



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE EDUCACIÓN**

**TEMA:**

**Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en  
estudiantes de Educación General Básica, subnivel Superior, a través de ejercicios  
de lectura crítica de textos publicitarios.**

**AUTOR:**

**Franco González, Luis Antonio**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**TUTOR:**

**Mgs. Pow Chon Long Moreno, Jaime Martín**

**Guayaquil, Ecuador**

**16 de septiembre del 2022**



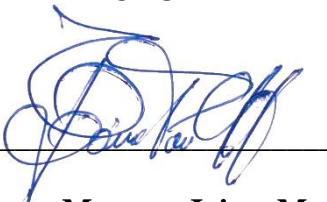
UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE EDUCACIÓN**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Franco González, Luis Antonio, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciado en Ciencias de la Educación**.

**TUTOR**

f. 

**Pow Chon Long Moreno, Jaime Martín, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Lic. Blakman Briones, Yadira Alexandra, Mgs.**

**Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE EDUCACIÓN**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Franco González, Luis Antonio**

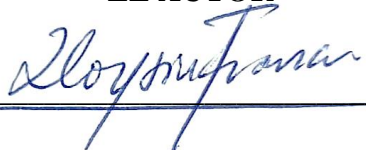
**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica, subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios**, previo a la obtención del Título de **Licenciado en Ciencias de la Educación**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR**

f. 

**Franco González, Luis Antonio**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE EDUCACIÓN**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Franco González, Luis Antonio**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica, subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 16 días del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR:**

f. 

**Franco González, Luis Antonio**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

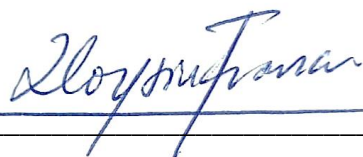
## REPORTE DE URKUND

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:** Franco González, Luis Antonio

**FECHA DEL REPORTE:** 12 de septiembre del 2022

**TÍTULO:** Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica, subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios

Original <small>by Turnitin</small>	
Document Information	
Analyzed document	FRANCO-TESIS URKUND 12 SEPT.docx (D143965790)
Submitted	9/12/2022 9:57:00 PM
Submitted by	Jaime Martin Pow Chon Long Moreno
Submitter email	moreno.pow@cu.ucsg.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	moreno.pow.ucsg@analysis.orkund.com

f. 

**Franco González, Luis Antonio**

ESTUDIANTE

f. 

**Mgs. Jaime Pow Chon Long Moreno**

TUTOR

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco profundamente a mis padres, Antonia González y Luis Franco Balón, por ser esa luz que viene acompañándome y motivándome.

A la Ing. Sharon Plúas Altamirano, por ser el apoyo inmensurable e incesante, por estar siempre.

De manera especial, al Lic. Jaime Pow Chon Long, mi docente y tutor, por estar siempre predispuesto a guiarme en este proceso. Mil gracias.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a Flor Balón Vera y a Luis Franco G., sé que en algún lugar del universo se ríen de esta que es su victoria.

Para Ana Rita, Dominga Seré y María Regla, toda la felicidad de esta etapa y de las venideras.

A Luis Octavio Franco Moreno, por ser siempre, mi alegría.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE EDUCACIÓN**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Mgs. Jaime Martín Pow Chon Long Moreno,**

**TUTOR**





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE EDUCACIÓN**

**CALIFICACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Mgs. Jaime Martín Pow Chon Long Moreno,**

**TUTOR**

## ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS .....	VI
DEDICATORIA .....	VII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	VIII
CALIFICACIÓN .....	IX
RESUMEN .....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	2
Capítulo 1.....	4
El Problema.....	4
Planteamiento Del Problema .....	4
Preguntas De Investigación .....	8
Pregunta Principal .....	8
Preguntas Secundarias.....	8
Justificación .....	9
Objetivos .....	10
Objetivo General .....	10
Objetivos Específicos.....	10
Capítulo 2.....	12
La Metodología.....	12
Capítulo 3.....	15
La Fundamentación Teórica.....	15
Las Habilidades Comunicativas Orales .....	15

El Ejercicio Argumentativo En El Desarrollo Del Pensamiento Crítico De Los Estudiantes .	17
Los Textos Publicitarios Como Instrumentos Didácticos En El Salón De Clases .....	18
Capítulo 4.....	21
Análisis De Resultados.....	21
Planificación Del Docente Para El Trabajo En Clases.....	23
Observación De La Clase .....	24
Valoración De La Observación De La Clase .....	25
Capítulo 5.....	26
La Propuesta De Intervención .....	26
El Contexto .....	26
Metodología De Intervención De La Propuesta.....	27
Guía De Actividades Y Recursos .....	31
Planificaciones por destrezas.....	31
Evaluación De La Propuesta .....	38
Conclusiones .....	40
Recomendaciones.....	42
Bibliografía .....	43
ANEXOS .....	45

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Sistematización N°1</i> .....	21
Tabla 2. <i>Sistematización N°2</i> .....	22

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

PLANIFICACIÓN MODELO N°1 .....	32
PLANIFICACIÓN MODELO N°2 .....	34
PLANIFICACIÓN MODELO N°3 .....	36

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. <i>Formato de entrevista a docente</i> .....	46
ANEXO 2. <i>Rúbrica 1 de observación</i> .....	47
ANEXO 3. <i>Rúbrica 2 de observación</i> .....	48

## RESUMEN

Las habilidades comunicativas orales siempre han estado presentes en la cotidianidad del individuo, tanto como la argumentación y ejercicio del desarrollo del pensamiento crítico en la lectura analítica y grupal. Este trabajo propone detallar dos metodologías: la Acción Participativa, que constituye un conocimiento colectivo desde las particularidades del individuo, respetándolo y desarrollando su intervención en el discurso oral dentro del aula, pero con temas de carácter universal; y, la de Investigación-Acción que responden práctica y conscientemente a un caso determinado sugiriendo desde la oralidad nuevas propuestas encaminadas a resolver tintes que se generan en el discurso gráfico y escrito. Para este fin se ha trabajado con textos de la vida cotidiana garantizando el uso de los recursos cotidianos y textos fáciles de obtener en cualquier instancia. La propuesta genera ciertos elementos cuestionadores que el docente debe de encaminar a fin de desarrollar espacios donde las habilidades comunicativas orales puedan ejercerse de forma fluida y sin pretensiones. El enfoque está basado en la resolución de casos de interés actual que conecta al estudiante a otras áreas del conocimiento, así como el rescate de valores y el interés por el cambio sociocultural que pueda proponer desde sus conclusiones.

***Palabras Claves:*** educación, publicidad, didáctica, argumentación, oralidad, comunicación oral

## **ABSTRACT**

Oral communication skills have always been present in the individual's daily life, as well as the argumentation and exercise of the development of critical thinking in analytical and group reading. This work proposes to detail two methodologies: Participatory Action, which constitutes a collective knowledge from the particularities of the individual, respecting it, and developing its intervention in the oral discourse within the classroom, but with themes of a universal nature. The Research-Action responds practically and consciously to a specific case, suggesting from the orality new proposals aimed to resolving hints generated in graphic and written discourse. For this purpose, we have worked with texts from everyday life, guaranteeing the use of everyday resources and texts that are easy to obtain at any time. The proposal generates certain questioning elements that the teacher must direct to develop spaces where oral communication skills can be exercised in a fluent and unpretentious way. The approach is based on the resolution of cases of contemporary interest that connects the students to other areas of knowledge, as well as the rescue of values and interest in the socio-cultural change that they can propose from their conclusions.

**Key Words:** education, advertising, didactics, argumentation, orality, oral communication.

## INTRODUCCIÓN

Las habilidades comunicativas orales es un tema que siempre está dentro de las competencias de los docentes de Lengua y Literatura y que su responsabilidad se pretende relegarla a esa área del conocimiento. Ciertamente es que, detrás de esa premisa, no está de más decir que es una de las macrodestrezas que están enfocadas en el área de Lengua y Literatura, pero que es una de las habilidades humanas que deben enfatizar todos los docentes en las otras áreas del conocimiento.

Como es una herramienta social, esta debe de apoyarse en los diferentes aspectos que la hacen no un mero hecho oral sino comunicativo. Entiéndase que la comunicación es un mensaje, respuesta incesante que, no culmina, trasciende. Por eso, su enfoque no solo es un discurso preparado como un resumen o un episodio repetitivo del conocimiento, sino que funciona como un recurso que permita el crecimiento, desarrollo y fortalecimiento del pensamiento crítico del estudiante a través de la argumentación o contraargumentación de los casos que se puedan presentar.

Esta propuesta busca apoyarse en los textos publicitarios para fortalecer a través de los diferentes escenarios que generen una respuesta a través de la comunicación oral y que sea defendida y resuelta desde el trabajo grupal para los estudiantes de Educación General Básica subnivel Superior. Es un respaldo que permite mirar el punto de los textos de la vida cotidiana (como lo titula el Ministerio de Educación en el Currículo) como un instrumento valioso de cuestionamiento y de respuesta. Que enfoquen dos visiones: el trabajo mancomunado y compartido desde las individualidades hasta el compromiso colectivo; y, las diferentes escenas que generen una participación autónoma a través de la investigación de casos similares y que respondan a las ideas principales de la clase.

El rol del docente como agente facilitador y conductor del espacio es importantísimo dentro y fuera del aula de clases. Su función es la de llevar el discurso texto-imagen hasta el discurso oral generando la ola comunicativa que es el fin de esta propuesta. No solo debe atender a las diferentes respuestas de acuerdo con el modelo de aprendizaje individual de los actores sino de cómo se adapta al colectivo asignado.

