se dedican a informar, grabando eventos y subiéndolo a la red, o twittiando comentarios respecto a hechos de actualidad. Forman un círculo informativo donde se privilegia la postura personal y la perspectiva innovadora de clasificar un hecho.

Son estos motivos lo que hace imprescindible introducir este micro-mundo en la vida de los estudiantes, para que sea utilizada como una herramienta de reflexión y un motivador de acción y análisis frente a los mensajes de los medios de comunicación. O como dice Ángel Pío González, (citado por María Velázquez y José Basurto, año 2011, pág. 2) “los centros educativos del futuro han de ser un nuevo tipo de instituciones, no solo por los papeles que se le asignen o por el tipo de relación que se establezca, también porque su enseñanza se apoyará en nuevas herramientas”. Las escuelas se deben transformar en un escenario donde las TICS sean un apoyo para el desarrollo de las clases, pero además, se tiene que cuestionar el rol que cumplen dentro de la sociedad, el cómo se utiliza y para qué. Esta herramienta (MCM) se debe utilizar para el desarrollo de las habilidades de los estudiantes, su principal utilidad es fomentar el desarrollo de sus capacidades cognitivas y potenciar un aprendizaje significativo.

3.1 La publicidad

La publicidad es un medio de comunicación que pretende informar pero de un modo persuasivo, su finalidad es convencer a los destinatarios para que actúen de una forma en específico. Tiene un lenguaje particular ya que las imágenes y los textos llaman la atención rápidamente, también utilizan frases breves y sencillas, fácil de memorizar. El texto escrito es persuasivo y pueden incluir rimas, repeticiones u otros recursos estilísticos. Su misión es anunciar un producto o un mensaje e influir en el receptor.

La publicidad ayuda y facilita la capacidad de análisis, incluso incrementa la dificultad al incluir textos multimodales lo que provoca en el lector un mayor desarrollo en las habilidades, lo hace ser un lector más activo y atento.

Los textos multimodales según Williamson (2005) son algo más que solo los textos lingüísticos, incluyen imágenes, objetos 3d, colores, música, gestualidad, entre otros. Son las múltiples formas de expresar un mensaje. “una serie de modos con funciones diferenciadas contribuyen a la construcción de un todo” (pág. 3). Son muchos elementos variados que se unen para la emisión de un mensaje, lo que ayuda e impulsa el desarrollo de

comprensión de un mensaje ya que existen diversas formas de interpretar, variados elementos que analizar. Por lo que se vuelve más completo y atractivo para el estudiante.

La publicidad se divide según el tipo de finalidad perseguida por los anuncios pudiéndose clasificar en: propagandísticos y publicitarios. El primero pretende convencer y aconsejar al receptor para que actúe de una forma determinada. Su finalidad puede ser social, cívica, cultural, deportiva, entre otras. Y la segunda pretende que el receptor consuma o compre un producto determinado. Su finalidad es comercial. Los dos tipos de publicidad se utilizarán en nuestro proyecto de intervención, ya que el tema de la prevención tiene un fin social. Y el consumo de productos tanto en el tema de las drogas y en el de la obesidad tienen una finalidad comercial (temas utilizados en nuestro proyecto de intervención)

Se busca que los estudiantes analicen afiches y videos publicitarios, para ello se tratará que ellos identifiquen el objetivo de la publicidad, que conozcan los principales principios, y que reflexionen sobre su utilidad. Es importante que adquieran el conocimiento básico de estos temas:

Como se mencionó anteriormente, es fundamental dar a conocer cuáles son los **objetivos** de la publicidad, estos son dos según las preferencias del anunciante o las demandas del mercado. Como primera instancia el rol de la publicidad es informar al consumidor sobre los beneficios de un producto o servicio, destacando las diferencias con otras marcas. Y como segundo, se busca utilizar medios psicológicos para incrementar la probabilidad de que el anuncio sea adquirido por el consumidor. Un ejemplo de esto es unir un estado de ánimo con el consumo de un producto creando la ilusión que mediante la compra se llegara a ese estado.

Como segundo conocimiento básico que los estudiantes deben conocer se identifican los **principios** de la publicidad, estos son cuatro, según la teoría AIDA (Charles W. Lamb, et al. "Marketing", citado por Samuel Gómez Patiño, año 2005, pág. 55), que nace como un recurso didáctico en ventas: Atención, Interés, Deseo, Acción. Estas

características son las que se busca al crear un anuncio publicitario. Llamar la atención del consumidor, causar interés por el producto, hacer que él desee tenerlo y luego lograr que lo compre.

Entre los medios publicitarios que podemos encontrar están los medios convencionales, como lo son los anuncios en televisión, spots, patrocinios, microespacios temáticos. Estos medios se utilizan para productos o servicios de amplio consumo. También están los anuncios en radio, o los anuncios en prensa. Medios que apuntan a un público determinado y no tan abundante.

También están los medios alternativos, como lo son los *product placement*, presentación de marcas y productos de manera discreta en programas, series o noticieros. También se encuentran los anuncios en exteriores, que son los que se colocan en transportes públicos, letreros luminosos o vallas. Otra forma de medios alternativos son los anuncios cerrados, que se anuncian en películas o video juegos, y los anuncios en punto de venta que se realizan por medio de displays o muebles que exponen la marca y sitúan el lugar de la venta. Y por último tenemos la publicidad online que se ubican en páginas web, utilizando sitios estratégicos donde resaltan y se puede acceder fácilmente.

Y por último se debe conocer la utilidad de la publicidad ya que esta **promueve** el pensamiento crítico y ayuda al análisis y a la discusión de ciertos temas. Una de las críticas más masificada es la utilización de estereotipos para vender, de esto surge la discriminación o la utilización del género femenino para fomentar las compras denostando su imagen física. También existen desacuerdos sobre la neutralidad en el punto de vista que expresa la publicidad o la exactitud de la información que se entrega. Además de ser acusada por promover al consumismo, tema que aumenta debido a la fuerte utilización de los MCM.

3.2 Publicidad y educación

Lomas nos dice que “educar no es tan solo difundir un determinado tipo de saberes, es también imponer ciertas conductas, guiar la percepción del entorno y construir formas de socialización concretas” (Lomas, 1996: 108). Por esta razón se hace relevante enfatizar que lo realmente importante es desarrollar habilidades en los estudiantes a través de los saberes que se imparten en las instituciones estudiantiles. La concepción sobre lo que es educar que nos presenta Lomas, hace que la comunicación se vuelva un concepto aun más relévate y que además incorpore la inclusión de intercambios comunicativos con otras personas, ya que de este modo se interpreta óptimamente y entienden la realidad, y los significados culturales que los signos encierran.

“En las sociedades contemporáneas la inmensa mayoría de las informaciones orientadas a guiar nuestras percepciones sobre el mundo físico y social en el que habitamos procede de industrias culturales como la televisión o la publicidad, cuyas estratagemas comunicativas, enormemente asimétricas y desiguales, trasmiten a las audiencias una visión (y una versión) del mundo orientada a legitimar formas concretas de entender las vidas de las personas y a justificar las reglas del juego por las que se rige la organización de la sociedad” (Lomas, 1996:109). Esto entablaría una estrecha relación entre lo que es educar y lo que son los medios de comunicación, ya que estos últimos también logran el fin de educar que mostramos anteriormente. Si fuese este el caso, no tan solo se requiere que existan los medios de comunicación masiva, sino que además su utilización sea la correcta y que se empleen de manera adecuada, lo que significa que se deben utilizar para construir saberes y para desarrollar habilidades, conjuntamente se emplea la reflexión y la comprensión adecuada respecto a los mensajes que estos nos entregan, conformando un análisis crítico y una postura firme y argumentada frente al tema.

IV DISEÑO METODOLÓGICO

En consideración del objetivo general y los objetivos específicos planteados, se elaborará una propuesta de intervención didáctica centrada en el desarrollo de habilidades de comprensión de lectura para el nivel de segundo año medio, coherentes con los Objetivos Fundamentales Verticales (OFV) del currículum nacional vigente y los aprendizajes esperados del Programa de Estudio.

Asimismo, se trabajará desde el enfoque pedagógico cognitivo-constructivista y se abordarán los principios de la Evaluación para el Aprendizaje.

Estos elementos se aplicarán directamente con la propuesta de intervención pedagógica y con las actividades de metodología cognitivo-constructivista que se busca realizar. Puesto que las sesiones de clases están destinadas al trabajo en conjunto con los profesores, también se promueve la comunicación dialógica dentro del aula, para que se produzca una mayor participación por parte del educando y así pueda generar un proceso de aprendizaje significativo, a la vez que va re-significando sus contenidos previos para formar un nuevo conocimiento.

Al generar este proceso mental, en donde el estudiante se da cuenta de lo que va aprendiendo, el individuo va a estar en una constante interacción con su entorno, y estaría proporcionándole un conocimiento mucho más rico y atrayente para el educando. Este es un proceso activo de construcción por lo cual debe ser fomentado constantemente, mediante una interacción dinámica entre el docente y el educando.

Congruentemente, se planificará incluyendo actividades metacognitivas, y se incluirán una serie de actividades que permitan al educando descubrir en base a la experiencia su propio avance y nuevo conocimiento.

Específicamente en torno al tema de los MCM, se les enseñarán textos o imágenes según sea el caso, para que ellos interpreten, analicen y cuestionen la información que allí aparece. Se ayudará así a generar su propio proceso de conocimiento.

La propuesta está dirigida a estudiantes de segundo año medio de colegios particulares subvencionados o municipales que tengan dificultades en la comprensión e interpretación de textos, y que tengan un déficit en el análisis crítico de los mensajes de los medios de comunicación.

El tiempo de aplicación de la propuesta es de 24 horas pedagógicas, puesto que se considera que es un tiempo suficiente para comenzar a fomentar y desarrollar de manera integral las habilidades del educando, favoreciendo la formación de un lector activo, capaz de comprender, interpretar y evaluar la diversidad de mensajes de los medios y plantearse de manera reflexiva y crítica frente a ellos.

Para la realización del proyecto se considerarán las siguientes etapas:

1. Determinación de la referencia curricular: Objetivos Fundamentales Verticales, Contenidos Mínimos Obligatorios y aprendizaje esperados.
2. Elaboración de la secuencia didáctica: considerando un criterio de progresión en la complejidad de los aprendizajes.
3. Determinación del corpus de textos que integran las lecturas de la propuesta didáctica.
4. Elaboración de las instrucciones de cada etapa.
5. Revisión general de la propuesta.
6. Corrección y edición de la propuesta.

A modo de conclusión, la propuesta de intervención pedagógica posee las siguientes características:

- Considera la inclusión de los colegios más desfavorecidos dentro de la desigualdad escolar de nuestros días.

- Fomenta el desarrollo de las habilidades en el estudiante.
- Desarrolla una serie de actividades que promueven el análisis crítico, la evaluación, interpretación y comprensión de los mensajes que nos entregan los medios de comunicación masiva.
- Ayuda al mejoramiento de la comprensión general de los textos, formando un lector activo que es capaz de interpretar y reflexionar.
- Identifica las principales falencias de los estudiantes en el sector de lenguaje.
- Fomenta la comunicación dialógica en el aula para generar una enseñanza integradora.

