

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
HUMANISITICAS Y DEL HOMBRE

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION

Especialidad: Educación Básica

TESIS DE GRADO

EL LENGUAJE ICÓNICO COMO ESTRATEGIA METODOLÓGICA
EN LA EDUCACIÓN DE LOS ALUMNOS DE PRIMERO Y
SEGUNDO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DEL COLEGIO
"SANTA CLARA DE ASÍS" DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO -
TABACUNDO

POSTULANTES:

DE LA CRUZ ESPINOZA SONIA ALEXANDRA
GORDON GONZALEZ MARIA ELENA.
MOYANO BONILLA HILDA LEONOR

**DIRECTOR DE TESIS:
DR. LUIS LÓPEZ**

**LATACUNGA- ECUADOR
2005**

INFORME FINAL DEL DIRECTOR DE TESIS

Latacunga, 4 de marzo del 2005

Cumpliendo con lo estipulado en el Capítulo IV Art. 9 literal f del reglamento del curso profesional de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Informo que el grupo conformado por: De la Cruz Espinoza Sonia Alexandra, Gordón González María Elena. Moyano Bonilla Hilda Leonor; han desarrollado su trabajo de investigación de grado de acuerdo a los planteamientos formulados en el proyecto de tesis.

En tal virtud de lo antes expuesto considero que el grupo se encuentra habilitado para presentar el acto de defensa de tesis sobre:

EL LENGUAJE ICÓNICO COMO ESTRATEGIA METODOLÓGICA EN LA EDUCACIÓN DE LOS ALUMNOS DE PRIMERO Y SEGUNDO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DEL COLEGIO "SANTA CLARA DE ASÍS" DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO - TABACUNDO. Durante el período 2004- 2005

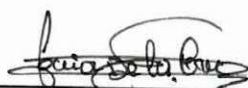
A handwritten signature in black ink, enclosed within a thin oval border. The signature appears to read 'Luis G. López'.

**Dr. Luis G. López
Director de Tesis**

AUTORIA

El análisis del contenido de la presente tesis, se responsabilizan las autoras:

DE LA CRUZ ESPINOZA SONIA ALEXANDRA	170791133-3
GORDON G ONZALEZ MARIA ELENA	170498185-9
MOYANO BONILLA HILDA LEONOR	170129010-6



DE LA CRUZ E. SONIA A



GORDON G. MARIA E.



MOYANO B. HILDA L.

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con todo cariño y respeto a mis queridos Padres, por todo su ejemplo, sacrificio, esfuerzo y afán al darme una educación y a la vez profesión de la cual dependerá mi futuro.

A mi esposo y hermanos, por su comprensión, su tiempo, y su constante apoyo para culminar mi carrera Universitaria

De una manera especial a mi amado hijo, que sepa que el ejemplo es una de las mejores estrategias didácticas y la más eficiente forma de convencimiento personal.

He culminado mis estudios para decirles a todos con una sonrisa en los labios:
Dios les pague y que ¡Nunca es tarde para comenzar!

SONIA A DE LA CRUZ ESPINOZA

Con amor esta tesis va dedicada a Dios mi creador, a mi querida madre, a Galo mi esposo, compañero y amigo quien siempre está a mi lado brindándome su apoyo.

A mis hijos: Galo Santiago y Daniel Alejandro por su amor, comprensión y apoyo incondicional.

A mis hermanos, hermanos políticos, sobrinos y demás familiares quienes comparten con amor mis triunfos.

Y cada uno de los profesores que luchan porque el mundo y en especial nosotros seamos cada día mejores.

MARIA ELENA GORDON G.

Gracias a Dios y la bondad de nuestra Madre Santísima, manifestadas en las personas que, sin mirar sacrificios, han hecho todo lo posible para que logremos culminar nuestra carrera profesional y así servir a nuestro amado instituto.

El presente trabajo va dirigido con onda expresión de gratitud a mis queridos maestros que con su ética profesional supieron animarnos a seguir adelante, hasta llegar a la meta tan anhelada.

A la Rvda. Hna. Maria del Socorro Bravo, Superiora General, A la Rvda Hna Lucía Antonia Arteaga actualmente Provincial, supieron darme el apoyo moral, espiritual, intelectual y material, para obtener u respaldo y formar en mí un ser útil al Instituto, la Iglesia y la Patria.

A mis queridos Padres que desde el cielo me bendicen, me ayudan y me acompañan, a mis hermanos y sobrinos; para todos la hermosa flor de la gratitud.
Que el Divino Maestro los bendiga siempre.

HNA HILDA L MOYANO B.

RECONOCIMIENTO

Al Dr. Luis López, nuestro
más profundo agradecimiento
por su comprensión y ayuda.

Más que tutor fue el amigo
y compañero que supo
ganar nuestra eterna gratitud.

Su inmensa calidad humana,
su experiencia y sus conocimientos
fueron el soporte permanente para
culminar con éxito nuestro propósito
académico.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios y a María Santísima, manifestada en las personas que sin mirar sacrificios, han hecho todo lo posible para que logremos culminar nuestra carrera Universitaria ya que nuestra preparación redundara en beneficio de nuestros educandos.