La propuesta se desarrolló en la Unidad Educativa Salinas Innova con los estudiantes de Décimo Año de Educación General Básica Superior, no obstante, este enfoque permite no desarticular los contenidos sino llevarlos a todo el subnivel tomando en consideración la complejidad y las actividades que se puedan desarrollar. Esta propuesta, a más de identificar las dificultades que tiene el estudiante de Educación General Básica Superior en el proceso de la comunicación oral en la exposición de ideas argumentativas o contraargumentativas pretende encaminar espacios de interrelación entre pares y la defensa de sus posturas ante un hecho que genere impacto social.

El objetivo general de esta propuesta es el diseño de una propuesta didáctica que permita el desarrollo de las habilidades comunicativas orales con enfoques argumentativos basados en los textos publicitarios generando espacios para el desarrollo del pensamiento crítico en el estudio de casos concretos y de interés social como el racismo, el sexismo y la discriminación.



## Capítulo 1

### El Problema

#### Planteamiento Del Problema

Uno de los objetivos del área de Lengua y Literatura es el desarrollo de las destrezas comunicativas. Una de estas destrezas es el habla y sus relaciones con la comunicación oral. En el subnivel superior de Educación General Básica aquellas destrezas deben concretarse en situaciones de comunicación real que le permitan al estudiante integrar los contenidos conceptuales y de aprendizaje en función del desarrollo del acto de la oralidad y del perfil de salida como Bachiller. En estas relaciones y contextos áulicos es posible identificar la debilidad del hablante como estudiante y como sujeto que postula al bachillerato. Es necesaria la comprensión del valor del enfoque del área de Lengua y Literatura; desde este enfoque y desde la experiencia como docente activo del área se puede identificar la necesidad de que la enseñanza de la comunicación oral en el subnivel superior de Educación General Básica sea eminentemente instrumental, que se relacione con eventos reales del estudiante, que corresponda a sus intereses y que prepare en la reflexión del uso normado del habla, es decir la lengua.

El bloque Comunicación Oral tiene dos objetivos: “*OG.LL.3. Evaluar, con sentido crítico, discursos orales relacionados con la actualidad social y cultural para asumir y consolidar una perspectiva personal*” y “*OG.LL.4. Participar de manera fluida y eficiente en diversas situaciones de comunicación oral, formales y no formales, integrando los conocimientos sobre la estructura de la lengua oral y utilizando vocabulario especializado, según la intencionalidad del discurso*”. Esos objetivos ajustan las estrategias metodológicas, la secuencia de actividades y la evaluación de las destrezas con criterios de desempeño seleccionadas por el docente de Lengua y Literatura del

subnivel superior de Educación General Básica. Con esta referencia presente en el Ajuste Curricular 2016, se puede formar a un sujeto hablante capaz de “analizar y evaluar con sentido crítico los discursos orales y participar de forma fluida y eficiente en las diferentes situaciones comunicativas”. En la práctica educativa aquellos objetivos no se cumplen ni se concretan. A partir de esta afirmación se decide plantear el problema que abordará este trabajo y que pretenderá ofrecer una alternativa metodológica para desarrollar en el docente de Lengua y Literatura la comprensión del valor de la comunicación oral en la vida del alumno del subnivel superior de Educación General Básica.

Para entender un poco más la problemática del estudiante del subnivel superior de Educación General Básica al momento de desarrollar la destreza oral, es necesario recordar los siguientes conceptos y elementos: primero, la oralidad que no es otra cosa que la verbalización a través de los sonidos producidos por medio del aparato fonador humano y que es captado por el oído; segundo, la expresión oral cuya destreza está relacionada exclusivamente con el discurso oral como tal, es una de las capacidades comunicativas que no solo abarca la pronunciación sino conocimientos socioculturales y pragmáticos; tercero, la lengua oral, que según Walter Ong (2016), se divide en dos fases: la primaria, que es evidente en una sociedad sin escritura, valorándola; y, la secundaria, que es la que no la necesita como soporte de la memoria colectiva porque es deber de la escritura; y, finalmente, que es la comunicación oral, interpretándose esta, como el uso del idioma o código compartido a través de un medio físico establecida entre dos o más personas de forma espontánea, directa, sencilla, recurrente.

A partir de lo expuesto anteriormente surge la inquietud al observar que estudiantes del subnivel superior de Educación General Básica no han logrado un desarrollo aceptable de las habilidades comunicativas orales; esto se ha comprobado en

estudiantes con dificultades en actos orales como la exposición, la conversación o la presentación oral de opiniones y argumentos. Aparecen algunas pistas como factores psicológicos y fisiológicos. Sin embargo, ¿qué ocurre con los estudiantes que han tenido un desarrollo físico y psicosocial satisfactorio?, ¿cuáles son los impedimentos para que unos estudiantes no logren desarrollar esas destrezas según los objetivos del subnivel?, ¿cuál es la relación que existe entre los factores físicos y psicológicos que se constituyen como pieza clave en el desarrollo de las destrezas comunicativas orales en el ejercicio de la argumentación de un estudiante del subnivel superior de Educación General Básica?

El problema no es la oralidad en sí, sino los diferentes escenarios donde está ven involucrada: los debates, los discursos orales, las exposiciones argumentativas de un punto de vista o en la misma comunicación oral producida en el aula de clases de un tema que se pueda desprender de los contenidos curriculares. El estudiante de EGB subnivel Superior debió desarrollar ciertas destrezas con criterios de desempeño y que están expuestas dentro del Currículo, pero que no se ven reflejadas en ciertas particularidades que se observan en cada una de las aulas de clases. Por ese el interés de esta propuesta al acercarse a los diferentes resultados de aprendizaje que corresponden a las seis destrezas propuestas:

“LL.4.2.1. Utilizar recursos de la comunicación oral en contextos de intercambio social, construcción de acuerdos y resolución de problemas”; es decir que todos los conocimientos adquiridos en el primer bloque y en los siguientes, debe de utilizarlos en la comunicación oral donde se desarrolle el pensamiento crítico y la resolución de conflictos.

“LL.4.2.2. Organizar el discurso mediante el uso de las estructuras básicas de la lengua oral, la selección y empleo de vocabulario específico, acorde con la

intencionalidad, en diversos contextos comunicativos formales e informales”; donde el estudiante recoge los elementos de la lengua unificándola con los conocimientos adquiridos socialmente para poder expresarse y construir argumentos u otros elementos orales.

“LL.4.2.3. Producir discursos que integren una variedad de recursos, formatos y soportes”; aquí el estudiante no solo se apoya en elementos desde la oralidad, sino que utilice la escritura para registrarlos como es el caso de las entrevistas, debates, foros, entre otros.

“LL.4.2.4. Reflexionar sobre los efectos del uso de estereotipos y prejuicios en la comunicación”; en esta destreza el estudiante construye un discurso a partir de su experiencia con la lengua oral y su experiencia con la comunicación oral.

“LL.4.2.5. Utilizar, de manera selectiva y crítica, los recursos del discurso oral y evaluar su impacto en la audiencia”; esta destreza es deseable mas no imprescindible.

“LL.4.2.6. Valorar el contenido explícito de dos o más textos orales e identificar contradicciones, ambigüedades, falacias, distorsiones y desviaciones en el discurso”; destreza deseable, aquí el estudiante reconoce algunos elementos del discurso.

A partir de cada una de las destrezas detalladas corresponden a los logros de aprendizaje del estudiante del subnivel superior de Educación General Básica, en el área de Lengua y Literatura; es decir que el alumno será promovido al Bachillerato General Unificado (esto es un nivel) con las competencias mínimas para entender el valor de la comunicación oral en otros contextos. De aquí que se generan inquietudes sobre varias alternativas que podrían ser desde el proceso de enseñanza-aprendizaje, la metodología

del profesor, la disponibilidad del estudiante para la asignatura, los factores conceptuales junto con los elementos curriculares adaptados a su cotidianidad.

Por lo tanto, el problema identificado es la dificultad que tiene el estudiante en el proceso comunicativo oral en la exposición de argumentos o puntos de vista frente a un tema en concreto, partiendo desde las destrezas y los objetivos del subnivel de Educación General Básica Superior donde se reafirma que el individuo será capaz de interrelacionarse con los demás de forma crítica, argumentativa, descriptiva, analítica; a más de eso, que será hábil en interpretar el discurso oral con argumentos y contraargumentos, haciendo juicios de valor de ellos pero que en la práctica parece no cumplirse.

## **Preguntas De Investigación**

### **Pregunta Principal**

¿Cómo incide el aprendizaje de las habilidades comunicativas orales en la exposición de argumentos o puntos de vista desde la lectura de textos de la cotidianidad como el discurso publicitario?

### **Preguntas Secundarias**

¿Cuáles son los factores que impiden el desarrollo de las habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica Superior?

¿Los textos o discursos de la cotidianidad son adecuados didácticamente para desarrollar la exposición oral de ideas o argumentos en estudiantes de Educación General Básica Superior?

¿El texto publicitario puede considerarse como un recurso didáctico para el desarrollo de la comunicación oral en estudiantes de Educación General Básica Superior?

## **Justificación**

Hablar, escuchar, leer y escribir no son formas impersonales del verbo, en nuestra práctica educativa aquellos infinitivos son concebidos como macrodestrezas o destrezas fundamentales de la lengua para desarrollar la interacción social o las habilidades interpersonales del hablante.