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

ANÁLISIS Y COMPRENSIÓN DE LOS MENSAJES DE LOS MCM

2° AÑO MEDIO

PLANIFICACIÓN GENERAL

Curso: 2 año medio	N° Horas: 24	N° sesiones: 12
Eje central: Comprensión.	Tema del proyecto: comprensión y análisis de los mensajes que entrega la publicidad.	
REFERENCIA CURRICULAR		
Objetivos Fundamentales Verticales (OFV).	Interpretar en los mensajes de los medios de comunicación, los mundos presentados, identificando elementos que los constituyen y valorando las posibles interpretaciones que ellos ofrecen.	
Contenidos Mínimos Obligatorias (CMO).	Reflexión y comentarios sobre la eficacia y el valor de los medios de comunicación en cuanto instrumentos de transmisión y difusión de información, ideas, valores y de presentación de imágenes de mundo, y la formación de una opinión personal.	
Objetivo Fundamental Transversal (OFT).	<ul style="list-style-type: none"> • Respetar y valorar la ideas distintas de las propias (...) reconociendo el diálogo como fuente permanente de humanización. • Capacidad de conocer la realidad. 	
Nivel 5 del Mapa de Progreso de Lectura.	<p>-Lee comprensivamente textos con variadas estructuras convencionales y no convencionales, que abordan temas de diversos ámbitos.</p> <p>-Interpreta el sentido global del texto según las posibles perspectivas del emisor o del receptor.</p> <p>-Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o la de otros, frente al tema.</p>	
Proceso de evaluación.	<p>Evaluación diagnóstica: Se realizará en la primera clase una actividad metacognitiva que ayudará a los estudiantes a comprender los temas y aprendizajes que se abordarán a lo largo del proyecto.</p> <p>Los estudiantes tendrán que analizar textos multimodales, aplicar lo aprendido en algo nuevo, reflexionar sobre los mensajes que entregan algunos MCM como la publicidad, analizar distintas interpretaciones de los mensajes comprendidos, evaluar el trabajo de su compañero.</p> <p>Esta actividad ayudará al docente a diagnosticar el nivel en que se encuentran los estudiantes. Y les servirá a los mismos alumnos para identificar sus falencias y habilidades más desarrolladas.</p>	

Evaluación de proceso:

Se planificaron 12 sesiones que integran actividades que permiten evaluar el avance de los estudiantes y el desarrollo de sus habilidades. También se incorporan actividades de co-evaluación entre los estudiantes, donde utilizarán una tabla de criterios para aportar comentarios al trabajo de su compañero.

Evaluación final:

Esta evaluación se realizará en base al trabajo periódico que realicen los estudiantes en el blog, se evaluará la constancia con la que suben sus trabajos y el tipo de comentarios que realizan sobre los textos expuestos en esta plataforma.

Al final de las doce sesiones el docente deberá basarse en la pauta de criterios para evaluar el trabajo que se subió al blog, paralelamente evaluar el desarrollo y avance en las habilidades del estudiante.

PAUTA DE CRITERIOS

Excelente	Bueno	Suficiente	Básico
Lee comprensivamente textos o mensajes que entregan los MCM (publicidad) con variadas estructuras convencionales y no convencionales	Lee comprensivamente textos o mensajes que entregan los MCM (publicidad) con estructuras convencionales.	Lee comprensivamente algunos textos o mensajes que entregan los MCM (publicidad)	Lee comprendiendo medianamente textos o mensajes que entregan los MCM (publicidad)
Identifica los elementos que constituyen a los MCM y valoran las posibles interpretaciones que ofrecen sus mensajes	Identifica los elementos que constituyen a los MCM y valoran una o dos posibles interpretaciones que pueden ofrecer sus mensajes	Identifica solo algunos de los elementos que constituyen a los MCM y diferencia las posibles interpretaciones que ofrecen sus mensajes	Logra identificar con gran dificultad algunos de los elementos que constituyen a los MCM .
Interpreta el sentido global del texto según las posibles perspectivas del emisor	Interpreta el sentido global del texto e identifica una posible perspectiva del emisor	Interpreta el sentido global del texto	Interpreta solo las ideas principales y secundarias del texto
Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o con la de otros frente al tema. Además reflexiona y comenta sobre la eficacia y el valor de los medios de comunicación	Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o con la de otros frente al tema. Además reflexiona sobre la eficacia de los medios de comunicación	Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o con la de otros frente al tema. Y es capaz de reflexionar sobre una de las características de los MCM.	Evalúa lo leído, y reflexiona medianamente sobre la eficacia de los medios de comunicación

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°1

Sesión 1 Clase metacognitiva	
Objetivo de aprendizaje	Comprender los aprendizajes que se abordaran durante el proyecto
Inicio	Se debe dividir a los estudiantes en dos grupo. Junto al docente, los estudiantes deberán analizar el mensaje que entrega cada una de las imágenes (pertenecientes al género publicitario y noticioso), según la pauta de preguntas que aparecen en el material para el estudiante.
Desarrollo	<p>Posterior a realizar este análisis, cada estudiante tendrá que escoger una imagen de las mostradas anteriormente para crear un texto (de acuerdo los criterios de elaboración explicitados en el material). Su formato deberá corresponder al grupo inicial designado. Y las características de cada escrito corresponderán al conocimiento previo del estudiante.</p> <p>Luego de terminar el texto, los estudiantes intercambiaran sus trabajos con el compañero de banco, para evaluar el trabajo del otro (utilizando la tabla de co-evaluación).</p>
Cierre	<p>Al final de la clase los estudiantes descubrirán las diferencias entre los mensajes que entregan el género publicitario y el noticioso. También identificarán las características básicas de cada género. Y podrán reflexionar sobre las distintas perspectivas que puede tener un emisor sobre un mismo tema.</p> <p>Esta reflexión se realizará mediante la comparación de los trabajos de los estudiantes. El docente deberá realizar un cuadro comparativo en la pizarra, donde anotará las apreciaciones de los estudiantes, respecto los trabajos realizados por sus compañeros.</p> <p>[Pedir a los estudiantes que para la próxima clase traigan un diario o una revista para realizar la actividad]</p>



MATERIAL CLASE N°1

1.- Tu profesor dividirá el curso en dos grupos.

- ✚ Grupo N°1 Imágenes de Afiches publicitarios.
- ✚ Grupo N°2 Imágenes de Noticias.

A apoyados por él, analizarán las imágenes que aparecen en el PPT/ **IMÁGENES SESION 1.pptx**

Pauta para analizar imágenes

Grupo N°1 Imágenes de afiches publicitario



¿Qué mensaje quiere transmitir la imagen?

- ¿Qué personajes aparecen en la imagen?
- ¿Cuáles son los signos específicos que nos hacen comprender el mensaje?



¿Qué efecto crea la imagen de la calavera junto al vino?

- ¿Qué importancia tiene el texto que aparece en la imagen?
- ¿Qué elementos te ayudan a inferir el mensaje? ¿Por qué?



¿Qué sentimientos se ligan a la imagen?

- ¿Cuál es el sentido que se le da al alcohol?
- ¿Cuántas interpretaciones se pueden dar de esta imagen?



¿Cuál es la función de la imagen?

- ¿Qué elementos se destacan en la imagen? ¿por qué?
- ¿Qué elemento tiene mayor importancia: la imagen o el texto? ¿Por qué?

Grupo N°2 Imágenes de Noticia



¿Qué hecho infieres que ocurrió según la imagen?

- ¿Cuáles son los datos concretos que entrega la imagen?
- ¿Con qué sentido se muestra una imagen así dentro de un texto noticioso?



¿Qué importancia tiene la información que aparecen en la imagen?

- ¿Qué mensaje se interpreta solo de la imagen?
- ¿Qué se pretende transmitir al mostrar esta noticia?



¿Qué infieres que le ocurrió al hombre de la imagen?

- ¿Qué elementos de la imagen te facilitan la comprensión del mensaje que se quiere entregar?
- ¿Qué frase agregarías a la imagen para que se comprendiera el mensaje?



¿Qué análisis se puede realizar del texto que aparece en la imagen?

- ¿Cuál es el aporte que realiza la imagen al texto?
- ¿Cuál es la intención del emisor al emitir esta imagen? ¿Se puede inferir la reacción del receptor?

2.- Luego de haber realizado el análisis de los mensajes que nos entregan las imágenes, deberás escoger una de estas. Al momento de escoger piensa en cuál fue la que más impacto provocó en ti, cuál fue el mensaje que mejor entendiste o la imagen más inspiradora.

3.- A partir de la imagen seleccionada, crea un texto donde se exprese el mensaje que fue emitido por la imagen escogida anteriormente.

Pauta para crear texto

Criterios :

1.- El texto no debe exceder de una plana o un pliego de cartulina.

2.- Debe tener un título que se relacione con el mensaje que se comprendió de la imagen

3.- El tema del texto debe estar relacionado con el mensaje que entregó la imagen que

escogiste

4.- El texto debe tener rasgos característicos del grupo designado al principio de la actividad. Sí tu grupo fue el de afiche publicitario, tu texto debe estar escrito según los principales rasgos de este, por ejemplo: describir las cualidades de un producto o promover una idea. En cambio si tu grupo es el género noticioso, tu texto debe estar escrito con estas características, por ejemplo: contar un suceso de manera objetiva.

5.- Debes cuidar la ortografía, puntuación y acentuación

- Ⓢ Escribe o diseña tu texto en el siguiente recuadro, recuerda que si realizas tu texto en una hoja aparte debes guardarlo.



4.- Ahora que terminaste de escribir tu texto, intercámbialo con el de tu compañero da banco y evalúalo según la pauta de co-evaluación.

Pauta de co-evaluación:

Criterios	Comentarios
1.-Tu compañero respeta el máximo de extensión acordado previamente.	
2.- Tu compañero utiliza imágenes u otros materiales que son pertinentes al mensaje interpretado anteriormente.	
3.- El texto de tu compañero se relaciona con el mensaje que emite la imagen	
4.- El texto de tu compañero presenta características del grupo designado (publicidad-noticia)	
5.- Tu compañero presenta una escritura sin errores de ortografía, puntuación, y acentuación.	

5.- Para finalizar la actividad, con la ayuda de tu profesor realizarán un cuadro comparativo en la pizarra, en donde se identificarán las principales diferencias entre los mensajes que entrega el género publicitario y el noticioso, y también reflexionarán sobre las distintas perspectivas que puede tener un emisor sobre un mismo tema (como ocurrió con tus compañeros que escribieron sobre una misma imagen, pero su texto fue distinto).

Completa el siguiente cuadro comparativo:

	Texto publicitario	Texto noticioso
¿Qué privilegia cada texto al momento de hablar sobre un tema?		
¿Cuál es su principal característica?		
¿Cuál es su finalidad?		
¿Qué características tiene el lenguaje que utilizan?		

Al analizar sus mensajes:		
¿Qué elementos destacan más?		
¿Qué efecto se busca lograr en el receptor mediante la emisión de los diversos mensajes?		
¿Qué diferencia existe entre la interpretación de los mensajes de un texto noticioso y los textos publicitarios?		






Acabas de finalizar con éxito la primera clase, exploraste todo lo que realizarás en las próximas clases.

- ✓ Analizaste textos multimodales
- ✓ Aplicaste lo aprendido en la creación de algo nuevo
- ✓ Reflexionaste sobre los mensajes que entregan los Medios de Comunicación de Masas
- ✓ Analizaste las distintas interpretaciones que pueden tener los mensajes.
- ✓ Y evaluaste el trabajo de tu compañero.



PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°2

Sesión 2	
Objetivo de aprendizaje	Identifica los elementos que constituyen a los MCM.
Inicio	<p>Los estudiantes comprenderán cuales son los elementos constituyentes de los MCM, principalmente cuál es su función. Para esto, verán un PPT en donde comprenderán cuál es la influencia, importancia y objetivos de los medios de comunicación masiva.</p> <p>ppt sesion 2.pptx en este ppt aparecerán un par de preguntas que se deberán ir contestando en voz alta con todo el curso.</p>
Desarrollo	<p>Se realizará una actividad de aplicación sobre lo aprendido en el PPT, analizando una noticia o un afiche publicitario seleccionado del diario o revista que tendrá que traer el estudiante.</p> <p>El tema que se analizará será la prevención. Por lo cual el texto o afiche seleccionado tendrá que estar enfocado en ese tema.</p>
Cierre	<p>Se explicará a los estudiantes que la información periodística es uno de los representantes más comunes dentro de los MCM. Por esa razón se mencionarán cuales son los subgéneros periodísticos:</p> <ul style="list-style-type: none">  Informativo  Opinión  Mixto



MATERIAL CLASE N° 2



1. Para aprender más respecto los medios de comunicación masiva, vas a ver a continuación un PPT ppt sesion 2.pptx que trata sobre la función de los MCM, la utilidad de estos, su finalidad y los principales objetivos.
2. Luego de ver el PPT escribe con tus palabras qué es lo más importante de los MCM y que entendiste sobre ellos.

Lo más importante de los MCM es _____

Lo que entendí respecto a la información que entregan los MCM fue _____

3.- Luego de haber visto el PPT y tener mayor conocimiento sobre los MCM, realizarás una actividad de aplicación de lo aprendido.