Al culminar el presente trabajo hacemos extensivo nuestros más sinceros agradecimientos a dilectos profesionales, amigos y familiares que nos ayudaron desde diferentes instancias, no podemos dejar de mencionar a los Srs. Arq. Francisco Ulloa.- Rector de Universidad Técnica de Cotopaxi, Msc. Amable Ronquillo.- Director Académico CC. A.A. H H. Y H., Ing. Medardo Ulloa.- Centro Asociado Quito, y a todo los profesores de dicha entidad, quiénes nos impartieron sus sabios conocimientos de los cuales nos llevamos los mejores recuerdos.

Al Lcdo. Patricio Cisneros, al Msc. Carlos Jiménez Z. y demás amigos que con su estímulo y ayuda siempre nos estuvieron motivando para culminar con éxito.

Al Msc. José Monge quien no escatimo esfuerzo para brindarnos su ayuda en el campo estadístico.

A la Hna. Luz María Paucar.- Directora del colegio "Santa Clara de Asís", su personal docente, padres de familia y estudiantes, por su colaboración al permitimos realizar en esta Institución el trabajo investigativo.

A todos ellos mil y mil gracias.

INDICE

	Pág.
INDICE GENERAL	VII
RESUMEN	XIII
SUMARY	XIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	
1. EL LENGUAJE Y LA IMAGEN	3
1.1. El lenguaje de la imagen.	3
1.2. Características de la imagen	4
1.2.1. Iconicidad Abstracción.	4
1.2.2. Sencillez y complejidad	5
1.2.3. Denotación – Connotación	5
1.2.4. Monosemia – Polisemia	6
1.2.5. Estereotipo – Originalidad	7
1.3. Estructura de la imagen	8
1.3.1. La composición	8
1.3.2. Los planos	9
1.3.2.1. Tipos de planos	9
1.4. Recursos expresivos de la imagen	10
1.4.1. La comparación	10
1.4.2. La personificación	10
1.4.3. La metáfora	10
1.4.4. La hipérbole	11
1.4.5. La sinécdoque	11
1.5. Funciones de la imagen	11

1.5.1. Función de representación.	12
1.5.2. Función de alusión	12
1.5.3. Función enunciativa.	12
1.5.4. Función de atribución	12
1.5.5. Función de catalización de experiencias	12
1.5.6. Función de operación	13
1.6. La codificación visual	13
1.6.1. Código espacial	14
1.6.2. Código gestual	14
1.6.3. Código escenográfico	15
1.6.4. Código lumínico	15
1.6.5. Código simbólico	16
1.6.6. Códigos gráficos	16
1.6.7. Código de relación	17
1.7. Lectura de imágenes	17
1.7.1. Factores de análisis	18
1.7.1.1. Elementos	18
1.7.1.2. Estructuras	18
1.7.1.3. Significados	18
1.8. LENGUAJE AUDIOVISUAL – MUNDO AUDIOVISUAL	20
1.8.1. Medios y lenguaje	20
1.8.2. Hacia una definición del lenguaje audio visual	22
1.8.3. Características del lenguaje audiovisual	25
1.8.4. Uso del lenguaje verbal y visual	26
1.8.5. La aplicación del audiovisual en la clase.	27
1.8.6. Pedagogía Tecnológica.	29
1.8.7. Educación y medios de comunicación	30
1.8.8. Estadios de Piaget	33
1.8.9. La posibilidad de la utilización de los medios masivos en la educación.	35
1.9. EL LENGUAJE ICÓNICO	37

1.9.1. Definición de icono.	40
1.9.2. Abstracción e Iconicidad.	41
1.9.3. Lenguaje verbal y lenguaje icónico	43
1.9.4. Semejanzas y diferencias del lenguaje icónico y verbal	46
1.9.4.1. Ventajas derivadas de la combinación de códigos verbales e icónicos para la realización de diversas tareas cognitivas.	49
1.9.4.2. Consideraciones didácticas.	51
1.10. LA HISTORIETA	53
1.10.1. Denominaciones de las historietas.	53
1.10.2. Lenguaje y composición de la historieta.	54
1.10.3. La historieta como medio de aprendizaje.	55
1.11. EL CÓMIC	56
1.11.1. Definición del comic.	56
1.11.2. Características del comic.	57
1.11.3. Cómo hacer un comic.	58
1.11.4. Ventajas del comic.	60
1.11.5. Inconvenientes del comic en el aula	61
1.12. EL TEBEO	61
1.12.1. Análisis de los componentes del tebeo.	61
1.12.1.1. Lenguaje visual	61
1.12.1.2. Lenguaje verbal.	64
1.12.1.3. Signos convencionales.	65
1.12.1.4. Objetivos del uso del tebeo en la enseñanza	66
1.13. LA CREACIÓN DE PERSONAJES.	66
1.13.1. Expresiones anímicas y faciales.	66
1.13.2. El lenguaje.	66
1.13.3. El tamaño.	67
1.14. FUNCIONABILIDAD DE LAS DESTREZAS.	67
1.14.1. Destreza observar	67
1.14.2. Descripción	68