En nuestra realidad educativa los estudiantes de Educación General Básica Superior son promovidos al subnivel de Bachillerato General Unificado (BGU) con graves debilidades en acciones que involucran el pensamiento crítico y la capacidad de exponer oralmente argumentos, ideas o puntos de vista. La comunicación oral no solo es una herramienta social, en el entorno educativo; la oralidad es una destreza que integra la comprensión de los discursos interdisciplinarios que se componen desde las demás áreas de Educación General Básica Superior. Se habla y se expone en el salón de clases, así como se habla y se expone en la cotidianeidad. En Educación General Básica Superior, el estudiante ya tiene un acercamiento más directo con el pensamiento argumentativo y para esto requiere de destrezas comunicativas que le permitan exponerlo, debatirlo y defenderlo. El valor del aprendizaje del pensamiento crítico y de su exposición argumentada es necesaria en la formación del estudiante de Educación General Básica Superior. Ese aprendizaje corresponde al enfoque crítico planteado en El Ajuste Curricular 2016, el área de Lengua y Literatura comparte con énfasis dicho enfoque. A partir de estas afirmaciones el proceso de enseñanza de la lengua oral debe relacionarse con los intereses y necesidades del hablante en su vida cotidiana. Es necesaria la formación de hablantes o usuarios de la lengua que se aproximen a la lectura de un texto susceptible de ser analizado y reflexionado. El texto publicitario contiene un discurso que

cumple los requisitos para definirlo como recurso didáctico y que desarrolle lo antes expuesto.

El fin de esta propuesta es ofrecer un material didáctico que permita al profesor encaminar los objetivos generales del área y del subnivel superior de Educación General Básica, junto con las destrezas propuestas haciendo un enfoque en el pensamiento crítico y de interpretación a través de los textos publicitarios que aparecen en las redes sociales y que están al alcance de la cotidianeidad. El ciclo de clase y demás recursos es dónde necesitamos ahondar en este proceso que no solo involucra el método socrático ya utilizado con frecuencia por varios profesores sino esa motivación a cuestionar la realidad.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar una propuesta didáctica que permita el desarrollo de las habilidades comunicativas orales con enfoques argumentativos en los estudiantes de Educación General Básica Superior a través de la lectura crítica de los textos publicitarios para el fortalecimiento expositivo y de interrelación social que parta desde la cotidianeidad que lo constituye.

### **Objetivos Específicos**

Identificar las diferentes causas de las debilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica Superior para conocer los diferentes escenarios didácticos

Determinar la importancia de los textos publicitarios en el desarrollo del pensamiento crítico y de las habilidades comunicativas orales.

Elaborar una secuencia de actividades para el desarrollo de las habilidades comunicativas orales que permitan la adaptación de la cotidianidad en el ejercicio argumentativo de textos publicitarios.



## Capítulo 2

### La Metodología

El proceso metodológico de este trabajo es cualitativo y se encamina en los lineamientos de la Metodología Activa Participativa y la Metodología Investigación-Acción, que involucra las nuevas formas de aprendizaje mezcladas con el uso de los dispositivos electrónicos, como las plataformas *e-learning*, que se ajustan a las exigencias de los momentos que vivió el mundo en el 2020 con el tema de la pandemia Covid-19, y que es coherente con textos que el estudiante obtiene sistemáticamente en sus redes sociales.

Cuando nos referimos a Metodología Activa Participativa, nos referimos a un aprendizaje cooperativo, como lo afirma Pujolàs (2012, pp. 92-94):

entendido como una forma de estructurar las distintas actividades formativas de las distintas áreas del currículum que propicie la interacción entre los participantes y en torno del trabajo en equipo, además, por supuesto, de basarse en la necesaria interacción entre el profesorado y los alumnos y las alumnas, y en el trabajo individual, aparece como un elemento clave a la hora de atender la diversidad del alumnado dentro de un aula inclusiva.

Con esto se pretende elaborar formas donde la enseñanza se ajuste a las características personales de los estudiantes atendiendo a las diferentes motivaciones, características, formas de aprendizaje y capacidades. Partiendo desde las realidades más objetivas y accesibles en los textos publicitarios. Adjunto a esto, ante todo principio de evaluación se debe respetar la autonomía de los estudiantes a la hora de aprender, que se sepan responsables de su aprendizaje y que todo lo que los rodea en la cotidianidad forma

parte de este principio. Finalmente, la cooperación de este aprendizaje debe ser colectivo, el estudiante debe de reconocer que, en su individualidad, como objeto aprendiente debe de socializar y comunicarse para enseñar; es decir, un ser cíclico de los procesos educativos que aprenda y enseñe.

En este proceso metodológico el estudiante no solo reconoce la intencionalidad social del ciclo de enseñanza y aprendizaje en el aula, sino que utilizará las diferentes posibilidades externas del entorno estudiantil donde la lengua se convierte en un escenario interpretativo.

Además del enfoque citado, esta propuesta se entrelaza con la Metodología Investigación-Acción que en otras palabras se conforma de una opción metodológica que permite el crecimiento del conocimiento y genera soluciones exactas encaminadas a resolver problemáticas que se plantean cuando se elige abordar algún tema de interés o una situación para que aporten en soluciones o alternativas de transformación (Guevara, G., Verdesoto, A., Castro, N., p. 169).

En concordancia con Hernández, Fernández y Baptista (2014) se reconocen cinco pasos para que esta metodología sea de importancia en la investigación: primero, se detecta el problema y se diagnostica cuál es la situación; segundo, se elabora un plan para solucionar la problemática y generar un cambio; tercero, se implementa un plan de evaluación para revisar los resultados; finalmente, se realiza una retroalimentación que conduce a la observación de las debilidades visualizadas en la etapa anterior.

En palabras de Creswell (2014, p. 577), la investigación acción “se asemeja a los métodos de investigación mixtos, dado que utiliza una colección de datos de tipo cuantitativo, cualitativo o de ambos, sólo que difiere de éstos al centrarse en la solución de un problema específico y práctico”.

Para que este marco metodológico exista se deberá aplicar varias técnicas de apoyo como la entrevista a docentes a fin de interpretar las diferentes debilidades en el proceso de enseñanza y aprendizaje desde las dos perspectivas para identificar las posibles causas, así como la observación en las clases con los estudiantes. Se utiliza este recurso al ser una fuente primaria que nos permite conocer aspectos de la dinámica estudiante – profesor, para contribuir en la búsqueda de un diseño de secuencias que garanticen los diversos escenarios posibles en el desarrollo de las habilidades comunicativas orales; sumemos la observación áulica que orienta a los docentes y propicia una reflexión en las diferentes estrategias que se deben de fortalecer a fin de obtener resultados efectivos, significativos y comprometidos con el ejercicio docente.

En la entrevista a los docentes, se utilizará preguntas abiertas que podamos luego recoger y contrastar con los datos en la observación áulica. Las preguntas pueden ser exploratorias sobre la metodología que se utiliza en las clases, sobre los recursos didácticos que se implementan.

Además, con los estudiantes se utilizará una observación de aula que es un proceso entre docente tutor y un acompañante pedagógico para que podamos identificar las fortalezas y las dificultades del objetivo de la clase. Para esta técnica podremos observar dos escenarios: el cómo el docente aborda la clase con una propuesta dinámica basado en textos publicitarios y el cómo el estudiante reacciona ante esta dinámica. Los criterios serán siempre sobre la participación y el interés en promover la capacidad argumentativa oral dentro del salón de clases.

## **Capítulo 3**

### **La Fundamentación Teórica**

#### **Las Habilidades Comunicativas Orales**

La primera noción que se desprende de esta propuesta es la de habilidades comunicativas que según Saussure cuando lo cita Molina (2017) es la capacidad individual de exteriorizar el lenguaje. El mismo dice, que la lengua oral es la que da representación a la lengua escrita. Por ello, es necesaria el desarrollo de estas habilidades comunicativas orales puesto que es un instrumento racional que compromete las relaciones sociales de forma asertiva. De ahí que, el habla no constituye como un artefacto desprendido de esta exteriorización social del lenguaje, sino que difiere de ella por “ser un acto individual de voluntad y de inteligencia”.

Estas habilidades comunicativas orales son una destreza adquirida y que se forma en el proceso de desarrollo del individuo, sin embargo, existen también impedimentos que constituyen un factor negativo para la evolución de esta facultad; para enumerar los diferentes aspectos tenemos los aspectos físicos, es decir, el estatus oral-motor del estudiante (boca, lengua, paladar, en funciones del habla, así como al comer y al tragar); otra de las disociaciones del habla puede ser la tartamudez (por anomalías en el control motor del habla o por genética). También, los aspectos externos que pueden resultar los ambientes sociales o lingüísticas, por ejemplo, un estudiante que su lengua nativa sea el inglés venga de intercambio a un centro educativo español. En este caso, el contexto sociolingüístico (entiéndase social puesto que el estudiante no está familiarizado con el uso del español en esa comunidad ni con la lengua misma).

Las habilidades comunicativas orales no solo fomentan el intercambio de información o la generación de nuevos conocimientos sino como dice Briz (2008), el hablar tiene en sí una competencia comunicativa que consiste en tres aspectos: la intencionalidad y la situación comunicativa donde se hace ahínco a las características de los interlocutores, la proximidad, la temática, el tiempo y el espacio que comparten); el uso correcto de la lengua (donde se evidencia la pronunciación adecuada [habilidades fónicas], morfosintácticas léxico-semánticas; la práctica y el buen uso de la lengua, es decir el uso habitual de la lengua oral en la situación comunicativa.

Dice Briz que no siempre el que habla bien sabe hablar en contexto. El acto comunicativo no es simplemente una articulación de frases con una semántica correctamente empleada, sino con un propósito y una situación. Esa intencionalidad que se llama comunicación hace posible que el habla sea un hecho social por excelencia. Y esto se aplica en los diferentes escenarios de la vida diaria. De ahí, la urgencia que el estudiante aplique todos estos conocimientos que adquiere en su formación y que, según los objetivos del subnivel superior de EGB y que, junto con el currículo, ha logrado desarrollar.