3.1 Del diario o revista que trajiste de tu casa, selecciona una noticia que se relacione al tema de la prevención.

3.2 Luego, analiza tu material seleccionado contestando las siguientes preguntas:

¿Qué relación tiene el mensaje de tu texto con la prevención?

¿Cuál es la finalidad de tu diario o revista?

¿Cuál es el objetivo principal del texto?

¿Qué mensaje entrega el texto que seleccionaste?

¿Cuáles son los elementos que destaca en la emisión del mensaje?

¿Cuántas interpretaciones posibles mensajes inferiste del material seleccionado? ¿Cuáles?

¿La finalidad de tu texto se cumple, según la interpretación que tú tienes sobre el mensaje?
¿Por qué?

3.- Para finalizar la actividad, se realizará una breve explicación sobre uno de los exponentes más comunes de los MCM “el género periodístico”. Esta información te ayudará a conocer más a fondo el género periodístico.

El género periodístico

Es sabido que los textos expositivos se caracterizan por informar con objetividad, sencillez y claridad. Y que en ellos predomina la función representativa o referencial del lenguaje.

Josefa... este tipo de discurso se desarrolla en los MCM fundamentalmente como información periodística.



Si... y dada la diversidad de canales de divulgación de la información, distinguimos entre el periodismo escrito (diarios, revistas) y el audiovisual (radio, televisión).





Los textos periodísticos se clasifican en tres subgéneros según su finalidad:

- a).- Informativos: noticia, reportaje
- b).- De opinión: editorial, artículos de opinión



Sabías que...

Todos ellos adquieren rasgos particulares según el medio en que se empleen. En general, los medios escritos suelen dar un tratamiento más extenso y profundo a la información. Los medios audiovisuales, enmarcados en la oralidad y los límites de una programación secuenciada y cronológica, suelen tratar los temas en forma sumaria, destacando aspectos como las imágenes del lugar de los hechos, rostro y declaraciones de los entrevistados o personajes que hacen la noticia.

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°3

Sesión 3	
Objetivo de aprendizaje	Leer comprensivamente textos publicitarios.
Inicio	<p>Se debe entablar el tema de la prevención con los estudiantes, qué les pasa a las personas antes de caer en las drogas, ser obeso o violento ¿cuáles son las causas? Para hacer que el estudiante se relacione con el tema a tratar en clases se realizará un sorteo de preguntas que guiarán el tema</p> <p>Luego de establecer el tema se les mostrará a los estudiantes un video sobre un niño obeso que es molestado en el colegio http://www.youtube.com/watch?v=-VPQc4znxVA los estudiantes deberán analizarlo según la pauta de preguntas</p>
Desarrollo	<p>Se trabajará el análisis de los mensajes desde el tema de la prevención enfocándose principalmente en las causas (personales y sociales)</p> <p>Los estudiantes deben identificar las causas anteriormente establecidas en las distintas lecturas que se les entregarán (un texto y una imagen. Ambos tratan el tema de la obesidad).</p> <p>Se trabajará además del análisis de los mensajes, la comprensión de estos y los distintos enfoques que se les pueden dar.</p>
Cierre	<p>Concluirán realizando una reflexión en donde se establecerá cuáles son las principales causas personales y sociales, y como se deben prevenir.</p>



MATERIAL CLASE N°3



Lee el texto que aparece en el recuadro.

LAS CAUSAS PARA CAER EN LA OBESIDAD.

En tu diario vivir y a tus amistades les pasa constantemente que están tentados a hacer cierto tipo de cosas, como por ejemplo al ver TV los comerciales te tratan de convencer que compres ciertos productos o consumas ciertos alimentos. También tus amigos te ofrecen productos que ellos consumen o marcas específicas que quieren compartir contigo, como cigarrillos, remedios, o comidas. Incluso en las teleseries o en algunas películas los actores utilizan marcas específicas que quieren promover.

Al estar rodeado de todas estas marcas y bajo la demanda de mejor oferta, uno se deja llevar sin realizar un cuestionamiento del por qué consumes ciertas cosas. Inclusive más de alguna vez te debe haber ocurrido que compras un determinado producto porque alguien más te dijo que era bueno o mejor que otros, sin antes tú haber probado los demás.

Uno de los principales problemas que se pueden generar al consumir todos los productos que están a tu alcance y que tienen una mayor promoción, es optar por la comida chatarra sin ninguna restricción. Llevando en muchos casos a la persona a subir de peso e inclusive se puede llegar a ser obeso en muy poco tiempo. Ya que estas comidas son adictivas y muy económicas.

Cuando se llega a este punto, en donde ya es demasiado difícil dejar de consumir un producto determinado, o resolver el problema bajando todos los kilos que subiste, te puedes sentir aislado, o incomodo contigo mismo. También puede ocurrir que tu entorno cercano te moleste, juzgue o critique fuertemente. Inclusive la sociedad también te puede marginar o discriminar.

1.- Luego de haber leído el texto anterior, corta estas preguntas y guárdalas en una bolsa para que junto a tus compañeros las sorteen.

¿Cuáles crees tú que son las causas por las que aceptas, compras o utilizas los productos que te ofrece tu entorno?

¿Qué razones personales se tiene para aceptar los productos que impone la TV?

¿Qué razones sociales se tiene para adquirir o consumir estos productos?

¿Qué diferencia existe entre una persona que consume todos los productos ofrecidos y otra que no? ¿Por qué?

¿Qué haces tú frente a las personas que se niegan a consumir productos publicitados?

¿Cuáles son los productos que más se mencionan en la TV?

¿Cuáles son los productos que más utilizan tus amigos o familia?

2.-Posterior al sorteo de preguntas, ve el siguiente video <http://www.youtube.com/watch?v=VPQc4znxVA> que trata sobre la obesidad y como se siente esta persona al ser molestado (duración del video 52 seg.)

2.1 analiza el video con la ayuda de las siguientes preguntas:

¿De qué forma se comportan los compañeros de curso del niño obeso?

¿El entorno social afecta al niño obeso? ¿Por qué?

¿Cómo se siente el niño obeso?

¿Cuáles son los elementos del video que te ayudan a comprender el mensaje?

¿Qué efecto tiene en el receptor este video? ¿se cumple su finalidad?

¿Pueden haber otras interpretaciones del video? ¿cuáles?

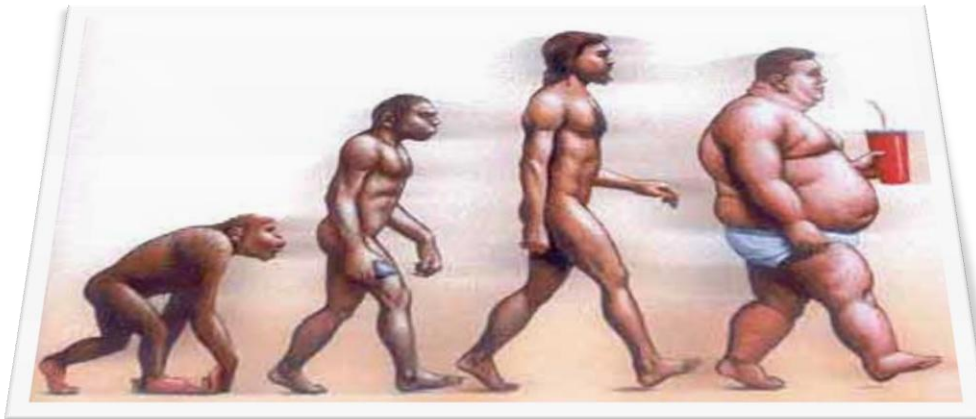
¿Se puede identificar el entorno social que afecta al estudiante? Descríbelo.

¿Cuál es el mensaje que quiere transmitir este video?

Luego de comprender el mensaje que emite el video ¿puedes relacionarlo con algún episodio de tu vida? ¿cuál?



3.- Observa con detenimiento la siguiente imagen.



4. Con la ayuda de tu profesor realiza en la pizarra una lluvia de ideas en base a las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Cuál es el mensaje que transmite?
- 3.- ¿En qué elementos te fijaste para comprender el mensaje?
- 4.- ¿Qué es lo que más te llama la atención? O ¿Qué es lo más impactante que muestra la imagen?
- 5.- ¿Qué rol cumple este afiche publicitario?

5.- Para finalizar la actividad y luego de todo el conocimiento adquirido sobre la obesidad, dialoguen sobre las causas de la obesidad y las soluciones.

1.- Anoten en la pizarra cuales son las causas más importantes que se vieron en clases (basándose en el video y la imagen)

2.- Luego escriban dos posibles formas de prevenir que eso ocurra.



PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°4

Sesión 4	
Objetivo de aprendizaje	Comprender y analizar los mensajes que entregan las campañas publicitarias y comentarlos
Inicio	<p>Se mostrará un video animado de Cartoon que muestra una campaña contra el bullying http://www.youtube.com/watch?v=ndp0I-D5nJY</p> <p>Se analizará el video y se les preguntara sobre los tipos de violencia que conocen para ligar el contenido del video a las experiencias previa del estudiante. Para esto deberán forman grupos de 4 personas para generar una discusión en base a las preguntas que se realizarán.</p>
Desarrollo	<p>Se entregarán dos textos para que los estudiantes lean (permaneciendo en el mismo grupo de 4 personas), en el que deberán identificar el mensaje que entregan, reflexionando sobre los tipos de violencia que se identifican en el texto.</p> <p>Para esto deberán comparar el mensaje que entrega cada texto, según la pauta de preguntas que aparece en el material para el estudiante.</p>
Cierre	<p>Al final de la clase el estudiante debe realizar un listado de situaciones violentas que se identificaron en el texto.</p> <p>Luego de realizar el listado cada grupo deberá argumentar cuál es la situación más violenta y por qué</p>



MATERIAL CLASE N°4



1.- Para comenzar la actividad te mostraremos un video que muestra una promoción realizada por Cartoon sobre el bullying, en donde se grafican distintas situaciones que ocurren en la escuela <http://www.youtube.com/watch?v=ndpOI-D5nJY> (duración del video 2 min. 56 seg.)

1.1. Ahora que ya viste el video formen grupos de cuatro personas y comenten:

- Ⓢ ¿De qué se trataba la campaña de prevención?
- Ⓢ ¿El hecho de que fuera configurada a base de dibujos animados, la hace más cercana a los niños y jóvenes de la escuela? ¿Por qué?
- Ⓢ ¿Qué se infiere de la acción que realiza el niño de lentes?
- Ⓢ ¿Qué postura adoptan los compañeros del niño agredido?
- Ⓢ ¿Existe alguna acción que provoque al niño abusador? ¿Por qué crees que agrede a sus otros compañeros?
- Ⓢ ¿Qué tipos de violencia conocen además de la que se visualizó en el video?

2.- Ahora con la ayuda de tu grupo lean los 2 textos que se presentan a continuación.

Texto n°1

Prevención contra la violencia

La campaña convocada por el organismo "Iniciativa de las Mujeres Nobel" demanda a las autoridades que actúen de inmediato para erradicar la violación y las agresiones de género

CHILPANCINGO, GUERRERO (14/MAY/2012).- Diversas organizaciones defensoras de los derechos humanos en México se sumaron a la campaña internacional para poner fin a la violación y la violencia de género en situaciones de conflicto.

La campaña fue convocada por el organismo denominado "Iniciativa de las Mujeres Nobel".

El grupo defensor de los derechos humanos Tlachinollan dio a conocer que son más de 25 organismos no gubernamentales que se sumaron a la demanda para que las autoridades lleven a cabo acciones concretas e inmediatas para erradicar la violación sexual en los conflictos armados.

Abel Barrera, presidente del grupo Tlachinollan, señaló que los organismos defensores de los derechos humanos acusan de conductas misóginas y racistas por parte de mandos militares y políticos en los conflictos bélicos, solapados por

quienes están encargados de procurar y administrar la justicia.

Ante esta falta de castigo a los responsables de la violencia sexual, sobre todo en contra de las mujeres indígenas, miles de féminas en el mundo decidieron unirse y elevar sus voces de protesta para combatir la opresión, sostenida dijo Abel Barrera por una cultura patriarcal imperante.