1.14.3. Destreza Criticar	70
1.14.4. Destreza Ilustrar	70

CAPITULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.	71
2.1. Caracterización del colegio "Santa Clara de Asís"	71
2.2. Encuesta aplicadas a los maestros de primero y segundo año de Educación Básica.	73
2.2.1. Análisis final de los cuadros estadísticos de los docentes	83
2.3. Test aplicado a los niños del primer año de educación básica.	84
2.4. Test aplicado a los niños de Segundo Año de educación básica.	96
2.5. Cuadro comparativo de destrezas de niños de primero y segundo año de E.B.	108
2.6. Datos de padres de familia de primero y segundo año de Educación básica.	109
2.6.1. Análisis de los cuadros estadísticos de los Padres de familia.	119
2.7. Verificación de la hipótesis.	119

CAPITULO III

3. PROPUESTA	120
3.1. Tema	120
3.2. Introducción.	120
3.3. Justificación	121
3.4. Objetivos.	122
3.4.1. Objetivo General.	122
3.4.2. Objetivos Específicos.	123
3.5. Fundamentación.	123
3.5.1. Fundamentación Filosófica	124
3.5.2. Fundamentación Epistemológica	124
3.5.3. Fundamentación Axiológica.	125
3.5.4. Fundamentación Sociológica	125
3.5.5. Fundamentación Psico – Pedagógica.	125

3.6. Factibilidad	126
3.7. Impacto	126
3.8. Plan de Ejecución	127
3.8.1. Procesos.	127
3.8.2. Técnicas.	133
CONCLUSIONES	145
RECOMENDACIONES	146
BIBLIOGRAFÍA	147
ANEXOS	
PRESUPUESTO	
CRONOGRAMA	

RESUMEN

La presente investigación "El lenguaje icónico como estrategia metodológica en la educación de los alumnos de 1ero y 2do año de Educación Básica, del Colegio "Santa Clara de Asís" del Cantón Pedro Moncayo, tiene como finalidad contribuir de manera práctica al mejoramiento del proceso educativo.

La educación en sus inicios se realizó en base a íconos, que han sido utilizados en muchos ámbitos, como por ejemplo en las señales de tránsito, las gigantografías, etc. que vasta observar para entender su mensaje.

En el mundo moderno la imagen desempeña un papel fundamental como instrumento de comunicación social. Su influencia es muy importante y significativa especialmente en los maestros, estudiantes y padres de familia, ya que introduce modelos de comportamiento, actitudes, formas de vida, incluso orientan y generan necesidades. Los íconos son un hecho cotidiano, una realidad a la que todos se encuentran expuestos e inmersos.

Es un proyecto factible, innovador pues nos permite presentar esta propuesta basada en el diagnóstico y la observación científica del problema, apoyada en una investigación de campo. Es viable porque cuenta con el apoyo de las autoridades del plantel. Los resultados de la investigación demuestran que el rendimiento escolar no es satisfactorio, porque la institución no cuenta con una cultura iconográfica, los únicos autores del proceso educativo son los maestros.

Toda la comunidad educativa de esta institución, se beneficiará de este trabajo, para iniciar ya sea la lectura pictográfica, con la cual los niños inician su proceso de inter – aprendizaje de la lectura nacional, lo que convalida y garantiza el éxito de esta investigación.

SUMMARY

The present investigation "the iconic language like methodologic strategy of the students of 1ero and 2do Basic year of Education, of the School" Santa Clara de Asi's "of the Pedro Corner Moncayo, has like purpose of contributing of practical way to the improvement of the educative process.

The education in its beginnings was made on the basis of íconos, that have been used in many scopes, like for example in the transit signals, the gigantografías, etc. that vast to observe to understand its message.

In the modern world the image plays an important role like instrument of social communication. Its influence is very important and significant specially in the students, since it introduces models of behavior, attitudes, life forms, even they orient and they generate necessities. The icónos are a daily fact, a reality to which our students are exposed and immersed.

To assume an intelligent attitude, incorporating the iconic education in the educative project, like inescapable necessity to properly make of our future students citizen intelligent consumers alphabetized in the iconic language and audio line of vision, that is able to decipher the messages of rational way

It is a feasible project, because it allows to present/display one this based proposal in the diagnosis and the scientific observation of the problem, supported in an investigation of field. It is viable because it counts on the support of the authorities of the establishment. The results of the investigation demonstrate that the scholastic yield is not satisfactory by the following causes: lack of control of the family parents, by absence in the home, works the spouses, the low level of instruction of the representatives does not allow to guide and to control the scholastic tasks, the little use of active methodologies on the part of the teachers.

All the educative community of this institution, will benefit from this work, to initiate or the pictográfica reading, with which the children initiate their process of Inter - learning of the notional reading, which confirms and ensures the success of this investigation.

INTRODUCCIÓN

La Educación en nuestro país enfrenta en la actualidad un alto índice de heterogeneidad; por lo que los maestros/as de educación básica han mostrado una constante preocupación e intentos por optimizar los procesos de inter - aprendizaje.

En este marco el maestro/a del nivel primario tiene que recurrir a múltiples estrategias para generar aprendizajes significativos.