Distíngase que las habilidades comunicativas orales no deben ser confundidas con el tema de la oralidad. Ong (2016, p.75) distingue que “(e)l sonido sólo existe cuando abandona la existencia. No es simplemente perecedero sino, en esencia, evanescente”. Es la primera etapa fonética y fonológica del individuo que no permite ahondar en el pensamiento sino en una interrelación social meramente justificada por la necesidad mas no por un propósito.

## **El ejercicio argumentativo en el desarrollo del pensamiento crítico de los Estudiantes**

La argumentación “cobra protagonismo como un modo discursivo que permite organizar las relaciones de causalidad de dichas acciones y fundamentar razonamientos” (Charaudeau, 1992, como se citó en Romano, p. 207). Este ejercicio, que cobra parte primordial en el desarrollo del pensamiento crítico, ha tomado la atención de los diferentes actores pedagógicos que participan diariamente en las aulas. La problemática no radica en que el estudiante no desarrolle el pensamiento crítico, puesto que el pensamiento crítico es anterior a la escolaridad y que desde las mismas bases de la civilización hizo su aparición en la vida del hombre (Facione, 2007), sino en las herramientas necesarias para poder hacer énfasis en el desenvolvimiento de la destreza de los ejercicios argumentativos.

Uno de los elementos que componen el pensamiento crítico de los estudiantes sin duda alguna es la argumentación. Trujillo al reseñar el Modelo de Toulmin dice que este “permite comprender el procedimiento discursivo mediante el cual un orador ofrece una fundamentación para justificar una tesis, pretensión o demanda que presenta para el asentimiento de un interlocutor y que puede ser criticada o ha sido puesta en duda” (2007. p. 168).

Esta práctica no es meramente académica, sino que es puesta en la cotidianeidad como un arma que no se utiliza frecuentemente y que ha quedado ligada a los espacios de apreciación estética o de relleno en el aprendizaje áulico. Cómo podemos apreciar, la argumentación está sujeta incluso en los contextos lingüísticos (entendiendo al individuo como un ente que maneja la lengua oral de acuerdo a su relación cercana con ella) y de los contextos situacionales (dígase de los entornos: no es lo mismo decir un estudiante

que habla español en México, como un estudiante que habla español en Colombia); las realidades influyen en la constitución y el acercamiento de la lengua oral de forma que su sentido comunicativo puede alejarnos o acercarnos según el nivel del lenguaje que se utilice en la conversación o en el discurso que se emplee.

Justamente, del discurso es lo que se tiene que considerar en este punto, al hablar que la argumentación tiene estas dos peculiaridades que es el sentido lingüístico y el situacional influyendo en su composición creo que hay que atender lo que dijo Driver, Newton y Osborne (2000): la diferenciación de los contextos particulares a las que el discurso se sujeta; los componentes del argumento en su totalidad detallando las características que lo hacen particular; y, los gestos semióticos que son los respaldos gráficos que se pueden interpretar en una exposición argumentativa.

### **Los textos publicitarios como instrumentos didácticos en el salón de Clases**

Urbina (2018, p. 27) dice que “(l)a publicidad es una acción comunicativa que intenta proporcionar los argumentos para defender un producto, una marca o una idea ante un público objetivo que en la nomenclatura publicitaria se denomina target”. Este trabajo de intentar proporcionar los argumentos para defender un producto hace posible la construcción del pensamiento crítico y de bases sólidas donde las habilidades comunicativas orales son necesarias. La publicidad es un discurso impositivo que determina su fuerza y su trabajo al “querer hacer” o, en palabras sencillas, “comprar porque se me hizo creer necesarios”. Por este carácter que no determina una sino múltiples cualidades en la fuerza argumentativa y, por todas las cosas, el de imponerse a un público que no distingue de edades, de género, ni de cultura es lo que llamaremos atractivo para la propuesta presentada. Por ello, no se debe de olvidar que un texto publicitario cuenta con la misma estructura: inicio y un cuerpo publicitario que obedecen o responde a una

imagen sugerente, de la marca o del producto. La conclusión de este texto no responde a un elemento implícito sino al ejercicio que se realiza con la argumentación:

Es importante, además, reiterar que, en el género discursivo publicitario, el modo de organización argumentativo es esencial, en tanto el discurso publicitario tiene como fin la persuasión, pero, también hay que señalar, que otros modos como la narración, la descripción, la instrucción y la explicación, juegan un papel preponderante. Ahora, para poder argumentar con éxito habrá entonces que tener en cuenta que un anuncio publicitario siempre se instala en una situación de enunciación, y esto sumado a las identidades psicosociales de los públicos, es lo que asegura una argumentación efectiva (Martínez, 2015, pp. 62).

Como la cita anterior respalda, en el ejercicio de la argumentación en los textos publicitarios es necesidad tener en cuenta que no solo se trata de un enfoque educativo sino de varios. Por ejemplo, en la práctica educativa los textos no solo responden a una necesidad sino en varios aspectos desde la esteticidad del texto-imagen hasta la valoración de sus recursos a nivel ético-moral y social. Esta práctica no solo pone en función el pensamiento crítico sino también usa herramientas culturales y psicosociales del individuo lo que permite que se debata de un texto.

Es importantísima la concurrencia que el texto publicitario aborda la vida del estudiante. Exclusivamente, los que forman parte de la cotidianeidad, en las redes sociales. El objetivo de esta gira en función de la persuasión que el lenguaje publicitario maneja y de la percepción que tenga quien consume. Por ende, el texto no funciona como un señuelo de códigos inconexos sino integrador desde lo visual hasta lo oral.

En una cultura tan prejuiciosa y malintencionada, la argumentación y el pensamiento crítico deben ser desarrolladas a través del ejercicio oral del



cuestionamiento. El texto publicitario hace posible en una imagen ese debate en el salón de clases. No es meramente un ejercicio cognitivo sino formador en orientar la interpretación en la simbología propuesta.

## Capítulo 4

### Análisis De Resultados

En este capítulo se realizará la recopilación del uso de las herramientas que se sugirió en el capítulo dos de este proceso de investigación. Se realizó la entrevista a los dos docentes con preguntas abiertas para que pudieran dar su punto de vista que nos permitan un acercamiento al diseño de la propuesta.

A continuación, se presenta una breve sistematización de los docentes que fueron entrevistados y a quienes se les aplicó el instrumento respectivo, todo esto con el objetivo de recopilar sus experiencias y planteamientos sobre la propuesta de mejora de los procesos de enseñanza y de aprendizaje en la Educación General Básica.

**Tabla 1**

*Sistematización N°1*

	<b>¿CUÁL ES LA ESTRATEGIA QUE UTILIZA MAYORMENTE EN SUS CLASES?</b>	<b>¿CONOCE SOBRE LA METODOLOGÍA ACTIVA-PARTICIPATIVA E INVESTIGACIÓN-ACCIÓN?</b>	<b>¿CÓMO LOGRA IDENTIFICAR QUE EL ESTUDIANTE HA DESARROLLADO LAS DESTREZAS PROPUESTAS?</b>
<b>D1</b>	Esquemas gráficos y el resumen.	No	En las evaluaciones quimestrales
<b>D2</b>	Preguntas exploratorias	Medianamente	Con los ejercicios y las evaluaciones

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 2***Sistematización N°2*

	<b>¿HA UTILIZADO TEXTOS DE LA VIDA COTIDIANA COMO LA PUBLICIDAD EN SUS PRÁCTICAS DOCENTES?</b>	<b>¿CÓMO HA ABORDADO LA CLASE?</b>	<b>¿QUÉ ESTRATEGIAS GRUPALES UTILIZA CON LOS ESTUDIANTES?</b>
<b>D1</b>	No	N/A	Lectura en parejas y exposiciones
<b>D2</b>	Sí. La propaganda política.	Les enseñé a identificar los recursos que la constituyen. Además de realizar una en el salón de clases.	Análisis de casos. Juegos de roles. Lectura en parejas.

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar, en el caso de las entrevistas, el docente n° 1 presenta dificultades para trabajar grupalmente y no considera ninguna de las opciones de estrategias de aprendizaje sugeridas. Se crea un interés solo con seguir el pensum académico sin añadir otros recursos que pudiesen ayudar en el fortalecimiento del desarrollo de las habilidades comunicativas orales. En el caso del docente n° 2, se muestra más cercanía con nuestra propuesta; sin embargo, las demás estrategias presentadas en la propuesta ayudarían en un proceso más cercano. Como dijera Alcover y Gil (2002), el aprendizaje colectivo es consciente de corregir los desajustes producidos en el proceso de ese conocimiento grupal que desde cada una de sus perspectivas (individuales entiéndase) acontecen.

Los docentes desconocen o conocen a medios rasgos sobre las metodologías que se explican anteriormente. En el caso de la Metodología Activa Participativa no hay evidencias que el trabajo sea colaborativo a más de las lecturas en parejas, en el docente n° 1 se puede dar cuenta que el grupo es reactivo a trabajar contenidos del currículo de forma grupal. En el docente n° 2 se evidenció la predisposición en salir con contenidos

que se puedan aplicar en el salón de clases y que estimulen la participación grupal. En ninguno de los dos casos, la Metodología Investigación-Acción estuvo presente. No se presentan problemas que puedan ser resueltos en el salón de clases ni en las tareas. Para Coll, Mauri y Onrubia (2006, p. 32) manifiesta que: “el trabajo colaborativo entre alumnos permite que se pongan en marcha procesos interpsicológicos de construcción del conocimiento que favorecen la significatividad del aprendizaje y la atribución de sentido al mismo, y que difícilmente se producen en la interacción profesor-alumno”.

Cuando se realizó las visitas de acompañamiento pedagógico a cada uno de los docentes se pudo evidenciar que las clases siguen un modelo tradicional constructivista donde el estudiante a partir de casos cuyos enfoques no sobresalen ni interactúan con una esquema novedoso ni articulado con textos de la vida cotidiana.