La Iniciativa de las Mujeres Nobel fue creada en 2006 por Jody Williams; Shirin Ebadi; Wangari Maathai; Rigoberta Menchú Tum; Betty Williams y Mairead Corrigan Maguire, todas laureadas con dicho premio.

Se creó para promover, resaltar y amplificar la labor tanto de las activistas y las investigadoras que trabajan por los derechos de la mujer, como de las organizaciones que alrededor del mundo combaten las causas fundamentales de la violencia.

Texto N°2

Senadores buscan erradicar violencia de género en los medios



Se pedirá que no se transmitan mensajes que 'degraden o discrimine a las mujeres'.

- Las leyes actuales, los medios de comunicación y los anuncios publicitarios continúan, potenciando la desigualdad entre géneros

El INM podría usar reforma contra publicidad sexista para censurar

CIUDAD DE MÉXICO (08/ABR/2012).- Las Comisiones Unidas de Radio, Televisión y Cinematografía; de Equidad y Género, y de Estudios Legislativos, Primera, del Senado, analizan una iniciativa para prohibir la transmisión de publicidad dañina hacia las mujeres.

Es decir, se pedirá que no se transmitan mensajes que "degraden o discrimine a las mujeres" y las muestre como un estereotipo negativo, en una condición de subordinación o como objeto sexual.

En un comunicado, la senadora del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Claudia Corichi García, detalló que con la reforma, el Instituto Nacional de las Mujeres (INM) podrá solicitar a la Secretaría de Gobernación el cese de este tipo de publicidad.

Corichi García explicó que la iniciativa pretende modificar la Ley Federal de Radio y Televisión, para que la propaganda comercial respete el derecho de la mujer a no ser estereotipada negativamente, ni discriminada.

"La mujer participa cada vez más en la vida económica y política del país, pero su imagen en la publicidad sigue

vinculada a valores o cualidades de carácter físico y su utilización como objeto de consumo", resaltó.

Señaló que las mujeres luchan para erradicar la violencia de género, sin embargo las leyes actuales, los medios de comunicación y los anuncios publicitarios continúan, potenciando la desigualdad entre géneros.

Asimismo consideró que la legislación en la materia no es suficiente para acabar con el "anacrónico sesgo sexista de la publicidad", por lo que las reformas son urgentes.

3.- Después de leer los textos, discutan y contesten las preguntas del cuadro comparativo

Preguntas	Texto N°1	Texto N°2
<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué tipo de violencia se evidencia en el mensaje que entrega el texto?• ¿Cuáles son las situaciones específicas de violencia que se identifican en el texto?• ¿A quién se agrede o violenta según el texto? ¿Por quién?• ¿Qué se hace para solucionar esta agresión según el texto?		

4.- Para finalizar la actividad, con la ayuda de su profesora realicen un listado de situaciones violentas que se identificaron en el transcurso de la clase. Posteriormente con tu grupo escoge la que sea más violenta y argumenten por qué.

Listado de situaciones violentas:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____



La situación más violenta es _____

Porque _____

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°5

Sesión 5	
Objetivo de aprendizaje	Comprende los elementos principales de los textos publicitarios pudiendo criticar y analizar una variedad de mensajes.
Inicio	<p>Se mostrará a los estudiantes un video http://www.youtube.com/watch?v=UavRgh61o9A&feature=related que trata de las consecuencias que puede producir el alcohol, analizándolo en conjunto con el curso.</p> <p>Luego de eso se proyectará un PPT ppt sesión 5.pptx que realiza una síntesis de los principales elementos del género publicitario. Que ayudará al análisis de los texto publicitarios</p>
Desarrollo	<p>Se mostrará a los estudiantes tres afiches publicitarios para que analicen. Deben contestar las preguntas que ayudarán a reflexionar sobre su mensaje, efectos en el receptor y rol dentro de la sociedad.</p> <p>El análisis se realizará en conjunto con el curso para fomentar las diversas interpretaciones.</p>
Cierre	<p>Al final de la clase los estudiantes descubrirán los rasgos característicos que se repiten en los afiches como principal fuente de persuasión y el efecto que causa en los receptores.</p> <p>Para esto realizarán una comparación de los tres afiches y compararán el análisis hecho en la actividad del desarrollo de la clase</p>



MATERIAL CLASE N°5



1.-Para comenzar la actividad te mostraremos un comercial que trata sobre las consecuencias del alcohol y sobre las decisiones a las que uno debe optar.

<http://www.youtube.com/watch?v=UavRgh61o9A&feature=related> (duración del video 26 seg.)

1.1 En voz alta y con la ayuda de tu profesora, escriban en la pizarra la respuesta de las siguientes preguntas sobre el video que viste:

¿Qué mensaje interpretas o reconoces en el video?

¿Qué elementos irónicos identificaste en el video?

¿Qué consecuencias produce el alcohol, según el video ? ¿Cómo lo reconoces?

¿A qué publico se dirige específicamente este mensaje?

¿Qué tipo de relación tiene la voz, con la imagen?

2.- Ahora vas a ver un PPT ppt sesión 5.pptx que te ayudará a realizar un análisis más exhaustivo de los afiches publicitarios y podrás ser más crítico en su interpretación.

2.1- Ya que tienes más herramientas para realizar un análisis de afiches publicitarios, volvamos a intentarlo. Analicemos respondiendo estas preguntas en voz alta en conjunto con el curso:

Afiche N°1

- Ⓢ ¿Qué vez en la imagen explícitamente?
- Ⓢ ¿Qué elementos nos ayudan a inferir que no es una imagen que se apega a la realidad?
- Ⓢ ¿Qué mensaje transmite el pie fumado?



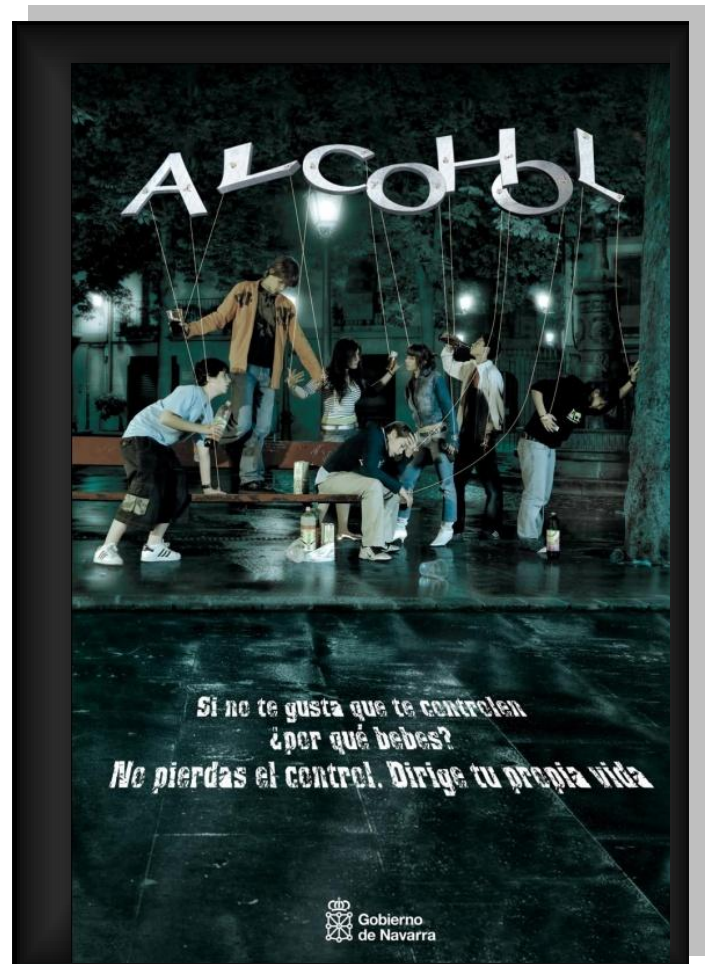
Afiche N°2

- ④ ¿A qué público está dirigido el mensaje?
- ④ ¿Cuál es el objetivo del mensaje?
- ④ ¿Qué función cumple el texto en el afiche?
- ④ ¿A qué apela el afiche o qué se necesita saber para entender el mensaje?



Afiche N°3

- ✚ ¿Cuántos efectos del alcohol muestra la imagen?
- ✚ ¿A qué público va dirigido el mensaje? Justifica
- ✚ ¿Cuántos mensajes entrega el afiche? ¿Cuáles?
- ✚ ¿Cómo responderías la pregunta del afiche?



3.- Para finalizar la actividad compara los afiches anteriores y descubre los rasgos característicos o aquellos elementos que se repiten en los 3 afiches y el propósito que intentan lograr en el receptor, qué es lo que se busca lograr al emitir estos mensajes.

		
<p>Características: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Propósito: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Características: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Propósito: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>Características: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Propósito: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°6

Sesión 6	
Objetivo de aprendizaje	Utilizar los conocimientos de los MCM (publicidad) en la creación de un blog.
Inicio	<p>Para poder explicar la importancia de la comunicación y de la utilización de los MCM, el profesor realizará una actividad basada en la imaginación y en el retroceder del tiempo (la actividad se describe en el material para el estudiante). Con el fin de que los estudiantes descubran la importancia de la comunicación y sus medios.</p>
Desarrollo	<p>Los estudiantes (como curso) deberán crear un blog para subir sus trabajos y lograr que el análisis de los textos y afiches trascienda de la sala de clases, además, dará la oportunidad de argumentar, comentar y reflexionar sobre los trabajos de compañeros.</p> <p>Deberán elegir un nombre, clave de seguridad, roles y tiempos para manejar el material, definir quién será el editor, diseñador, entre otros. Para ello se entregará un instructivo con imágenes sobre los pasos para crear un blog.</p>
Cierre	<p>Los estudiantes deberán ser capaces de argumentar por qué el blog es un MCM y deberán explicar cómo este va a poder representar y exponer dos géneros distintos como, el publicitario y el noticioso.</p> <p>Para realizar esta reflexión se separan en grupos de 10 estudiantes y responderán una pregunta por grupo la cual rotará por los otros grupos para ir completando la respuesta.</p>



MATERIAL CLASE N°6

1.- ¿Has escuchado historias sobre como jugaban tus abuelos o tus padres cuando eran niños?, ¿recuerdas el mundo cuando no existía la TV, internet y celulares?

- Probablemente sabes muy poco de aquella época, por lo mismo, realizaremos una actividad basada en la imaginación.

1.1- Conformar un grupo de seis personas y comiencen a imaginar un mundo sin TV, internet, radio, periódicos, teléfonos, ni ningún otro tipo de medio de comunicación.

- Ⓢ ¿Cómo se entretendrían los niños?
- Ⓢ ¿Cómo estudiarías o realizarías trabajos?
- Ⓢ ¿Cómo hablarías con tus amigos o te pondrías de acuerdo para juntarse?
- Ⓢ ¿Qué pasaría con la gente que vive lejos?

1.2- Luego de pensar en este nuevo mundo, escribe cuál es la importancia de los MCM.

2.- Ahora que estás más consciente de la importancia de los MCM, dividan el curso con la ayuda de tu profesor en cuatro grupos. Cada grupo será un medio de comunicación masiva.

- Ⓢ Grupo N°1: Televisión
- Ⓢ Grupo N°2: Radio
- Ⓢ Grupo N°3: Periódico
- Ⓢ Grupo N°4: Internet

2.1- Cada grupo defenderá su tema y dirá por qué es el mejor o el más importante, y por qué.

Medio de comunicación masiva más importante. _____

Porque: _____

3.-Como los MCM son tan importantes y tan influyentes en nuestras vidas, a continuación te ayudaremos a crear un blog. En este todos tus compañeros subirán sus trabajos, y podrán comentarlos y analizarlos. También te ayudará a aumentara tú capacidad crítica y reflexiva participando activamente frente los mensajes que se emiten.

Instrucciones para crear un blog.

1-Busca la página <http://www.bligoo.com> o <http://www.blogger.com/home>

2 - Te aparecerá este recuadro, donde debes ingresar los datos señalados en pantalla.



3 - Para continuar debes presionar el botón verde. Luego en tu pantalla aparecerá la siguiente ventana. Aquí debes ingresar un correo electrónico, puede ser el del curso o podrían crear uno.