Por esta razón y considerando el bajo rendimiento académico la desmotivación y falta de interés de los estudiantes del Colegio "Santa Clara de Asís" del Canto Pedro Moncayo – Tabacundo. Se ha visto la necesidad apremiante de buscar las causas que conllevan a esta situación y dar su respectiva solución.

La primera parte de este trabajo, que constituye el proyecto inicial de la investigación, contiene los antecedentes y justificativos del proyecto, relacionados con la necesidad de encontrar soluciones a los problemas más inquietantes que ocasiona el bajo rendimiento escolar. Se presenta la formulación y delimitación del problema y las interrogantes que guiaran la investigación. Luego se plantea los objetivos por el mejoramiento de procesos educativos. Consta también la metodología aplicada en la presente investigación científica su modalidad, técnicas e instrumentos utilizados.

En el primer capítulo encontramos la fundamentación teórica, conceptos, definiciones e importante marco teórico referente al lenguaje icónico, lectura de imágenes y medios de comunicación.

En este capítulo nos referimos a palabras escritas e imágenes , como un resultante de lo que la tecnología nos trae en los tiempos actuales, podría pensarse desde una simple observación, que hay un desbalance y hasta una lucha entre los dos aspectos enunciados, y así, nos encontramos con que los padres de familia y los maestros en su papel de educadores, formados en los moldes y en los parámetros tradicionales, sienten que los textos, los signos y la literatura en la que viene aplicada la palabra escrita traban una lucha, una guerra sostenida contra la imagen, sobre todo la televisada, la que llega a través de esos aparatos que se meten en las casas, que invaden los hogares que absorben la atención sobre todo de niños y jóvenes y con el desarrollo de la tecnología

y la innovación que incluye a los computadores y al INTERNET, podemos considerar a estos elementos tecnológicos como aliados del proceso educativo, de enseñanza- aprendizaje, así tendremos un enriquecimiento mutuo. Con la lectura de imágenes, las palabras nunca desaparecen estas son básicas para construir imágenes entonces ya no se hablara de imagen versus palabra si no de imágenes y palabras juntas enriquecidas y conjuncionadas.

En el segundo capítulo presentamos el análisis e interpretación de los resultados de la investigación de campos aplicados a maestros, padres de familia y estudiantes, se lo hace en tres instancias: Presentación de tablas, su representación gráfica y el análisis correspondiente, verificamos la hipótesis y terminamos con conclusiones y recomendaciones.

En el tercer capítulo se desarrolla la propuesta de, "Estrategias metodológicas para el manejo y aplicación del Lenguaje icónico dirigido al personal docente de los primeros y segundos años de Educación Básica, cuyo objetivo pretende alcanzar el mejoramiento de la enseñanza - aprendizaje. Y orientar la formación integral de los educandos.

Esta propuesta sin lugar a duda constituye un aporte valioso para los docentes.

Aspiramos recibir los comentarios críticos y sugerencias para enriquecer aun más esta investigación.

CAPITULO I

EL LENGUAJE Y LA IMAGEN

"Las imágenes proliferan por todas partes, la realidad es lo que se ve."

¿Es verdad que lo que vemos es un reflejo de la realidad?

¿Estamos disfrutando de una golosina visual?

1.1. El lenguaje de la imagen

La imagen es una presencia vivida y una ausencia real, una presencia-ausencia". Una imagen es, a la vez, ella misma y el objeto ausente que representa.

El entorno iconográfico que nos rodea multiplica la realidad y no cesa de cambiar. Como consecuencia se amplía también la actividad perceptiva. El mundo de la percepción llega a sustituir al mundo de las condiciones reales en que se desarrolla nuestra existencia. Nos abre horizontes a otros posibles modos de vida reales o inventados a través de las imágenes.

Las imágenes publicitarias no nos dicen sólo cómo son las cosas, sino que presentan sus caracteres de tal forma que la vida en imagen parece más atractiva, más sugerente que la vida misma. La imagen se impone por encima de nuestra toma de conciencia, se salta la barrera de todo razonamiento consciente. Sólo el uso de este lenguaje y la aceptación de sus leyes comunicativas nos darán la agilidad psicológica para enfrentarnos críticamente a los modelos y valores que nos vienen propuestos.

Preguntas:

1) ¿Qué te sugieren estos textos?

2) ¿Cuándo vemos la imagen de una playa paradisíaca de nuestras costas ecuatorianas, nos sentimos ante una imagen o ante la realidad sugerida?

1.2. Características de la imagen

La imagen alude a algo, representa algo, es imagen de algo. Las imágenes actúan como signos de algo ajeno. La escultura es una imagen del modelo, la fotografía es una imagen del paisaje, el prospecto publicitario muestra imágenes del producto que anuncia,... La relación entre imagen y realidad está tan mecanizada, tan asimilada por nosotros que nos lleva a sentirnos más ante lo real representado que ante su imagen, lo cual puede ser una identificación peligrosa.

Hay una serie de características que poseen en diferente grado todas las imágenes. Las propiedades concretas de una imagen vendrán dadas por la particular concreción que en ella tengan las siguientes características:

1.2.1. Iconicidad-Abstracción.

La iconicidad alude a la semejanza de la imagen con la realidad exterior. La iconicidad es la capacidad que posee la representación de algo para producir en nosotros un efecto visual similar al que nos produce la realidad representada. Mientras más similar sea el efecto, más icónica será la representación.