El interés de los docentes se enfoca más en la redacción y los cuidados ortográficos que pueden ser parte del proceso mas no la esencia. Se sugieren los cambios y se muestran a continuación los resultados de la observación directa que se tiene con los estudiantes cuando se socializa la propuesta de intervención, con la primera clase, el 27 de agosto del 2022, en el 10mo curso del Subnivel Superior en la Unidad Educativa Salinas Innova. Se observó la siguiente secuencia para la recopilación de información y apuntes de propuesta:

### **Planificación del docente para el trabajo en clases**

El docente ajusta su planificación a las destrezas con criterios de desempeño. Propone metas y elementos de evaluación que puedan alcanzar los logros requeridos. Elimina los instrumentos de evaluación de forma escrita. Elabora su clase con estrategias que no había utilizado y propone un esquema grupal que los estudiantes puedan desarrollar de forma lúdica. Elabora preguntas de exploración, por ejemplo: ¿Qué

elementos vemos en la publicidad y cómo estos se muestran socialmente? ¿Cuál es la relación del papel femenino en la publicidad? ¿Qué mensaje refleja la publicidad sin tomar en cuenta el producto?

El docente reemplaza la evaluación por una rúbrica de observación directa. Los estudiantes responden de forma espontánea y se muestran participativos; se dan cuenta que el contenido es fuera del programa y se muestran interesados a tratar temas de carácter social y de interés público. Hay estudiantes que nunca se han mostrados interesados que se involucran en el caso presentado.

### **Observación de la clase**

Se muestra claridad en los elementos y en el objetivo de la clase. Hay un hilo conductor que permite garantizar la coherencia de los argumentos que los estudiantes presentan. Se vuelve un tema novedoso. El uso de las estrategias permite que los grupos de trabajo participen y se autoevalúen en el desarrollo del tema. Hay estudiantes que corrigen o guían en el desarrollo de la retroalimentación de los demás. Se obtiene un consenso de grupo y se comparte en la plenaria.

En la resolución de los casos, hay estudiantes que muestran los resultados y los defienden de forma oral con la garantía y el respaldo de todos los integrantes de su grupo. Hay retroalimentación con cada grupo y se añaden a las conclusiones de la clase. El docente evidencia la concurrente presentación de cada uno de los estudiantes. Muchos de los estudiantes incluso han logrado compartir ciertos argumentos basados en el marco legal del país. Han investigado más casos de publicidad sexista y rechazan de forma enérgica el uso de esta. Los estudiantes se involucran de forma muy positiva. Hay un cuestionamiento al final de la clase que el docente logra con tal soltura y resume la clase.

### **Valoración de la observación de la clase**

Se hace una pequeña observación, faltó un grupo de exponer sus resultados. Hay que medir el tiempo en el proceso de enseñanza y aprendizaje. Las fortalezas que se pueden evidenciar son: la mayoría de los estudiantes involucrados en un tema de interés social que a menudo observan; el rescate de los valores morales y culturales dentro de una cultura consumista. En esta clase se promueve el pensamiento crítico, la capacidad argumentativa de cada uno de los estudiantes y la creatividad al proponer una solución práctica. Hay un ambiente que se respeta la diversidad de criterio y garantiza la revaloración de criterios.

## Capítulo 5

### La Propuesta De Intervención

#### El Contexto

La Unidad Educativa Salinas Innova es una institución particular donde se desarrolló la investigación y es donde se ha podido implementar las diferentes actividades sugeridas en esta propuesta. Se encuentra ubicada en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena. Pertenece al Distrito de Educación La Libertad-Salinas 24D02. La institución oferta Educación Inicial, Educación General Media, Educación General Básica y Bachillerato; entre sus ofertas también está la Educación a Distancia para jóvenes y adultos que no han concluido sus estudios.

Este centro educativo acoge a 416 estudiantes, de los cuales, 171 pertenecen a la Educación General Básica subnivel Superior. Actualmente la rectoría la dirige el Ing. Julio Guamantica Suárez.

La Unidad Educativa Salinas Innova cuenta con una estructura de una planta, con una biblioteca equipada y aulas dinámicas equipadas con televisores y mesas de trabajo fuera de lo común que un salón de clases puede considerar, prevaleciendo el trabajo cooperativo y el intercambio de ideas. Los datos sistematizados necesarios para la congruencia de lectura de esta propuesta son:

CENTRO EDUCATIVO: Unidad Educativa Salinas Innova

CANTÓN: Salinas

ZONA: Salinas

DISTRITO: La Libertad-Salinas 24D02

**PARTICIPANTES:** Docentes del área de Lengua y Literatura, Tutor Académico, Vicerrectorado Académico.

**ESPACIO:** Aula de clases de 10mo A y B. Biblioteca Institucional.

**GRADO-SUBNIVEL:** 10mo Subnivel Superior

**Nº DE ESTUDIANTES:** 171 estudiantes

**Nº DE DOCENTES 10mo:** Un docente

Para ubicarnos mejor en el contexto de la Unidad Educativa Salinas Innova es importante repasar la misión institucional que oferta una educación de calidad con procesos académicos y administrativos que garantizan el aprendizaje significativo e inclusivo, apoyándose de la creatividad y la ciencia, así como de la tecnología, utilizando estos recursos para generar productos eficaces en la construcción del conocimiento del estudiante.

### **Metodología De Intervención De La Propuesta**

Las actividades que se presentarán en este documento tienen como objetivos desarrollar la destreza argumentativa a través del pensamiento crítico y fortalecer el sentido colaborativo de los trabajos “en grupo”. Para esto es imprescindible el desarrollo de las capacidades orales comunicativas entre pares o en el grupo, así como en el intercambio de opiniones, la diversidad de los puntos de vistas y el respeto de estos, la creación de espacios que garanticen la escucha de todos los integrantes.

Ayuda mucho que la institución distribuya a los estudiantes por mesas de trabajo y no individualmente porque fortalece la metodología Activa Participativa que se dará en



el desarrollo de las actividades. Se busca enfatizar en los diferentes escenarios de debate que permita la resolución de casos promoviendo el libre derecho de participar dentro de la hora de clase. Como se refiere Pujulas (2012, pp. 100):

Los alumnos y las alumnas están distribuidos en pequeños equipos de trabajo, heterogéneos, para ayudarse y animarse mutuamente a la hora de realizar los ejercicios y las actividades de aprendizaje en general. Se espera de cada alumno, no sólo que aprenda lo que el profesor o la profesora les enseña, sino que contribuya también a que lo aprendan sus compañeros y compañeras del equipo, es decir, se espera de ellos que, además, aprendan a trabajar en equipo. La cita anterior nos demuestra que el conocimiento no solo se desarrollará a partir de un conocimiento individual sino colectivo. Que sea un ejercicio continuo de aprendizaje social.

Como Charaudeau y Facione acotaron, la argumentación es uno de los pilares donde se pretende llegar. El estudiante a través de la construcción de su discurso es el que debe de defender la postura, de forma analítica y crítica, garantiza el buen uso de las habilidades comunicativas orales que ha practicado de forma colectiva en la resolución del caso presentado. Esto se evidencia en el ejercicio argumentativo al momento de exponer los resultados de los diferentes escenarios de casos que el docente suscite en las clases. El punto de inicio debe ser el enfoque cuestionador que se presente, un tema real, vivencial y acercado a la cotidianeidad del estudiante. El nexo de esta actividad es la reflexión que el docente pueda hacer dentro del salón de clases con los temas secundarios. El punto final o de cierre debe ser la muestra de los elementos que se obtenga de la clase: una exposición, un diseño publicitario, un discurso oral.

El método Toulmin, nos acerca a la capacidad argumentativa que el estudiante debe de desarrollar en cada una de sus defensas o exposiciones. El docente debe de asegurarse de ofrecer más escenarios posibles con preguntas como: ¿Qué pasaría si...? ¿Qué riesgos afrontará la compañía si...? ¿Qué otros elementos se pudiesen remplazar si...? La argumentación oral debe estar apoyada por las ideas centrales que el docente infiera de las respuestas en el primer instante de la clase, en el momento de la experiencia y reflexión grupal. Los ejemplos no son los únicos que se recomiendan. A medida que pasa el tiempo, la publicidad se vuelve agresiva cuando no hay leyes que puedan garantizar la no discriminación.

El docente debe de motivar a la investigación de qué leyes se pueden aplicar en contra de varios aspectos negativos de la publicidad o sugerir que los estudiantes puedan elaborar leyes que puedan defender la integridad del producto, así como los elementos que la constituye. Es necesario que el educador tome en consideración que después de cada clase, la retroalimentación de la anterior, incluso de la relación que esta pueda tener con otras disciplinas como Ciencias Sociales, Educación para la Ciudadanía, Humanismo, entre otros.

Bauselas (2004, pp. 3) dice que la metodología Investigación–Acción “es un proceso, que sigue una evolución sistemática, y cambia tanto al investigador como las situaciones en las que éste actúa”. Tiene razón, la misma autora cuando cita a Remmis y MacTaggart (1988) y nos habla de los elementos que influye la Investigación-Acción en el proceso de enseñanza y aprendizaje resumiéndose en la importancia que cobran los sujetos participantes, entiéndanse los estudiantes, en el mejoramiento desde y para la investigación, utilizando herramientas coordinadas y que promuevan análisis críticos de los casos presentados a fin de la resolución de conflictos. En la propuesta esta actividad

se demuestra en el enfoque de resolución de casos y en la permisibilidad de ahondar más en el problema presentado, estudiándolo en todas sus fases.