4 – Posteriormente de ingresar el mail y de presionar el botón verde “continuar” que aparece más abajo, tu ventana se verá de la siguiente manera.

Estás creando tu nuevo blog

Crea tu cuenta. Tu blog estará listo en unos minutos

Tu e-mail: tuerkita_17@hotmail.com

Tu nombre

Tu contraseña

Escribe los números que aparecen a continuación (Cambiar)

60603 60603

Haciendo clic en "Estoy de acuerdo", estás aceptando los [términos de uso](#) y las [políticas de privacidad](#) de Bligoo

Estoy de acuerdo. Continuar »

5- Debes ingresar el nombre de tu blog, la contraseña acordada por el curso, escribir el código de seguridad y presionar el botón verde “Estoy de acuerdo. Continuar>>”

Describe tu nuevo blog. Así será más fácil recordarlo

Titulo del blog

Subtítulo o Tagline

Descripción para buscadores (100 caracteres)

Código horario

14:10 - América/Santiago

Continuar »

6- Ahora comenzarás a editar el blog, deben escoger un título, subtítulo, y escribir una breve descripción para que los usuarios encuentren el blog. Presionar siempre el boton verde “Continuar” cuando se quiera avanzar

Escoge un tema y personaliza el diseño de tu blog

Tema

- Minga
- Lemu**
- Wenu

Fondo

- Tablas horizontales**
- Cuadros
- Diagonales
- Floreado
- Modos de fondo

7- Deben seleccionar el tema, el fondo, y más abajo aparecerá imagen central a utilizar. Siempre presionar “continuar”

8- Luego de editar la imagen de tu blog, tendrás que configurar su contenido, señalando quien quieres que vean los comentarios, para ello te aparecerá la siguiente imagen



9- También te preguntarán si quieres tener comentarios en tu blog. Se sugieren que todas las personas pueden comentar, para fomentar la participación y el trabajo grupal.



10- Luego te pedirán escribir sobre ti: por ejemplo pueden escribir sobre el proyecto y sus características. También tendrán que crear categorías para agrupar los trabajos que subirán. Escriban categorías que incluyan todos los trabajos, por ejemplo: AFICHES, CREACIONES NUEVAS, ESCRITOS, ETC.

Escribe sobre tí y cuando visiten tu blog, te conocerán



Crea categorías y mantén tus artículos en orden



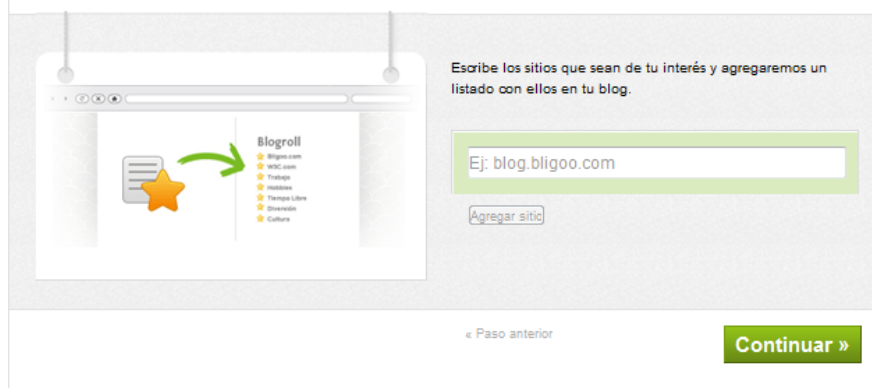
11- Tú página se vera de esta manera:

Crea categorías y mantén tus artículos en orden



12- Luego, tendrás que escribir páginas que sean de tú interés, debes anotar paginas que relacionen al tema del blog.

Crea un blogroll para recomendar tus sitios favoritos



13- Ya casi para terminar, tendrás que seleccionar si deseas mostrar los últimos comentarios y mostrar los artículos más leídos.

4.- Para finalizar la actividad responde con tu grupo las siguientes preguntas:

¿Por qué razones el Blog es un medio de comunicación masiva?

¿Cómo este podrá representar y exponer el género noticioso y publicitario?

Explica cómo se podrán analizar y comprender los distintos textos que se subirán a la plataforma.



Ahora que tienen su propio blog, pueden subir los trabajos de las clases anteriores y entablar discusiones frente a los temas que se tratarón en clases.

Puedes subir:

- 🌀 Los videos
- 🌀 Las imágenes
- 🌀 Las noticias
- 🌀 Tus comentarios
- 🌀 Lo que tu quieras....

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°7

Sesión 7	
Objetivo de aprendizaje	Interpreta el sentido global del texto según las posibles perspectivas del emisor o del receptor.
Inicio	<p>Se mostrará un video al comienzo de la clase, http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=kIPbhdmeM4k&feature=endscreen en torno a las interpretaciones que se den de este video se construirán las posibles perspectivas del emisor o del receptor.</p> <p>Esta actividad motivará la discusión de dos puntos de vista.</p> <p>Pueden subir estos puntos de vistas al blog, para recibir los comentarios de otras personas.</p>
Desarrollo	<p>Se creará un debate con las dos visiones construidas anteriormente a partir del video. Un grupo de receptores deberá defender que el alcohol es malo porque te aleja de tu familia y te quedas solo. Y el otro grupo deberá defender al hombre del video y justificar que por culpa de la mujer tomaba, y por su culpa la golpeaba, que el alcohol solo lo ayudaba a olvidarse de todo eso.</p> <p>El moderador de este debate será el docente</p>
Cierre	<p>Al final de la clase se realizará un cuadro en el pizarrón donde los estudiantes según la experiencia vivida en el análisis de textos multimodales, describirán cuales son los elementos en que el receptor debe fijarse para analizar un mensaje críticamente. Y conversaran sobre cuál es su postura actual frente a los mensajes que reciben.</p>



MATERIAL CLASE N°7

1.- Antes de comenzar la actividad, ve el siguiente video que muestra una campaña contra en alcohol y evidencia todo lo que se puede perder con su consumo.

<http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=kIPbhdmeM4k&feature=endscreen> (duración del video 40 segundos.)

2.- Para ayudarte a analizar el video contesta las siguientes preguntas (pueden hacerlo con la ayuda de tu profesora en la pizarra o puedes contestarla en la misma actividad)

¿Qué mensaje interpretas del video?

¿Qué relación tienen las verduras del refrigerador con la perdida de la familia?

¿Qué Influencia tiene la familia para la vida del hombre?

¿Qué episodios vivió con su familia antes que estos lo dejaran?

¿Cuál es el sentimiento que expresa el hombre del video?

¿Qué otro mensaje es posible interpretar a partir del video?

¿Cuál es la importancia de la voz que aparece en el video?

¿El mensaje que quiso transmitir el emisor es el único que puede interpretar el receptor?
¿Por qué?

Cuadro de respuestas

4 Luego del análisis realizado del video, se realizará un debate en el curso.



Instrucciones:

- 🕒 Dividir el curso en dos grupos
- 🕒 Formar dos círculos en los extremos de la sala
- 🕒 Designar las posturas a cada grupo. Pueden ser las distintas interpretaciones del video en la actividad inicial o escoger las dos posturas determinadas previamente:

1.- Defender que el alcohol es malo justificando que este te aleja de tu familia y te quedas solo.

2.- Defender al hombre del video y justificar que por culpa de la mujer tomaba, y por su culpa la golpeaba, que el alcohol solo lo ayudaba a olvidarse de todo eso.

- 🕒 El moderador será el profesor.

REGLAS DEL DEBATE

- 🕒 Cada grupo tendrá 10 min para ponerse de acuerdo en los argumentos para utilizar contra el otro grupo. Deben basarse en la información entregada por el video.
- 🕒 Tendrán 5 min c/u para exponer por qué el mensaje que entrega cada uno es el correcto.
- 🕒 Luego se realizará la ronda de contra argumentos (5 min c/u)
- 🕒 El moderador elegirá al grupo ganador, en base a quienes argumentaron de mejor forma y reflexionaron frente al mensaje que se emitió en el video.

4.- Para finalizar la actividad se realizará un cuadro en tu pizarra para que describas cuáles son los elementos en los que se debe fijar el receptor para analizar un mensaje (basándote en la experiencia vivida en el análisis de textos multimodales durante las clases)

Elementos en que el receptor debe fijarse para analizar un mensaje críticamente

-
-
-
-

5- Por último, escribe cual es tú postura actual frente al análisis de mensajes. Compártelo con tus compañeros.

¿Cuál es tú postura actual frente al análisis de los mensajes que se entrega en las publicidades y en las noticias? ¿Qué podrías hacer para mejorar?



PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°8

Sesión 8	
Objetivo de aprendizaje	Analizar textos publicitarios y noticiosos con variadas estructuras convencionales y no convencionales.
Inicio	<p>Se les mostrará a los estudiantes dos videos de campañas publicitarias que tratan el tema de las drogas y que emiten el mismo mensaje pero de distintas perspectivas.</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=fu1QVJE2H9s&feature=fvwrel http://www.youtube.com/watch?v=aB9ljr-LpQM</p> <p>Los estudiantes deberán comparar los distintos enfoques del mensaje, y analizar los distintos elementos de cada uno.</p>
Desarrollo	<p>Para realizar la actividad los estudiantes deberán llevar diarios o afiches, tijeras, pegamento. Y formar grupos de 5 personas.</p> <p>Los estudiantes tendrán que recortar varias noticias o afiches (enfocados a cualquier tema). Y analizarlos en grupo.</p> <p>A partir de estos recortes, los estudiantes tendrán que construir una noticia o un afiche nuevo que tenga por tema la prevención de drogas (cigarros, alcohol, otros)</p>
Cierre	<p>Al final de la clase los estudiantes tendrán que exponer sus trabajos a sus compañeros y explicar las distintas partes de sus trabajos, explicar el análisis de esos afiches en su inicio. Y luego explicar el mensaje final que está enfocado a la prevención de drogas.</p> <p>Sus creaciones finales tendrán que ser subidas al blog y deberán comentar los trabajos de sus compañeros.</p>



Material clase N° 8



1.- Para iniciar esta clase te mostraremos 2 videos que tendrás que analizar y comparar.

Video n°1 <http://www.youtube.com/watch?v=fu1QVJE2H9s&feature=fvwrel> (duración del video 1 min. 32 segundos). Es un anuncio en contra de la bebida, droga y maltrato. En este video se muestra las consecuencias, y la influencia que pueden ejercer las personas sobre otros.

Video n°2 <http://www.youtube.com/watch?v=aB9ljr-LpqM> (duración del video 33 segundos). Es una campaña de prevención del consumo de drogas. Expone consecuencias y efectos del consumo de drogas.

Análisis de videos:

¿Específicamente a qué tipo de prevención apunta el video?

¿A qué publico apunta el mensaje? Fundamenta.

¿A qué sentimientos apela el video?

¿Es impactante el video?
¿Por qué?

¿En qué aporta la música al video, o el ruido de fondo?

Video N°1

Video N°2

2.- Luego de haber visto los videos, forma un grupo de cinco personas y busquen los siguientes materiales: Diarios – revistas – tijeras – pegamento – cartulina.

2.1 Luego busquen diversos afiches o imágenes que estén relacionados con el tema de la prevención. E identifiquen el mensaje que entrega.

Para identificar el mensaje, fíjense en:

- Ⓢ Colores utilizados.
- Ⓢ Sentimientos de los personajes.
- Ⓢ Entorno en el que se construye la escena.
- Ⓢ Datos o información que se entregan.
- Ⓢ Elementos u objetos que se destacan.



2.2- Ahora que tienen todo el material preparado, construyan un nuevo afiche.

Requisitos para la construcción de un texto nuevo:

- Ⓢ El tema de tu trabajo debe ser la prevención de drogas. Igual al tema que se analizó en los videos.
- Ⓢ Debes utilizar por lo menos 3 imágenes o afiches distintos.
- Ⓢ Debes discutir la construcción de este texto nuevo con todo el grupo, todos deben trabajar y participar de esta creación.