La abstracción supone que la imagen no tiene parecido con una realidad concreta, puede ser producto de la fantasía (imágenes surrealistas) o relaciones arbitrarias (señal de tráfico: prohibido el paso). En algunos casos la representación no existe y la imagen se convierte en realidad autónoma (pintura abstracta)

Ejemplos de una escala de iconicidad:

- modelo tridimensional (maqueta)
- mapa en tres dimensiones
- fotografía o proyección sobre un plano
- dibujos, carteles, prospectos

- esquema anatómico, mapa geográfico (simplificación)
- organigrama de una empresa (sustitución de elementos por símbolos)
- esquemas de formulación (conexiones lógicas), espaciales (relación entre elementos abstractos)
- descripción en palabras (textos) o fórmulas algebraicas (ecuaciones)

1.2.2. Sencillez-Complejidad

La sencillez o complejidad de una imagen depende de la estructura del objeto, la cantidad de elementos que contiene, el modo en que se plantean las relaciones entre ellos (cantidad y tipo de relaciones entre elementos) y la comprensibilidad de la significación de las relaciones establecidas.

1.2.3. Denotación-Connotación

La descodificación de una imagen se lleva a cabo desde nuestro universo mental, en el que consciente o inconscientemente, conservamos un gran número de relaciones emocionales entre escenas y sentimientos, entre visiones y emociones. Así nacen las sugerencias, las connotaciones, muy relacionadas con el mundo interior de cada persona, lo que provoca múltiples matizaciones y divergencias interpretativas.

La connotación supone la asociación de la imagen con determinados sentimientos. Se han elaborado escalas cerradas para la valoración de las connotaciones siguiendo la técnica del diferencial semántico de Osgood. Se proponen, entre otras, la valoración de las siguientes connotaciones (lo cual puede reforzar algunas connotaciones e impedir la aparición de otras no contempladas):

Cálido/frío

Vivo/muerto

Rico/pobre

Ordenado/desordenado

Masculino/femenino

Agradable/desagradable

Natural/artificial

Tenso/relajado

Débil/fuerte

Viejo/joven

Alegre/triste

Superficial/profundo

Malo/bueno

Antiguo/moderno

Etc.

Para analizar las sugerencias y connotaciones que una imagen provoca en niños pequeños se puede utilizar el dibujo.

1.2.4. Monosemia-Polisemia

Las imágenes polisémicas serán aquellas que posibilitan diversas interpretaciones. En la recepción de los mensajes el público está influido por un contexto personal y social que matiza el significado original, provocando la aparición de diferentes sentidos para idénticas imágenes. La interpretación será homogénea en grandes sectores con bases culturales comunes, en similares condiciones espaciales y temporales.

La polisemia de las imágenes nace de las connotaciones o sugerencias que provocan las relaciones entre los distintos elementos de la imagen, de la interpretación de las figuras en sus contextos, de la interacción entre las formas y los significados.

La polisemia icónica es calculada y programada por los creadores de imágenes para entrar en conexión con los sentimientos, creencias y tendencias arraigadas en el público al que va destinado el mensaje. Se contempla un mensaje y se responde a él con mayor intensidad cuanto mayor es el

ajuste de sus propuestas a la satisfacción aparente de necesidades humanas básicas. Esta satisfacción se produce a través de la identificación de los espectadores o receptores con los protagonistas de los mensajes.

1.2.5. Estereotipo-Originalidad

La masificación de la comunicación por imágenes produce la repetición de esquemas, la propagación del estereotipo, la insistencia en estímulos conocidos y redundantes de modo que ya no nos llaman la atención.

Algunas imágenes nos sorprenden porque son originales, tienen un toque diferente (innovación) en lo que representan o en la forma gráfica de representarlo, en el tema o en la composición de la imagen.

La reflexión y discusión en el aula sobre estas características aplicadas a imágenes concretas (grado de iconicidad de una imagen, grado de polisemia,..) es útil porque fomenta en los alumnos una actitud activa frente a las imágenes y se hacen conscientes de encontrarse ante una imagen diseñada con determinados propósitos.

Se podría utilizar como instrumento práctico de análisis global de las imágenes siguiendo las características citadas una escala gradual múltiple en la que se podrá recoger el perfil de una imagen concreta.

Escala gradual múltiple

Iconicidad	-----	Abstracción
Sencillez	-----	Complicación
Monosemia	-----	Polisemia
Denotación	-----	Connotación
Estereotipo	-----	Originalidad

También se podría incluir entre las características de la imagen la fidelidad de la misma con aquello que refleja. La fidelidad se suele identificar con alta iconicidad pero una imagen será representación

fiel cuando sea capaz de sustituir adecuadamente su presencia, aunque incluya altos grados de abstracción. La fidelidad se basa en la correspondencia entre el significado que el emisor pretende transmitir con la imagen y el sentido que nosotros captamos al recibirla.