Debido al carácter transdisciplinar de la asignatura Lengua y Literatura, el docente debe relacionar sus actividades con otras asignaturas para permitir el intercambio y la exposición de forma masiva. Se sugiere que muchos de estos temas puedan servir en campañas o exposiciones en ferias estudiantiles que permitan mostrar los resultados obtenidos. Se debe aclarar que el rol del maestro es de un moderador o guía que permite encontrar el camino argumentativo o contraargumentativo del estudiante.


Cada resultado obtenido, ya sea físico (anuncio publicitario, papelógrafos, diapositivas) deben de ser recogidos por el docente y almacenados de forma segura para poder exhibirlos en alguna feria estudiantil. No obstante, el estudiante a nivel individual deberá reconocer el problema y compartirlo en el grupo a fin de proponer una resolución grupal que pueda ayudar a la superar la debilidad encontrada en los textos publicitarios. De ahí que la metodología Investigación-Acción, es una pieza clave en la resolución de los casos que se presenten. Urbina (loc. cit.) dice que la publicidad es un argumento defendido que busca posesionar una marca o un logo. De ahí que cómo lo poseione, los recursos visuales, animados o textuales sean un instrumento de trabajo de los estudiantes que deberán ir más allá del objeto para poder justificar o proponer sugerencias que tengan alcance vinculante con la sociedad y la cultura.

Para concretar lo antes expuesto, se han diseñado una serie de actividades que involucran el desarrollo del pensamiento crítico en acciones anticipatorias, de construcción y que consolidan algunos aprendizajes propuestos a través de un formato estructurado que se asemeja a una planificación por destrezas, pero que hace énfasis en


el valor del objetivo que antecede a la secuencia de actividades, la secuencia como tal, los recursos y las posibilidades de evaluación del aprendizaje.

### **Guía De Actividades Y Recursos**

### **Planificaciones por destrezas**


	UNIDAD EDUCATIVA SALINAS INNOVA							PLANIFICACIÓN MODELO N°1	
	CÓDIGO DEL COLEGIO: 051573								
FR-AC-120-2	FECH.VIG: 02-09-2018							VER:02	
PLAN DE AULA SEMANAL								AÑO LECTIVO: 2022 – 2023	
DATOS INFORMATIVOS									
DOCENTE	ÁREA	ASIGNATURA	GRADO /CURSO/	NIVEL	SECCIÓN	LENGUA DE	FECHA DE	FECHA FINAL	No. DE SEMANA
Luis Franco González	Lengua y Literatura	Lengua y Literatura	10m A-B	Superior	Matutina	Español	15/x/2022	19/x/2022	x
<b>TITULO DE LA UNIDAD DE PLANIFICACIÓN n°</b>	<b>Textos de la vida cotidiana: La publicidad</b>							<b>PERIODOS SEMANALES</b>	<b>6</b>
<b>Criterios de Evaluación</b>	CE.LL.4.3. Valora el contenido explícito de dos o más textos orales, identificando contradicciones, ambigüedades, falacias, distorsiones, desviaciones en el discurso; y reflexiona sobre los efectos del uso de estereotipos y prejuicios en la comunicación.								
<b>Destrezas con criterio de desempeño</b>	LL.4.2.4. Reflexionar sobre los efectos del uso de estereotipos y prejuicios en la comunicación. LL.4.2.5. Utilizar, de manera selectiva y crítica, los recursos del discurso oral y evaluar su impacto en la audiencia.								
<b>Indicadores de Evaluación</b>	I.LL.4.3.1. Valora el contenido explícito de dos o más textos orales, identificando contradicciones, ambigüedades, falacias, distorsiones, desviaciones en el discurso; y reflexiona sobre los efectos de los estereotipos y prejuicios en la comunicación. (J.3., I.4.)								
DÍA	HORAS	ACTIVIDADES						TAREAS/EVALUACIÓN	

1	2	<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El estudiante observa detenidamente el vídeo: Magnum-Libera la bestia, tomado de YouTube, el enlace se detalla: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=u8ldzoihjE8">https://www.youtube.com/watch?v=u8ldzoihjE8</a>. Imagen: <a href="https://graffica.info/releasethebeast-magnum/">https://graffica.info/releasethebeast-magnum/</a></li> </ul> <p><b>Reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes aplican el Organizador Gráfico ¿Qué veo?, ¿Qué no veo?, ¿Qué infiero?, uno por grupo.</li> <li>• Compartir oralmente sus apreciaciones en el grupo. Los estudiantes deberán responder de forma individual. El docente puede guiar sus apreciaciones al tema de la mujer como parte protagónica de la publicidad.</li> <li>• En la plenaria, se comparten opiniones y se ven las similitudes que los demás grupos tienen.</li> </ul> <p><b>Conceptualización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El docente a través de la estrategia del organizador gráfico va reconociendo junto con los estudiantes los elementos de un texto publicitario. Además de temas que se suscitan dentro del texto como el sexismo.</li> </ul> <p><b>Aplicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se generan una actividad para la próxima sesión: elaborar propuestas que permitan erradicar el uso sexista en la publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumentos: organizador gráfico</li> <li>• Evaluación: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Exposición de muestras</li> <li>○ Rúbrica de observación.</li> </ul> </li> </ul>
2	2	<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes realizan un repaso de las actividades que se realizaron en la primera sesión. Se plantea y se motiva (en tema del sexismo) la posibilidad de reivindicar el tema del género en una publicidad que se proponga.</li> </ul> <p><b>Reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes se apoyan en la imagen obtenida de: <a href="https://lasallecuernavaca.edu.mx/CC5/194911/wp-content/uploads/2019/10/th0CL38O57.jpg">https://lasallecuernavaca.edu.mx/CC5/194911/wp-content/uploads/2019/10/th0CL38O57.jpg</a></li> <li>• Y reflexionan sobre los implementos del hogar en el rostro femenino. ¿Por qué ninguna publicidad de cuidados del hogar está relacionada con el hombre?</li> <li>• Proponen un boceto de una publicidad donde exista la igualdad de género. Se apoya con elementos ya elaborados como recortes de periódicos e imágenes de revistas.</li> <li>• Se trabaja en clases. Se recoge los trabajos y se los expone en la siguiente sesión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación directa</li> </ul>
3	2	<p>Se retoma la sesión colocando los bocetos que los grupos de trabajos han colocado.</p> <p><b>Conceptualización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los integrantes de los grupos identifican los recursos y elementos que poseen cada una de las propuestas publicitarias. Se hace énfasis en el slogan y en los gráficos.</li> </ul> <p><b>Aplicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes exponen los motivos por lo que se debe de erradicar el sexismo en la publicidad. Se elabora una plenaria. Se muestran las debilidades de cada trabajo y se sugiere mejoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa de trabajo</li> <li>• Exposición de las diferentes propuestas.</li> <li>• Rúbrica de observación.</li> </ul>
OBSERVACIONES:			

		<b>UNIDAD EDUCATIVA SALINAS INNOVA</b>						<b>PLANIFICACIÓN MODELO N°2</b>	
		<b>CÓDIGO DEL COLEGIO: 051573</b>							
<b>FR-AC-120-2</b>		<b>FECH.VIG: 02-09-2018</b>						<b>VER:02</b>	
<b>PLAN DE AULA SEMANAL</b>								<b>AÑO LECTIVO: 2022 – 2023</b>	
<b>DATOS INFORMATIVOS</b>									
DOCENTE	ÁREA	ASIGNA TURA	GRADO /CURSO/	NIVEL	SECCI ÓN	LENGUA DE	FECHA DE	FECHA FINAL	No. DE SEMANA
Luis Franco González	Lengua y Literatura	Lengua y Literatura	10m A-B	Superior	Matutina	Español	15/x/2022	19/x/2022	x
<b>TÍTULO DE LA UNIDAD DE PLANIFICACIÓN n°</b>		<b>Textos de la vida cotidiana: La publicidad</b>						<b>PERIODOS SEMANALES</b>	<b>6</b>
<b>Criterios de Evaluación</b>		CE.LL.4.4. Organiza sus discursos según las estructuras básicas de la lengua oral, utiliza un vocabulario acorde a la intención (construir acuerdos, solucionar problemas, etc.) y al contexto e integra una variedad de recursos, formatos y soportes, evaluando su impacto en la audiencia.							
<b>Destrezas con criterio de desempeño</b>		LL.4.2.1. Utilizar recursos de la comunicación oral en contextos de intercambio social, construcción de acuerdos y resolución de problemas.							
<b>Indicadores de Evaluación</b>		I.LL.4.4.1. Construye acuerdos y soluciona problemas, utilizando los recursos del discurso oral (entonación, volumen, gestos, movimientos corporales y postura), de manera selectiva y crítica, y evalúa su impacto en la audiencia. (J.3., I.3.)							
DÍA	HOR AS	ACTIVIDADES						TAREAS/EVALUA CIÓN	