3.- Después que termines tu trabajo, junto con tu grupo deberán presentarlo frente a su curso. Para esto tendrán que:

1.- Explicar el mensaje que entrega cada uno de los materiales utilizados para la creación de uno nuevo. (mínimo tres)

2.- Explicar cómo construyeron la idea de su trabajo.

3.- Decir quienes trabajaron en cada parte de la construcción de su trabajo.

4.- Por último comentar con sus compañeros el mensaje que entrega su trabajo.

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°9

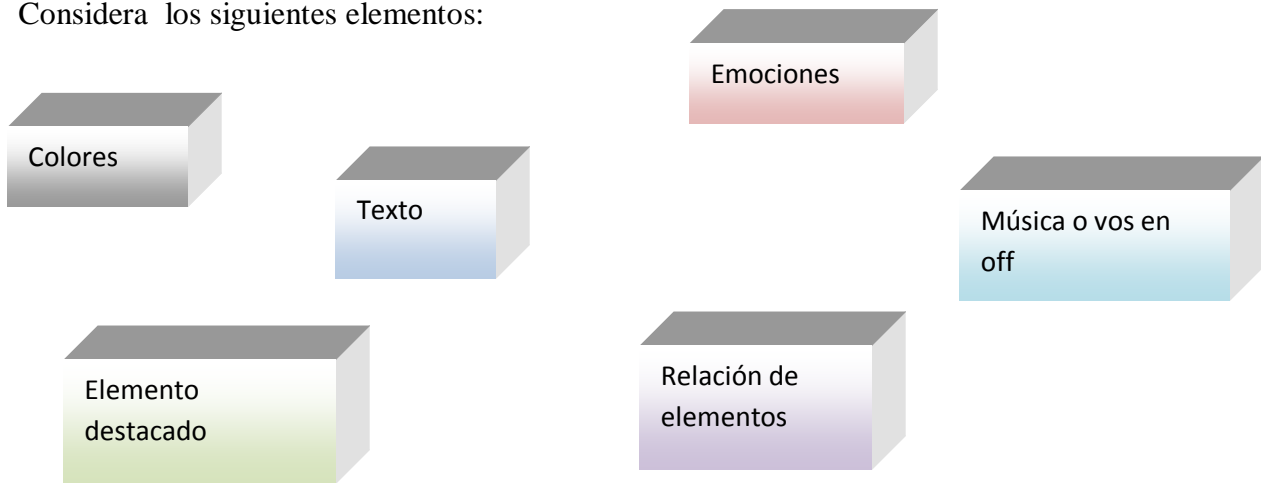
Sesión 9	
Objetivo de aprendizaje	Evalúa lo leído, comparándolo con su postura o la de otros, frente al tema
Inicio	<p>Se les preguntará a los estudiantes cuales son los principales elementos en los que se deben fijar para analizar un afiche publicitario.</p> <p>Los anotaran en la pizarra en un cuadro esquemático.</p>
Desarrollo	<p>Para la actividad, se les mostrará a los estudiantes un conjunto de cartas que tendrán como imagen distintos afiches publicitarios enfocados en el tema de la prevención de la violencia.</p> <p>Los estudiantes deberán agrupar todas las cartas que emite el mismo mensaje.</p> <p>Para esto deberán trabajar en grupos de 5 personas.</p>
Cierre	<p>Al final de la clase, los estudiantes tendrán que exponer los distintos grupos que conformaron y justificar por qué realizaron esa elección y compararla con los otros grupos.</p> <p>Tendrán que subir al blog las distintas agrupaciones de afiches que realizaron y escribir su justificación.</p>



MATERIAL CLASE N°9

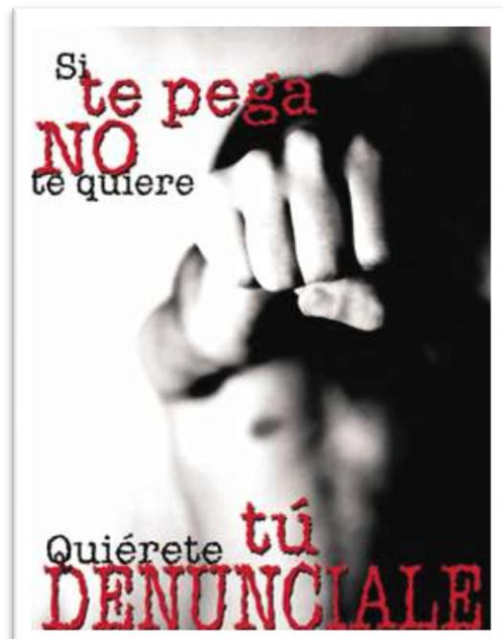
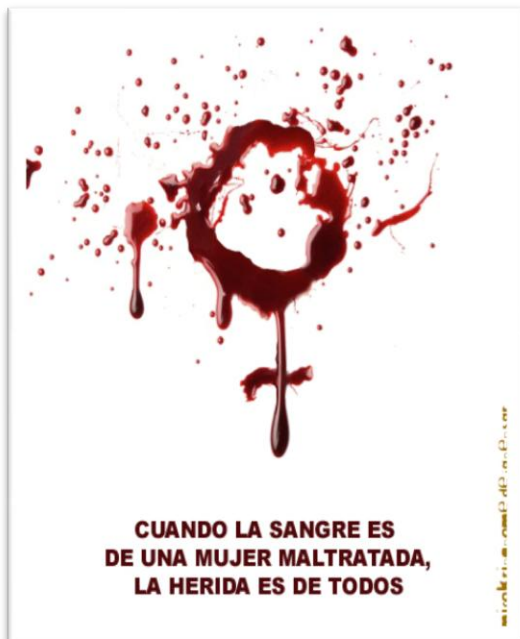
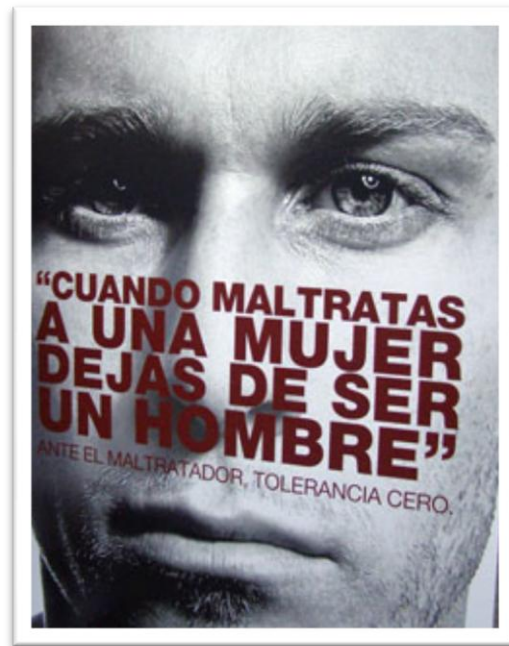
1. Durante las clases anteriores, se trabajó el análisis y reflexión frente a los mensajes que entregan los medios de comunicación. Ahora, realizaras un cuadro que indique cuáles son los principales elementos en los que uno se debe fijar para analizar un afiche publicitario.

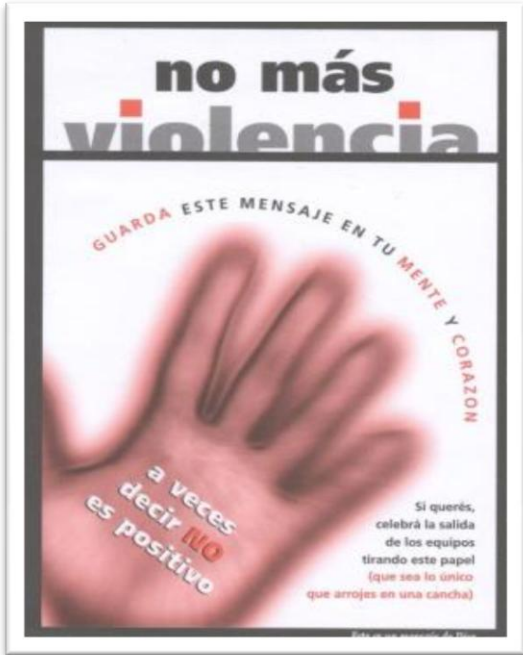
Considera los siguientes elementos:

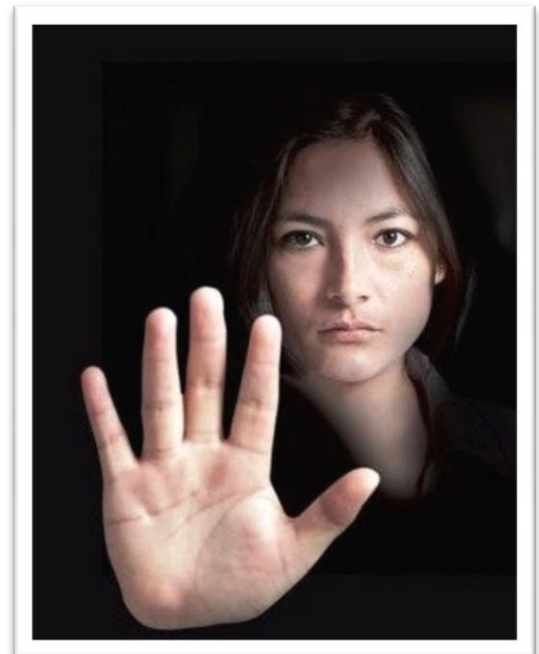
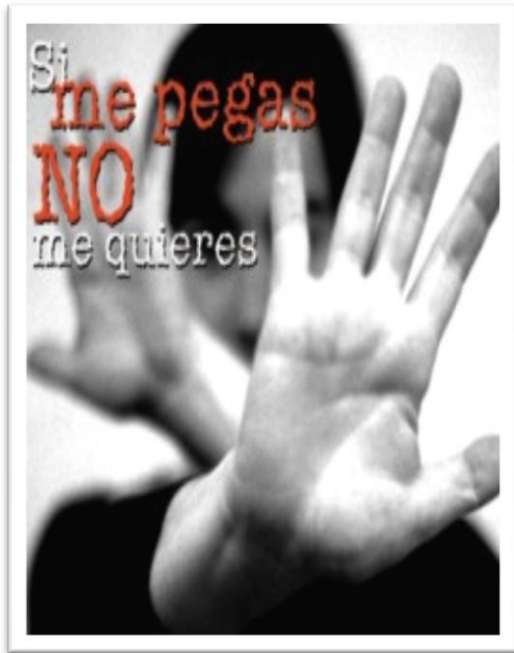


Principales elementos para analizar un afiche	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	
16.	

2.- Recorta las siguientes imágenes como si fuera un juego de cartas. Arma un grupo de cinco personas y junto con tus compañeros agrupa las imágenes que expresan el mismo mensaje. Utiliza la tabla que se realizó al inicio de la clase.









3.- Para finalizar esta actividad tendrás que exponer los distintos grupos que conformaste según los mensajes que emitían las cartas, justificar el por qué se realizó esa agrupación y compararla con los otros grupos de tu curso.

Ejemplo para presentación al final de la clase:

Agrupamos las cartas en _____ grupos distintos.

El primer grupo expresa como mensaje _____

Las imágenes que están dentro de este grupo son _____

_____ porque _____

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°10

Sesión 10	
Objetivo de aprendizaje	Valoran los medios de comunicación y las posibles interpretaciones que ofrecen sus mensajes.
Inicio	Se les mostrará a los estudiantes un afiche publicitario y un video relacionado al tema de la violencia. Ellos deberán analizar su mensaje y reflexionar sobre las posibles interpretaciones que se pueden hacer frente a un mismo tema.
Desarrollo	<p>Los estudiantes deberán hacer una representación (actuada). Utilizarán las distintas interpretaciones que se señalaron en el inicio de la clase.</p> <p>Esta representación debe incluir además el uso de algún medio de comunicación.</p> <p>Deberán grabar sus actuaciones para subir sus trabajos al blog y comentar sobre el tema tratado.</p>
Cierre	<p>Cada grupo al final de su presentación dirá cual es la importancia del medio de comunicación presente en la escena. Sus compañeros deberán identificar cuál es el mensaje que entregaron.</p> <p>(Si no alcanzan a presentarse todos los grupos, deberán presentarse al principio de la próxima clase).</p>



MATERIAL CLASE N°10

1.- Para comenzar la actividad te mostraremos un video y un afiche que tratan el tema de la violencia.