1.3. Estructura de la imagen

La imagen gráfica se puede definir como una información elaborada por un emisor con un material (elementos gráficos), que se ordena según una estructura y un punto de vista, haciendo uso de un código y de unos recursos expresivos, para dirigirse a un receptor.

1.3.1 La composición

La composición de una imagen consiste en la organización de sus elementos en un espacio determinado. La relación entre los elementos y el espacio en que se colocan deberá ser de equilibrio.

Posibilidades de composición:(transmiten diferentes significados)

TIPO DE COMPOSICIÓN:

Tipo de composición:	Sugiere:
Composición horizontal: predominan las líneas horizontales	Equilibrio, calma, quietud...
Composición vertical: se destacan las líneas verticales	Acción, fuerza, tensión...
Composición diagonal: predominan líneas diagonales	Desequilibrio, originalidad...
Composición cíclica: predominan las líneas curvas	Complicación, dinamismo, movimiento...

1.3.2. Los planos

El plano es el espacio o "campo" que presenta o reproduce una imagen en relación con sus componentes. El plano que se utiliza en cada imagen está en función de las necesidades expresivas del emisor o de las particularidades del tema. Cada plano tiene una significación.

1.3.2.1. Tipos de planos.

a. Planos largos: muestran más espacio que objetos

Gran plano general (GPG):

Muestra un espacio enorme. No destaca ningún elemento

Función descriptiva. Imágenes de presentación

Plano general (PG):

Predominio del espacio sobre los elementos. No destaca ningún elemento aunque se reconocen.

Introduce los relatos. Saltos en el tiempo. Cambio de escenario.

Plano de conjunto (PC):

Aparece un elemento que destaca en un espacio extenso

Función descriptiva. Acercamiento a la acción

b. Planos medios: muestran un equilibrio entre espacio y objetos

Plano medio (PM):

El sujeto predomina sobre el ambiente en que se encuentra. Es el plano más utilizado

Equilibrio espacio-sujeto. Función narrativa. Importancia expresiva del tema.

Plano americano (PA)

Muestra la figura humana de la cabeza a las rodillas.

Mostrar conversaciones de los personajes.

c. Planos cortos: muestran más objetos que espacio

Primer plano (PP):

Presenta una parte esencial del tema que se desea destacar. Evoca la totalidad del sujeto. Lectura fácil y rápida

Valor expresivo, narrativo. Subrayar, destacar, matizar algún detalle.

Gran primer plano (GPP):

Plano de detalle, no es suficiente para reconocer la totalidad, no posee referencia espacial

Gran poder de atracción.

1.4. Recursos expresivos de la imagen

Se pueden adoptar los recursos expresivos de la lengua en la composición de la imagen, lo que provocará un mayor impacto y llamada de atención en los receptores.

1.4.1. La comparación

La comparación consiste en exponer dos elementos para que puedan establecerse las cualidades que tienen en común y las que los diferencian.

1.4.2 La personificación

Consiste en dar a los objetos cualidades humanas, rasgos propios de las personas. Los publicistas utilizan este recurso para "humanizar" el producto.

1.4.3. La metáfora

Se trata de sustituir lo que se quiere mostrar por otra cosa con la que tiene algún punto de contacto. Ej.: Se anuncia una mermelada sustituyendo el tarro por la fruta de la que procede esa mermelada.

1.4.4. La hipérbole

Consiste en utilizar una exageración para destacar la expresión, consiste en exagerar los rasgos de una persona o cosa, ya por exceso "veloz como el rayo" ó "érase un hombre a una nariz pegado", "más blanco que la nieve", ya por defecto "más lento que una tortuga". Y que llevan implícita una comparación o una metáfora.

1.4.5. La sinécdoque

Se trata de mostrar un objeto presentando sólo una parte del mismo (la parte con mayor valor iconográfico) de modo que se pueda imaginar lo que falta. También viceversa, se nombra un todo para referirse a una de sus partes. Ej.: Se presenta la imagen de un avión para referirse a la gasolina.

1.5. Funciones de la imagen

Podemos distinguir tres funciones fundamentales de la comunicación por imágenes: la informativa (mostrar una realidad: se capta un trozo de vida para poder evocarlo o mostrarlo), la recreativa (se elabora por diversión (función expresiva) -el niño se divierte dibujando- o para agradar: imágenes decorativas, agradables de ver -posters, bodegones,...-) y la sugestiva (intenta convencer).

Si los mensajes publicitarios se ajustaran a su cometido teórico de informar a los consumidores para orientar su libertad de elección, cada anuncio trataría de presentar, de la forma más clara posible, datos precisos y concretos de las características del producto promocionado (materiales con los que está construido, ingredientes, peso, usos reales,...), sin embargo, en la mayoría de los casos no se habla de nada de esto. No es la historia del producto sino una historia en la que el producto aparece en relación a los protagonistas.

La función sugestiva de la imagen es la más interesada: pretende obtener algo de nosotros, no dárnoslo. La imagen publicitaria y la propagandística tienden a que compremos un producto o nos adscribamos a una actitud o una idea. Es una función proselitista que trata de ganar adeptos, vendernos algo.