1	2	<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se muestra imagen tomada de <a href="https://cdn.cnn.com/cnnnext/dam/assets/171009152333-dove-controversial-advert.jpg">https://cdn.cnn.com/cnnnext/dam/assets/171009152333-dove-controversial-advert.jpg</a></li> <li>• El docente muestra los recursos gráficos que son parte de la publicidad. Además, hace hincapié en los tintes racistas de esa imagen y sugiere ideas positivas y negativas que surgen de los mismos estudiantes.</li> </ul> <p><b>Reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se utiliza la Estrategia Línea de Valores <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plantear una pregunta abierta que conduzca a la reflexión y al debate sobre el racismo</li> <li>2. Establecer grupos de trabajo con un tiempo determinado. Escribir – si fuese posible – las ideas generales.</li> <li>3. Proponer las ideas en la plenaria, compartir, argumentar y contraargumentar.</li> <li>4. Los estudiantes pueden cambiar su postura (del lado del publicista como del público expectante)</li> <li>5. Cerrar el debate para concluir el espacio.</li> <li>6. Aclarar los valores y principio que surgen de esta necesidad.</li> </ol> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lluvia de ideas</li> <li>• Participación en clases.</li> <li>• Observación directa.</li> <li>• Asignación de grupos</li> </ul>
2	2	<p><b>Conceptualización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se elabora preguntas a partir del resumen de la clase anterior. Se desarrolla la estrategia ¿Qué?, ¿Entonces qué?, ¿Ahora qué?</li> <li>• Se pide a los estudiantes que repensemos la idea del racismo en la publicidad. Se elaboran una serie de ideas que han sido conclusiones de la sesión anterior.</li> </ul> <p><b>Aplicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El grupo comparte oralmente soluciones para erradicar el racismo en la publicidad y en la vida cotidiana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discursos orales</li> <li>• Exposiciones</li> <li>• Elaboración de un cuadro de sugerencias.</li> </ul>
3	2	<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El docente formula preguntas sobre el consumismo y el impacto que este genera en el medio ambiente.</li> </ul> <p><b>Reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes forman grupos de trabajo para que expliquen según la Estrategia Lo Positivo, Lo Negativo y Lo Interesante.</li> <li>• Hacen una lista de todos los elementos que la publicidad hace posible y clasifican las características y las encasillan en uno de los tres ítems.</li> </ul> <p><b>Conceptualización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se explica la importancia de la publicidad como un texto de la vida cotidiana que forma parte de nuestros días.</li> </ul> <p><b>Aplicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se socializa sobre los diferentes escenarios que la publicidad puede ofrecer. ¿Es necesaria la publicidad?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizador Gráfico P.N.I.</li> </ul>
OBSERVACIONES:			



	UNIDAD EDUCATIVA SALINAS INNOVA							PLANIFICACIÓN MODELO N°3	
	CÓDIGO DEL COLEGIO: 051573								
FR-AC-120-2	FECH.VIG: 02-09-2018							VER:02	
PLAN DE AULA SEMANAL								AÑO LECTIVO: 2022 – 2023	
DATOS INFORMATIVOS									
DOCENTE	ÁREA	ASIGNATURA	GRADO /CURSO/	NIVEL	SECCIÓN	LENGUA DE	FECHA DE	FECHA FINAL	No. DE SEMANA
Luis Franco González	Lengua y Literatura	Lengua y Literatura	10m A-B	Superior	Matutina	Español	15/x/2022	19/x/2022	x
<b>TÍTULO DE LA UNIDAD DE PLANIFICACIÓN n°</b>	<b>Textos de la vida cotidiana: La publicidad</b>							<b>PERIODOS SEMANALES</b>	<b>6</b>
<b>Criterios de Evaluación</b>	CE.LL.4.4. Organiza sus discursos según las estructuras básicas de la lengua oral, utiliza un vocabulario acorde a la intención (construir acuerdos, solucionar problemas, etc.) y al contexto e integra una variedad de recursos, formatos y soportes, evaluando su impacto en la audiencia.								
<b>Destrezas con criterio de desempeño</b>	LL.4.2.3. Producir discursos que integren una variedad de recursos, formatos y soportes.								
<b>Indicadores de Evaluación</b>	I.LL.4.4.2. Produce discursos (conversación, diálogo, narración, debate, conversatorio, presentación, entrevista, encuesta, exposición) organizados a partir del uso de las estructuras básicas de la lengua oral, utiliza un vocabulario acorde a la intención y el contexto, los apoya con una variedad de formatos, soportes y recursos (incluyendo los audiovisuales). (I.3., I.4.)								
DÍA	HORAS	ACTIVIDADES						TAREAS/EVALUACIÓN	

1	2	<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes responden preguntas que el docente elabora sobre el consumismo y las respuestas son relacionadas con el impacto con la publicidad.</li> </ul> <p><b>Reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes trabajan en grupo con las respuestas compartidas en la primera fase de la clase. Grupalmente, los estudiantes elaboran una serie de ideas que puedan resolver esa situación negativa en la sociedad.</li> </ul> <p><b>Conceptualización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes definen los conceptos “consumismo”, “contaminación visual”, “técnicas publicitarias”.</li> </ul> <p><b>Aplicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes elaboran una exposición grupal que permitan desarrollar la capacidad argumentativa que generen defendiendo el impacto negativo o positivo que genera la publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación directa.</li> <li>• Exposición oral</li> </ul>
2	2	<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes resumen la clase con una serie de ideas. Además, el docente hace hincapié en los diferentes escenarios cotidianos en los que la publicidad hace énfasis.</li> </ul> <p><b>Reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El docente forma grupos de trabajo que elaboren publicidad contra la publicidad. Se da un espacio de 30 minutos para que formulen trabajos que permitan reflexionar sobre el impacto consumista en la vida del ser humano y cómo esto se puede revertir con el uso de la publicidad.</li> </ul> <p><b>Conceptualización y Aplicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se exponen los trabajos y se realizan acotaciones y/o recomendaciones sobre los diferentes trabajos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación directa.</li> <li>• Exposición oral</li> </ul>
3	2	<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes observan el siguiente video: La publicidad y el consumismo <a href="https://www.youtube.com/watch?v=fpiGbAmJtNs">https://www.youtube.com/watch?v=fpiGbAmJtNs</a></li> </ul> <p><b>Reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El docente arma dos grupos de trabajo: Los publicistas – Los consumidores (Juego de roles)</li> <li>• Los estudiantes analizan los diferentes espacios como el rol asignado. Exponen y argumentan sus análisis con apoyo audiovisual.</li> </ul> <p><b>Conceptualización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes discuten en grupos. El profesor hace de mediador y guía el desarrollo de los diferentes puntos de vista.</li> </ul> <p><b>Aplicación:</b> Los estudiantes ponen en práctica lo que han aprendido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> <li>• Diapositivas o papelógrafos</li> <li>• Observación directa.</li> </ul>
OBSERVACIONES:			

## **Evaluación De La Propuesta**

Una de las herramientas empleadas en el uso de la evaluación de la propuesta y que ha quedado registrada es el uso de las fichas de observación directa con el problema suscitado en la primera parte de este ensayo puesto que la dificultad con la que el estudiante es promovido a nivel de Bachillerato General Unificado recae en las habilidades comunicativas orales en función de la lengua como un instrumento de aprendizaje y de construcción social. Esta técnica nos permite identificar los recursos didácticos que se emplean y que hacen posible el desarrollo de la oralidad en los casos propuestos. El manejo de la didáctica en el caso de la lectura crítica de los textos publicitarios hace posible la conexión que mantiene con la cotidianidad y el uso inherente que el discurso visual puede recaer en el oral.

Además de las estrategias de aprendizaje que se detallan en la guía de actividades de la propuesta como la Línea de Valores, SDA (¿Qué sé? ¿Qué deseo saber? ¿Qué aprendí?), entre otros que permiten un acercamiento personal antes de la reflexión grupal que el docente debe facilitar en el aula. Todos los recursos que se puedan ofrecer garantizando el ejercicio crítico del pensamiento y la capacidad argumentativa de defender la postura propuesta a través de espacios creativos como la elaboración de una nueva publicidad que garantice los espacios de respeto y tolerancia. Dentro de esta propuesta se alude el hecho de que crea vínculos que permita la relación con las demás áreas del conocimiento. El profesor debe unificar otras disciplinas que permitan reforzar el proceso de enseñanza y aprendizaje que no desvirtúen el procedimiento.

Al asegurarnos que el estudiante tenga instrumentos orales que partan desde una planificación grupal como el debate o la defensa de un argumento en clases de

forma participativa y proponiendo nuevas visiones de la realidad, el docente podrá encaminar los demás resultados hacia una promoción asertiva de casi todas las destrezas contempladas en el Currículo en el marco del bloque de Comunicación Oral hacia el nivel de Bachillerato General Unificado.

## **Conclusiones**

El principal desafío que el docente del área de Lengua y Literatura tiene es la elaboración de recursos didácticos que permitan entablar conexiones con los estudiantes y hacer de estos elementos participativos y no meros elementos repetitivos en un proceso. Otra de las preocupaciones es el desarrollo de las habilidades comunicativas orales y cómo estas pueden ser sumadas al proceso de lo cotidiano garantizando espacios de crítica y de argumentación.

En esta propuesta, el objetivo es la lectura crítica de los textos publicitarios y cómo estos nos permiten lograr involucrar dos aspectos: el tema de la comunicación oral en el salón de clases y el argumento como un recurso que garantiza el desarrollo del pensamiento crítico.

Esta propuesta busca ofrecer un panorama activo e investigativo que permita accionar los diferentes modelos de aprendizaje de cada estudiante haciéndolo parte de un grupo y no aislar y crear un conocimiento individual fragmentado sino integrado a una colectividad que permita resolver un caso, proponer escenarios diferentes que permitan enfrentar problemas sociales que están vigentes.

El rol del docente como agente facilitador de los diferentes recursos que agilite el conocimiento y lo haga partícipe de otras áreas del conocimiento. Esta propuesta no busca solo el crecimiento de las habilidades orales comunicativas, amén que si parte del área de Lengua y Literatura es usada en otras áreas educativas y que pende de ahí el hecho que permita y sirva como garantía de las demás.

La importancia del texto publicitario no solo se ve en que forma parte de la cotidianeidad, sino que constituye como un elemento cuestionador que activa la

parte moral, argumentativa que el docente debe encauzar en el proceso. Todo texto, visual o lingüístico, escrito u oral, es un producto, un discurso que sirve para que el docente permita evaluar el grado en el que la lengua y el lenguaje están desarrollados en el estudiante, permitiendo superar las debilidades y fortaleciendo las capacidades.