- Video inicial: <http://www.youtube.com/watch?v=FPznm6YP0tM> (Duración del video 41 segundos)

- Afiche inicial:



Preguntas para realizar análisis y reflexión del video y el afiche publicitario.

- ¿Algún tipo de violencia que aparece en el video o en el afiche es justificable?
- ¿Se puede inferir si existe algún culpable en la violencia que se ejerce en el video o en el afiche?
- ¿Es necesario conocer el contexto de la situación para interpretar el mensaje del video y del afiche?
- ¿Qué impacto tiene en la niña las agresiones que ella observa? (video)
- ¿Cuál es el sentimiento que expresa la niña en el video?
- ¿Cuál es el sentimiento que muestra el hombre y la mujer en el afiche?
- ¿Qué mensaje nos entrega el video? ¿En qué elementos te basas para justificar tu afirmación?
- ¿Qué otra interpretación se puede inferir del video?
- ¿Qué se puede interpretar de la imagen del afiche?
- ¿Qué otra interpretación se puede realizar del afiche?
- ¿De qué otra forma se podría emitir el mismo mensaje del video y del afiche?

Indicaciones para realizar la representación:

- ④ Debes escoger una de las diversas interpretaciones que se formaron en el análisis del video y del afiche. (cada grupo escoge una distinta)
- ④ Debes incorporar un MCM como elemento fundamental para el desarrollo de la acción
- ④ La representación debe durar máx. 6 mín.
- ④ Todos los integrantes del grupo deben participar.

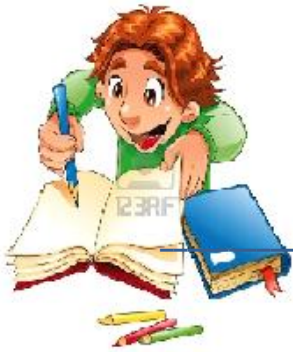
3.- Terminada la presentación, cada grupo dirá cuál es la importancia del medio de comunicación presente en la escena. Sus compañeros deberán identificar cuál es el mensaje que entregaron (para esto, deberás escribir previamente el recuadro)

Importancia del MCM utilizado

El mensaje que entrega la representación escogida es

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°11

Sesión 11	
Objetivo de aprendizaje	Valora la necesidad de ser un lector crítico, frente a los mensajes que presentan distintos modos de interpretación
Inicio	<p>Se les mostrará un video enfocado al tema de la prevención de la violencia. Los estudiantes tendrán que dar su opinión respecto al mensaje que se entrega.</p> <p>Para realizar esta actividad tendrán que conformar grupos de 4 personas.</p>
Desarrollo	<p>Se les mostrará a los estudiantes un texto en base al mismo tema (prevención de la violencia) y se les dará una visión contraria a lo que deberían pensar moral y críticamente.</p> <p>Los estudiantes tendrán que argumentar por qué es errónea la interpretación presentada y justificar cuál es la correcta.</p>
Cierre	<p>Al final de la clase se les pedirá a los estudiantes que realicen una reflexión en torno a la importancia de ser un lector crítico frente a los distintos modos de interpretación que nos presentan. Deberán escribirlo en el recuadro designado.</p> <p>Subirán este cuadro al blog y analizarán los comentarios que aportan otras personas sobre este tema.</p>



MATERIAL CLASE N° 11



1.- Para iniciar la actividad vas a ver un video enfocado al tema de la prevención de la violencia. <http://www.youtube.com/watch?v=h0V3BDiXJ24> (duración del video 42 segundos) Este spot de prevención de la violencia muestra las secuelas de una violencia intrafamiliar.

1.1- Luego de haber visto el video, forma un grupo de cuatro personas y den su opinión respecto al mensaje que se entregó. Fundamenten su respuesta.

¿Qué opinas sobre el mensaje que entrega el video? ¿Por qué?

¿Qué consecuencias se evidencian en el video?

¿Qué pasa con el padre de familia al ver la reacción de los otros?

2.- Ahora deberán leer un texto que trata el mismo tema (prevención de la violencia).

Una niña marroquí de 14 años obligada por un juez a casarse con su violador

- La joven dio a luz a una niña debido al asalto sexual

En el país una polémica ley del Código Penal permite al violador desposar a su víctima y librarse así de la pena de cárcel

RABAT, MARRUECOS (09/MAY/2012).- La familia de una niña marroquí de 14 años en Tánger

(norte de Marruecos) ha denunciado el caso de su hija, forzada por la Justicia a casarse con el hombre que la violó y la dejó embarazada, ahora presa de una profunda depresión.

La familia de la víctima, apoyada por la Asociación "No toques a mi hijo", denuncia que su hija, llamada Safae, fue presionada por un juez marroquí para que accediera a casarse con su violador, en una visita en la que estaban presentes los padres y el abogado del violador, pero sin que estuvieran los padres de la víctima.

La madre de la víctima, que se identificó solo como Zakia, dijo hoy que la historia se remonta a enero de 2011, cuando esta persona secuestró a Safae frente a una asociación donde estudiaba castellano e informática, la violó y la dejó abandonada cerca de su casa.

La familia presentó una denuncia contra el violador en el momento de los hechos, pero la madre afirma haber sufrido presiones por parte de la Fiscalía y un juez de familia para que la niña aceptase casarse con su violador como forma de "salvar su honor".

Safae dio a luz posteriormente a una niña pero nunca ha vivido con su agresor, quien no deja de acosarla hasta haberla llevado a varias tentativas de suicidio, según la madre.

En Marruecos, una polémica ley del Código Penal permite al violador desposar a su víctima y librarse así de la pena de cárcel.

Esta ley ha salido a la luz con el caso de Amina Filali, la menor de 16 años que se suicidó el 10 de marzo en la región de Larache tras ser violada, forzada a casarse con su agresor y maltratada por este último tras el matrimonio.

<http://www.informador.com.mx/internacional/2012/375008/6/una-nina-marroqui-de-14-anos-obligada-por-un-juez-a-casarse-con-su-violador.htm>

2.1- Una de las interpretaciones de este texto es:

Que gracias al código penal, la niña marroquí pudo salvarse de su deshonra de ser madre soltera a los 14 años, y le permitieron casarse con el padre de su hijo. Los padres de él lo apoyaron en la decisión, aunque hubiesen realizado una escapada de amor antes de casarse. Safae se arrepintió de vivir con su marido, pero él intenta incansablemente ver a su hijo y a su mujer.

2.2- ¿Están de acuerdo con la interpretación del texto? ¿Por qué?

PLANIFICACIÓN DE SESIÓN N°12

Sesión 12	
Objetivo de aprendizaje	Crear textos propios a partir del análisis y comprensión de los mensajes que entregan los MCM en textos de variadas estructuras
Inicio	Se les mostrará a los estudiantes un video, http://www.youtube.com/watch?v=MQSsQL_e1Zg un afiche y un texto para que analicen. Los tres centrados en el tema de la obesidad. Deberán comentarlos en voz alta con el curso.
Desarrollo	Los estudiantes deberán escribir un texto a partir de los mensajes que interpretaron y analizaron en cada uno de los textos de variadas estructuras. La creación nueva debe reflejar el mensaje de los tres textos trabajados al inicio de la clase.
Cierre	Al final de la clase se leerán algunos trabajos en voz alta frente al curso y se subirán al blog todas las creaciones, deben comentar los trabajos de sus compañeros (al menos 3 trabajos distintos).



MATERIAL CLASE N° 12

1.-Para comenzar la actividad vas a ver un video sobre la obesidad, deberás analizarlo y reflexionar junto a tus compañeros. Comparte tus comentarios en voz alta con el curso.

Video: http://www.youtube.com/watch?v=MQSsQL_e1Zg (duración del video 38 segundos) Este video muestra una escena animada para prevenir la obesidad mostrando sus consecuencias.

Pauta de análisis:

¿Qué ocurre con Jerry dentro del refrigerador?

¿Cuál es la consecuencia de sus actos? Según el video.

¿Qué problemas se evidencian en el video?

¿Qué importancia tiene la frase que se utiliza en el video?

1.1 A continuación te mostramos un afiche publicitario que tiene relación con el video anteriormente visto. Analicen los datos que se entregan.



Preguntas para analizar el afiche de obesidad

¿Cuáles son las consecuencias de la obesidad que aparecen en el afiche?

¿Cuáles son las causas de la obesidad según el afiche?

¿Qué muestra la imagen del hombre sentado en el afiche?

¿Cómo se puede prevenir la obesidad según el afiche?

1.2 Ahora, deberás leer un texto sobre la obesidad que te ayudará a complementar tu información y te ayudará a reflexionar sobre los mensajes que entregan los MCM.

FUNDACIÓN BANMÉDICA Y LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE FIRMAN CONVENIO PARA LA ELABORACIÓN DEL “INDICE ALIMÉNTATE SANO”

Fundación Banmédica y la pontificia Universidad Católica de Chile, a través del Centro de Nutrición molecular y Enfermedades Crónicas, firmaron un importante convenio para el desarrollo del “Índice Aliméntate Sano”, iniciativa que permitirá a las personas mejorar la calidad de su alimentación, y prevenir enfermedades cardiovasculares.

Este nuevo proyecto se enmarcó dentro del programa de trabajo de Fundación Banmédica orientado a desarrollar iniciativas para mejorar la salud de la población.

El objetivo de esta pionera herramienta es generar conciencia en la población y combatir los problemas de salud derivados de la mala alimentación, comparándolo con un modelo de alimentación saludable y de esa forma prevenir el desarrollo de enfermedades, constituyéndose así en una herramienta de educación sobre alimentación, estilos de vida y prevención de enfermedades crónicas.

El mercurio, 2008

Pauta de análisis texto

¿Qué dato nuevo entrega el texto sobre la obesidad?

¿Qué elemento destaca el texto sobre la prevención de la obesidad?

¿Qué es lo que quiere informar el texto?

2.- Después de haber visto el tema de la obesidad en tres formatos distintos y desde diversas perspectivas, deberás crear un texto en base al análisis realizado anteriormente.

La creación nueva debe reflejar el mensaje que emitieron los tres textos vistos al inicio de clases. Y debes utilizar la pauta de elaboración del texto que se muestra a continuación:

Pauta de elaboración del texto.

Debe estar basado en el tema de la prevención de la obesidad y atender al mensaje de cada texto analizado en clases.

Debe ser una creación completamente nueva, sin copiar partes textuales o párrafos anteriores.

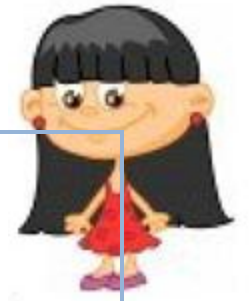
Las imágenes deben ser creaciones propias, no se deben utilizar las del afiche o del video.

El trabajo de creación se realiza con tu compañero de banco. (no más de 2 personas)

Una plana de extensión como máximo.

El objetivo del texto es mostrar el análisis y comprensión que se realizó de los textos anteriormente vistos.

Crea tu texto,



A large, empty rectangular box with a thin blue border, intended for writing a text.

3.- Ahora que ya terminaste de escribir tu texto, deberás leerlo frente a tus compañeros de curso, y luego subir al blog.

3.1 - Para evaluar el trabajo de tu compañero fíjate si siguió los criterios de la pauta de elaboración o utiliza la siguiente pauta.

Pauta de evaluación para el trabajo de tu compañero.	Comentarios:
1-El trabajo de tu compañero está basado en el tema de la prevención de la obesidad.	
2-El trabajo de tu compañero refleja el mensaje analizado al principio de la clase.	
3-Tu compañero realizó una creación completamente nueva, sin copiar partes textuales o párrafos del texto.	
4-Las imágenes que utiliza tu compañero son creaciones propias, y no se asemejan a las trabajadas en clases.	
5-Tu compañero respeta el máximo de extensión acordado.	