Las imágenes subliminales son aquellas que aun no siendo aparentemente captadas por el individuo, llegan hasta su cerebro y se registran en él de forma inconsciente, imposibilitando cualquier filtraje crítico. Las técnicas subliminales intentan influir en las decisiones de los

consumidores sin que éstos sean capaces de percibir ningún tipo de manipulación subyacente en el mensaje que se somete a su consideración. Se trata de un proceso sensorial que se desarrolla bajo el umbral de la percepción humana.

En cuanto a las **funciones de la imagen en la enseñanza**, podrían apuntarse las siguientes: (Rogríguez Diéguez, 1996)

1.5.1 Función de representación

En este caso se trata de una ilustración en la que se sustituye una realidad por una representación que se pretende análoga a la realidad originaria. Se trata de mostrar una realidad. Ej. Retratos de personajes, reproducciones de objetos,...

1.5.2. Función de alusión

Se trata de imágenes que ilustran, alegran o complementan un mensaje verbal pero que no son necesarias para la comprensión del mensaje.

1.5.3. Función enunciativa

Son imágenes que tratan de predicar o enunciar algo en relación a un determinado objeto o lugar. Ej. Señales de tráfico,...

1.5.4. Función de atribución

Supone la presentación de una información específica de modo adjetivo a través de imágenes. Ej. Gráfica con una curva de evolución, mapa...

1.5.5. Función de catalización de experiencias

La imagen pretende la organización de lo real ya conocido, no transmitir nuevas informaciones. Ej. Ilustración que presenta distintos tipos de frutas, una serie de animales salvajes, una bici y una moto (para compararlos),...

1.5.6. Función de operación

En este caso la imagen trata de indicar cómo realizar una determinada actividad. Orientada al desarrollo de destrezas y habilidades. Ej. Figura para colorear o recortar, imagen de cómo montar una estantería, cómo realizar una figura geométrica, un barco de papel.

1.6. La codificación visual

Las características de la imagen (iconicidad, sencillez, monosemia, connotación, originalidad) pueden utilizarse para reforzar intencionalmente el sentido de un mensaje icónico en el momento de crearlo.

También existen técnicas de composición cuyo empleo puede servir para influir sobre esas características. Dondis las denomina "técnicas de comunicación visual" y las agrupa en los siguientes pares:

equilibrio-inestabilidad; simetría-asimetría; regularidad-irregularidad; unidad-fragmentación; economía-profusión; reticencia-exageración; predictibilidad - espontaneidad; actividad - pasividad; sutileza - audacia; neutralidad - acento; transparencia - opacidad; coherencia - variación; realismo - distorsión; plano - profundo; singularidad - yuxtaposición; secuencialidad - aleatoriedad; agudeza - difusividad; continuidad - episodicidad.

La diferencia entre características y técnicas está en la posibilidad de apreciar cada par de características en cualquier imagen, mientras que las técnicas son formas de ordenar el continente y de facilitar la lectura sin que supongan mensaje en sí mismas. Estas técnicas pueden incluirse dentro del código de relación entre los elementos que forman el conjunto de la imagen.

Los factores de codificación se deben tener en cuenta en el momento de planificar la creación de mensajes para no introducir contenidos o sugerencias inadvertidas o indeseadas. También deben ser tenidos en cuenta a la hora de enfrentarse con los mensajes creados por los demás (lectura de imágenes).

La imagen está construida por un autor que, con ayuda de determinados instrumentos, establece vínculos entre la identidad visual de su creación (imagen) y lo que ésta representa para quienes la contemplamos.

Las imágenes actúan como representaciones codificadas de realidades externas a ellas, transmitiendo datos y sugerencias.

Las imágenes incorporan códigos comunicativos generales, que existen en nuestra interacción directa con el entorno (gestualidad, simbología), y códigos específicos (gráficos, relación compositiva). Los códigos son de origen cultural, lo cual implica que su acción provoca diferentes efectos según la época o el lugar.

La percepción tiene en cuenta una jerarquización figura-fondo por la que se distingue un tema protagonista en un entorno. Cuando tema y entorno adquieren valoraciones equiparables, nuestro sistema perceptivo duda en la elección, dándonos sentidos alternativos para la misma representación. Lo vertical, lo horizontal, lo pequeño y lo regular suelen identificarse con el tema protagonista, mientras que lo oblicuo, lo grande y lo irregular tienden a ser percibidos como entorno, como fondo.

1.6.1. Código espacial

Cuando se hace una fotografía o se pinta un cuadro, se plasma una parcela (no todo) de lo que se puede ver. Habrá que elegir la amplitud del campo de trabajo y el punto de vista desde el que se contempla (arriba, abajo, derecha, izquierda...). Es lo que se llama "**encuadre**" y da una idea de nuestra posición física. La posición del observador es fundamental en la creación de sentido de algunas imágenes que provocan la complicidad entre el observador y el personaje, facilitando la identificación. Una misma realidad puede ser reflejada desde infinitos encuadres físicamente accesibles y el fotógrafo o pintor sólo nos transmiten la visión desde uno, lo que se presta a transmitir una imagen más o menos objetiva o distorsionada de la realidad.

Cuanto menor sea el espacio seleccionado más probabilidades habrá de transmitir una idea distinta a la realidad que se pretende mostrar (falta de contextualización).