## **Recomendaciones**

Se recomienda una actualización sobre temas de Estrategias Pedagógicas que permitan replantear el proceso de enseñanza y aprendizaje en el aula de clases.

Involucrar en el proceso de enseñanza y aprendizaje el uso de elementos audiovisuales que permitan entablar la realidad fuera de la ficción y el protocolo literario.

Rediseñar los instrumentos de evaluación como tareas o investigaciones que no permitan un fortalecimiento del pensamiento crítico en casa ni en el aula.

Elaborar un plan de mejoras en el proceso del acompañamiento pedagógico a los docentes que la Institución posee.

Diseñar un espacio para el aprendizaje *e-learning* que garantice que el estudiante a más de participar en clases, permitan fortalecer los mismos conocimientos en casa de forma autónoma. Rediseñar rúbricas de observación áulica que permitan considerar las habilidades comunicativas orales.

## **Bibliografía**

- Alcover de la Hera, C., & Gil, F. (2002). Crear conocimiento colectivo: aprendizaje organizacional y grupal. *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 18(2-3), 259-301.
- Bausela, E. (2004). Modelos de orientación e intervención psicopedagógica; modelo de intervención por programas.
- Coll, C., Mauri, T. y Onrubia, J. (2006). Análisis y resolución de casos-problema mediante el aprendizaje colaborativo. *RUSC. Revista Universidades y Sociedad del Conocimiento*, 3(2), 29-41.
- Creswell, J. (2012). *Educational research. Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. [Investigación educativa. Planeación, conducción y evaluación en investigación cuantitativa y cualitativa]. (4ª ed). USA: Pearson. Recuperado en: <https://goo.gl/tNzcbu>
- Driver, R., Newton, P., & Osborne, J. (2000). Estableciendo las normas de argumentación científica en las aulas. *Educación científica*, 84(3), 287-312.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. doi:10.26820/recimundo/4. (3). julio.2020.163-173
- Hernández, F. C., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta Edición–UCA.



- Hidalgo, J., (2012). Saber hablar. SAPIENS, 13(1), 113-114. Recuperado en:  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1317-58152012000100008&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152012000100008&lng=es&tlng=es).
- Martínez, I. D. (2015). La argumentación en el discurso publicitario: Aproximación al modelo argumentativo de Stephen Toulmin. Universidad Pontificia Bolivariana 4(1).
- Molina, B., (2017). Aportes de Saussure al desarrollo de la Lingüística como ciencia. Cuaderno de Pedagogía Universitaria, 14(28), 34-44.
- Ong, W. J., & Hartley, J. (2016). Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra. Fondo de cultura económica.
- Pujolàs, P. (2012). Aulas inclusivas y aprendizaje cooperativo. *Educatio Siglo XXI*, 30(1), 89–112. Recuperado en:  
<https://revistas.um.es/educatio/article/view/149151>
- Romano, M. B. (2020). Argumentar en la universidad: Representaciones estudiantiles, retos y perspectivas. *Revista Iberoamericana de Argumentación*, (20), 206-227.
- Trujillo, J. F. (2007). *Stephentoulmin Los usos de la argumentación Traducción de María Morrás y Victoria Pineda*, Ed. Península Barcelona, 2007. pp. 330. *Praxis Filosófica*, (25), 159-168.
- Urbina Fonturbel, Raúl. (2018). Discurso argumentativo y publicidad. *Comprensión y producción de la argumentación a partir de textos publicitarios en ELE/L2*. Master Thesis, Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Facultad de Filología

## **ANEXOS**

## ANEXO 1. FORMATO DE ENTREVISTA A DOCENTE



### CARRERA DE EDUCACIÓN ENTREVISTA A DOCENTES



#### ÁREA: Lengua y Literatura

***Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios.***

Estimado Docente:

*Esta entrevista forma parte de la propuesta metodológica previa a la obtención del título de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN. Las preguntas que a continuación se exponen tienen como objetivo recabar información sobre las estrategias didácticas que se consideran al momento de trabajar con los estudiantes del subnivel superior de Educación General Básica, en el área de Lengua y Literatura. Esta información se sistematizará y servirá de fundamento como experiencia en campo y se concentrará en las acciones didácticas que el docente ejecuta como parte de su práctica educativa. Vuestras respuestas tendrán un grado de importancia sumo ya que serán referentes para proponer una alternativa metodológica que fortalezca los procesos lectoescritores en estudiantes de EGB.*

*De antemano, le agradezco su tiempo y colaboración para desarrollar este instrumento y permitir conocer un poco más sobre su acertada acción pedagógica.*

#### **DATOS INFORMATIVOS:**

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:

CARGO DEL ENTREVISTADO:

ÁREA O DEPARTAMENTO:

#### **PREGUNTAS:**

1. ¿Cuál es la estrategia que utiliza mayormente en sus clases?
2. ¿Conoce sobre la metodología activa-participativa e investigación-acción?
3. ¿Cómo logra identificar que el estudiante ha desarrollado las destrezas propuestas?
4. ¿Ha utilizado textos de la vida cotidiana como la publicidad en sus prácticas docentes?
5. ¿Cómo ha abordado la clase?
6. ¿Qué estrategias grupales utiliza con los estudiantes?

## ANEXO 2. RÚBRICA 1 DE OBSERVACIÓN



**CARRERA DE EDUCACIÓN**  
**RÚBRICA DE OBSERVACIÓN ÁULICA**  
**ÁREA: LENGUA Y LITERATURA**  
**PARA EL DOCENTE**



*Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios.*

Nº	DEL DOCENTE	SÍ	NO	OBSERVACIONES
1	Recibe una retroalimentación sobre las nuevas propuestas.			
2	Recibe retroalimentación sobre las estrategias de enseñanza.			
3	Presenta una nueva planificación de clases.			
4	Involucra contenido multimedia.			
5	Fomenta la participación en clases a través de preguntas exploratorias.			
6	Garantiza la participación de forma ordenada y coherente.			
7	Distribuye el tiempo de forma correcta.			
8	Ofreció a los alumnos la oportunidad de reflexionar sobre la evaluación de su trabajo.			
9	Dio a los alumnos oportunidades de compartir responsabilidades en relación con el trabajo colaborativo.			
10	Ayudó a los alumnos a ver la importancia de lo que estaban estudiando en el contexto de un panorama general.			
11	Garantiza la participación de forma ordenada y coherente.			

## ANEXO 3. RÚBRICA 2 DE OBSERVACIÓN



**CARRERA DE EDUCACIÓN**  
**RÚBRICA DE OBSERVACIÓN ÁULICA**  
**ÁREA: LENGUA Y LITERATURA**  
**PARA EL ESTUDIANTE**



*Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios.*

Nº	DEL ESTUDIANTE	SÍ	NO	OBSERVACIONES
1	Recibe una retroalimentación sobre la clase			
2	Recibe retroalimentación sobre las asignaciones de la clase			
3	Distribuye el tiempo de forma correcta			
4	Involucra a todos los participantes de forma respetuosa y tolerante			
5	Presenta problemas al momento de presentar de forma oral sus resultados			
6	Garantiza la participación de forma ordenada y coherente de sus compañeros			
7	Tiene preguntas y no son aclaradas al final de la clase.			
8	Siente que la clase llena sus expectativas y logra un aprendizaje significativo			
9	Tiene a colaborar a los demás compañeros compartiendo sus experiencias			
10	Expone sin ningún problema y define su postura			
11	Respetó los diferentes puntos de vista y expuso las resoluciones finales.			



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Franco González, Luis Antonio**, con C.C: # **0926463019**, autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica, Subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Ciencias de la Educación** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **16 de septiembre de 2022**

Franco González, Luis Antonio

C.C: 0926463019

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Propuesta metodológica para desarrollar habilidades comunicativas orales en estudiantes de Educación General Básica, Subnivel Superior, a través de ejercicios de lectura crítica de textos publicitarios.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Franco González, Luis Antonio		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Pow Chon Long Moreno, Jaime Martín		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Educación		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Ciencias de la Educación		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	16 de septiembre de 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	47
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Educación. Lengua y Literatura		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Educación, publicidad, didáctica, argumentación, oralidad, comunicación oral		

#### **RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):**

Las habilidades comunicativas orales siempre han estado presentes en la cotidianidad del individuo, tanto como la argumentación y ejercicio del desarrollo del pensamiento crítico en la lectura analítica y grupal. Este trabajo propone detallar dos metodologías: la Acción Participativa, que constituye un conocimiento colectivo desde las particularidades del individuo, respetándolo y desarrollando su intervención en el discurso oral dentro del aula, pero con temas de carácter universal; y, la de Investigación-Acción que responden práctica y conscientemente a un caso determinado sugiriendo desde la oralidad nuevas propuestas encaminadas a resolver tintes que se generan en el discurso gráfico y escrito. Para este fin se ha trabajado con textos de la vida cotidiana garantizando el uso de los recursos cotidianos y textos fáciles de obtener en cualquier instancia. La propuesta genera ciertos elementos cuestionadores que el docente debe de encaminar a fin de desarrollar espacios donde las habilidades comunicativas orales puedan ejercerse de forma fluida y sin pretensiones. El enfoque está basado en la resolución de casos de interés actual que conecta al estudiante a otras áreas del conocimiento, así como el rescate de valores y el interés por el cambio sociocultural que pueda proponer desde sus conclusiones.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-9-987134466	E-mail 1: lfrancogonzalez88@gmail.com E-mail 2: luis.franco05@cu.ucsg.edu.ec
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Vásquez Guerrero, Rina Maribel, Mgs.	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-0985853582	
	<b>E-mail:</b> rina.vasquez01@cu.ucsg.edu.ec	

#### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	