PAUTA DE EVALUACIÓN FINAL PARA EL DOCENTE

<u>Excelente</u>	<u>Bueno</u>	<u>Suficiente</u>	<u>Insuficiente</u>
Constancia y cumplimiento de las actividades			
El estudiante realiza y sube al blog todos los trabajos realizados en el proyecto de intervención y además comenta los trabajos de sus compañeros	El estudiante realiza todos sus trabajos pero no sube la totalidad de ellos. Igualmente comenta los trabajos de sus compañeros	El estudiante no realiza todos los trabajos acordados y tampoco los sube al blog. No realiza comentarios de todas las actividades sobre los trabajos de sus compañeros.	El estudiante no es constante en la realización de sus trabajos ni los sube al blog. NO realiza comentarios sobre los demás trabajos.
El estudiante participa activamente tanto de la creación del blog como en el mejoramiento de este, además aporta con elementos fuera de los vistos en clase para compartir con sus compañeros.	El estudiante participa activamente de las actividades del blog y cumple a cabalidad con las instrucciones que se solicitan en clases.	El estudiante deja que sus compañeros se hagan cargo de realizar las tareas de la construcción del blog, pero propone buenas ideas y está al tanto de las modificaciones que se realizan.	El estudiante no participa de la creación del blog, y deja que sus compañeros cumplan con todas las indicaciones.
Trabajos personales			
El estudiante presenta una superación en los trabajos que realiza, se vuelve más crítico y analítico.	El estudiante logra crear trabajos de buen nivel pero se nota un crecimiento notorio en el desarrollo de sus trabajos.	El estudiante presenta trabajos de con algunas deficiencias pero se empeña en mejorar y logra mejorar sus trabajos.	El estudiante presenta trabajos de un nivel muy básico y no existe una preocupación por mejorarlos.
El estudiante es capaz de aceptar de	El estudiante acepta y agradece los	El estudiante no es capaz de entender	Al estudiante no le importan los

buena manera los comentarios que realizan sus otros compañeros sobre su trabajo y a partir de ellos mejorarlos.	comentarios de sus otros compañeros, los entiende pero no los logra aplicar en la mejora de sus trabajos.	los comentarios de sus compañeros, de igual forma se esmera en mejorar su trabajo.	comentarios de sus compañeros ni tampoco mejorar su trabajo. Se conforma solo con entregarlo.
---	---	--	---

Co-evaluación, argumentación y análisis

El estudiante realiza comentarios constructivos a sus compañeros y se da el tiempo de explicarlo y ayudar.	El estudiante realiza comentarios que aportan a mejorar el trabajo de sus compañeros.	El estudiante solo entrega comentarios poco específicos sobre el trabajo de sus compañeros.	El estudiante no siempre entrega comentarios acordes con el trabajo de su compañero y estos no impulsan la mejora de ellos.
El estudiante es capaz de comprender los comentarios de sus otros compañeros y analizarlos. Presenta su punto de vista y lo defiende con argumentos sólidos.	El estudiante comprende a cabalidad los comentarios de sus otros compañeros. Es capaz de presentar un punto de vista diferente al de sus otros compañeros.	El estudiante logra comprender los comentarios de sus otros compañeros pero no demuestra un punto de vista firme.	El estudiante solo comprende los comentarios de sus compañeros pero no realiza ningún aporte a ellos.

Conclusiones

Lo que se expuso en esta propuesta de intervención pedagógica es una de las posibles soluciones que se pueden aplicar en las aulas para mejorar la comprensión lectora, crear un lector autónomo, crítico y analítico. E incluso mejorar el ambiente dentro de la sala de clases, la relación del docente con los estudiantes y hacer que la participación de estos últimos sea más activa al generar una discusión que fomente el dialogo entre los mismos.

En este proyecto se trabajó considerando los OFV del curriculum nacional vigente y los aprendizajes esperados del Programa de Estudio. La metodología utilizada se centró siempre en que el estudiante aprendiera y descubriera por sí mismo y mediante la interacción con sus compañeros y el docente. Todas las actividades realizadas fomentan el desarrollo de las habilidades en el estudiante, promueve el análisis crítico, la evaluación, interpretación y comprensión de los mensajes que entregan los MCM. Al mismo tiempo forman un lector activo que es capaz de interpretar y reflexionar.

Hemos elaborado una secuencia didáctica que contempla un cuerpo teórico que apoya y sustenta la idea de que la comunicación es un parte imprescindible de un aprendizaje significativo, y que es una de las herramientas básicas para mejorar la comprensión lectora en los estudiantes.

Precisamente, a lo largo de toda nuestra propuesta de intervención se incorpora el trabajo grupal, la ayuda del docente y el permanente cuestionamiento y análisis entre el lector y el texto.

En todo momento se promueve que los estudiantes se sientan cercanos a la lectura, ya sea por la utilización de estrategias como la activación del conocimiento previo al emplear preguntas, videos o situaciones hipotéticas. O en el caso de utilizar material entretenido y llamativo para ellos. Las actividades están pensadas en el desarrollo de habilidades en el estudiante, son una guía para que él pueda ser un lector autónomo y crítico. Las preguntas guían a la reflexión, al debate, el análisis e inferencia de todos los temas que se presentan. Y el formato en que se presenta la información ayuda a reafirmar el

lazo existente entre la inmersión de los jóvenes en los medios de comunicación masiva y de cómo esta se transforma en una herramienta para mejorar la comprensión e impulsar el desarrollo de las habilidades en el estudiante.

El proceso de actividades que se genera a lo largo de las sesiones no finaliza con la elaboración de un trabajo en específico, sino que se confecciona un proyecto de creación de un blog en la mitad del proyecto, permitiendo que los estudiantes puedan articular todos sus trabajos en un gran trabajo de la unidad y paralelamente desarrollen sus habilidades, aumenten su capacidad crítica, mejoren la comprensión lectora, aprendan a debatir y a analizar, entre muchas otras posibilidades. Las ventajas de generar un micro proyecto de evaluación son que se puede ver el avance de cada uno de los estudiantes, evaluar la participación de este a lo largo de todas las sesiones, se pueden identificar sus principales habilidades y permite inclusive mejorar de manera personalizada las deficiencias de ellos.

Las proyecciones de esta unidad pedagógica tienen directa relación con la creación de este micro proyecto (blog), se hace de este recurso una fuente ilimitada de utilidades, esto quiere decir que la creación de este blog también deja la posibilidad de incorporar nuevas unidades y evaluarlos bajo este mismo formato, o utilizarlo como una herramienta parcial dentro de otras temáticas y así infinitamente reutilizar los recursos ya aplicados, pudiendo realizar cambios en la complejidad de las preguntas o cambiar los temas que se presentaron. Por otra parte, al proponer la inclusión de los MCM dentro del aula como una herramienta para el aprendizaje, reconoce un quiebre en el modo de enseñanza actual y se impulsa la aplicación de estrategias innovadoras.

Se considera además como elemento de proyección las estrategias que se implementaron en nuestra propuesta de intervención pedagógica, ya que se basaron en varios elementos, destacando la comunicación dialógica y las actividades grupales. Estas también pueden ser aplicables en todo tipo de aprendizaje, no se limitan solo al campo utilizado en nuestra propuesta, es por ello que se transforma en un modelo que impulsa el desarrollo del estudiante y fomenta el progreso de sus habilidades. Conjuntamente se abordaron temas cercanos a los alumnos para lograr captar el interés de todos ellos y hacer del aprendizaje un proceso más dinámico y didáctico, por lo cual, facilita la participación

activa y genera opiniones más reflexivas y analíticas. Esta estrategia también puede ser aplicable a otras temáticas al igual que el trabajo que se desarrollo con el blog.

Para que nuestra propuesta de intervención se convierta en una herramienta aplicable en el aula, es necesario complementar este tipo de proyectos con una cambio en el modo de enseñanza actual de los medios de comunicación masiva, se deben incorporar todas las herramientas tecnológicas que ayuden y fomenten el desarrollo de habilidades en el estudiante y también incluir lecturas utilizando diferentes formatos para impulsar el hábito lector y la comprensión de textos variados.

Se hace completamente necesario ligar esta propuesta didáctica con la constante actualización por parte del docente, para crear un escenario comunicativo idóneo para la aplicación de estas nuevas herramientas, y crear con ello un proceso comunicativo pleno y centrado en el aprendizaje del estudiante.

En conclusión este proyecto contiene estrategias para fomentar el desarrollo de habilidades en el estudiante, mejorar la comprensión lectora mediante el análisis de los mensajes de los medios de comunicación masiva y promover una lectura crítica y reflexiva. Se presenta un proyecto que da cuenta de las innovaciones pedagógicas, de la inclusión de las TIC, y de la importancia que tiene los intereses del estudiante. Se propusieron estrategias lúdicas y diferentes que motivan e impulsan al estudiante a querer aprender y conocer, labor primordial del docente según nuestra perspectiva. Ya que hace mucho tiempo que el docente dejó de ser aquella persona que posee el contenido y se transformó en aquella persona que forma y transforma al estudiante. Los lugares para obtener la información son infinitos, pero la forma de enseñarlos sigue siendo y será por siempre el rol del profesor.

Bibliografía

- Álvarez (2011) “Prácticas Educativas. Desarrollo de la lectura mediante estrategias integradoras” Revista electrónica “Actualidades investigativas en educación”
- Anderson y Krathwohl (2001) “Revisión de la taxonomía de Bloom”
www.eduteka.org/TaxonomiaBloomCuadro.php3
- Bandler Richard y Grinder Jonh(1996) “La estructura de la magia”. Ed. Cuatro Vientos.
- Cassany Daniel (2003) “Tras las líneas” Ed. Anagrama. Barcelona
- Cloutier Jean (1975) “EMIREC, la comunicación audio-scripto-visual y la telematiática” Ed. Cresalc. Caracas
- Churches Andrew (2007) “taxonomía para la era digital”
www.eduteca.org/TaxonomiaBloomDigital.php
- Freire (1970) “El curriculum oculto de las nuevas tecnologías” Revista electrónica Razón y palabra.
- Gómez Patiño Samuel (2005) “La promoción” Facultad de Contaduría y Administración Mercadotecnia II.
- Kaplún Mario (1998) “Una pedagogía de la comunicación” Ed. De la torre, Madrid.
- Lomas Carlos (1996) “El espectáculo del deseo”. Ed. Octaedro, España.
- Martínez José (2005) “La educación para los medios” Revista Nuestra Aldea, Quito, Ecuador. www.nuestraaldea.com/index.htm
- Masterman Len (1993) “La enseñanza de los medios de comunicación” Ed. De la torre. Madrid
- Meek Margaret (2004) “En torno a la cultura escrita” Ed. España.
- MINEDUC (2007) Fundamentos, lenguaje y comunicación.
- MINEDUC (2009) Fundamentos del ajuste curricular, lenguaje y comunicación.
- MINEDUC (2011) Programas de estudio 1º y 2º año medio.
- MINEDUC (2011) Mapa de Progreso.
- Pasquali Antonio (1986) “Comunicación y cultura de masas” Monte Avila, 1ºed. Caracas
- Pérez Zorrilla María Jesús (2005) “Evaluación de la comprensión lectora: dificultades y limitaciones” Revista de educación, núm. Extraordinario
- Programa de Apropiación Curricular (2003) “Publicidad y educación” Universidad de Chile Facultad de Filosofía y Humanidades Departamento de Literatura.
- Salar Olmedo Silvia (2011) “Comprender la comunicación de Antonio Pasquali” Primera revista electrónica en América Latina especializada en comunicación. www.razonypalabra.org.mx
- Sánchez Miguel Emilio (1998) “Comprensión y redacción de textos” Ed. Edebé. Barcelona.

- Segura Acosta Sonia Esperanza “Modelo Comunicativo de la Educación a Distancia Apoyada en las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente-CUAO, Cali-Colombia”. Sistema de educación virtual- SEV
- Tusón Amparo, Osoro Andrés, Carlos Lomas (1996) “Ciencias del lenguaje, competencia comunicativa y enseñanza de la lengua”. Signos Teoría y Práctica de la Educación, numero 7- pág 27/53.
- Velázquez Dorantes María y José Antonio Lorence Basurto “Los medios de comunicación masiva y el aprendizaje”
- Williamson Rodney (2005) “¿A qué le llamamos discurso en una perspectiva multimodal? Los desafíos de una nueva semiótica”
molnirivas.googlepages.com/Williamson_Discursomultimodal.pdf