1.6.2. Código gestual

Los gestos tienen una significación clara y directa en la comunicación humana. Pueden expresar diversas actitudes, intenciones y estados de ánimo (quietud, nerviosismo, alegría, tristeza, tormento, serenidad, autoritarismo, benevolencia,..).

Su importancia dentro de la creación de mensajes (imagen fija) estriba en que su protagonismo puede resultar potenciado al independizar un ademán o una expresión de los que lo rodearon cuando se produjo.

La gestualidad es utilizada en grado máximo en la elaboración de historietas y de caricaturas. Hasta el grado de que también los objetos poseen su gestualidad, dando por medio de su posición sensación de rigidez, abandono, quietud,...

La publicidad articula sus mensajes reforzando las sugerencias gestuales.

1.6.3. Código escenográfico

Los protagonistas principales de las imágenes están rodeados de una serie de aditamentos que ambientan y adjetivan su presencia. El vestuario, maquillaje, arreglo personal, objetos de uso, ambiente en que está situado,... nos aportan datos sobre su personalidad, sus gustos, sus circunstancias temporales, espaciales y de relación social.

A la hora de construir mensajes, la escenografía es un instrumento para la creación de matizaciones significativas. También puede colaborar en la presentación deformada de la realidad. Se pueden presentar las cosas mucho más bonitas de lo que se pueden ver en la realidad (verduras frescas, frutas perfectas, cocinas enormes, chicas guapísimas,...).

1.6.4 Código lumínico

Las posibilidades de variar la cantidad y tipo de luz de una imagen son enormes (luminosidad del objeto, luz natural, iluminación artificial, filtros, tiempo de exposición y abertura del diafragma, sensibilidad de la película, proceso de revelado y positivado) y tienen repercusiones en el significado y belleza de la imagen. La luz directa produce sombras más fuertes que la luz reflejada.

También se puede jugar con la posición desde la que se ilumina el objeto: luz frontal, iluminación posterior, lateral, desde arriba o abajo. Tiene distintas repercusiones: la luz frontal aplasta los objetos contra el fondo, la iluminación posterior permite separar las figuras del fondo, la iluminación lateral produce relieve pero si no es equilibrada acentúa contrastes deformantes. Los efectos de inquietud o de terror siempre van acompañados de una iluminación especial que está intencionalmente desequilibrada para subrayar el desasosiego.

Los colores tienen asociados distintos significados aunque no siempre se mantienen. Actualmente se admite que los colores calientes (rojos y amarillos) transmiten sentimientos de euforia, optimistas, fortaleza; los colores fríos (verdes y azules) son relajantes, pesimistas, débiles.

1.6.5. Código simbólico

Cuando la representación visual de una persona o una cosa es entendida como representación de algo más amplio que la cosa o persona concretas (organizaciones, ideas, conceptos,...), estamos ante un proceso comunicativo de carácter simbólico. Para que una imagen determinada simbolice algo sólo es necesario que admitamos ese significado. (La cruz como símbolo religioso, los símbolos de los bancos, logotipos de empresas, determinados personajes: símbolos de juventud, elegancia,...)

Las relaciones entre los símbolos y aquello que simbolizan pueden establecerse por la existencia de analogías (calavera/ muerte) o de implicaciones causa-efecto, o por puras convenciones libremente pactadas (paloma/ paz).

Toda comunicación simbólica implica un proceso de abstracción, puesto que se opera con conceptos, con realidades inmateriales. Se pueden establecer relaciones entre los símbolos. Los símbolos son instrumentos para el diseño de un mensaje concreto.

1.6.6. Códigos gráficos

La codificación gráfica está vinculada a los instrumentos técnicos con los cuales se elabora el mensaje visual (qué se utiliza para la confección de la imagen: pintura, pintada mural; tipos de objetivos: gran angular, teleobjetivos; grano fino o grueso de la emulsión de las películas, definición del diseño electrónico digital...). Estos instrumentos determinan particularidades formales que matizan el sentido total de las imágenes, identifican el mensaje con determinados estilos o comportamientos sociales e influyen en la exactitud de la representación y en nuestro modo de percibirla.

La utilización de un cuadro famoso le da al mensaje un valor artístico, la presentación al estilo de mensajes informativo sugerirá fiabilidad, etc.

Los objetivos con gran ángulo de visión aumentan la sensación de profundidad (distorsionan la realidad de modo que el objeto parece más grande), los teleobjetivos acercan el objeto y provocan sensación de aplastamiento, las imágenes digitales dan un efecto de frialdad.

1.6.7. Código de relación

La disposición de los elementos parciales que constituyen el conjunto de una imagen, dentro del espacio determinado por los límites del cuadro, establece relaciones espaciales entre ellos y puede convertirse en factor de jerarquización y de ordenación. Las relaciones pueden ser reales entre los objetos representados o pueden estar potenciados por la composición de la imagen, con ayuda de la codificación espacial y lumínico-cromática.

El respeto de las leyes de la perspectiva y del equilibrio entre las masas visuales dará armonía a la totalidad, mientras que los desequilibrios crearán tensiones internas entre los elementos del cuadro. Un esquema geométrico subyacente podrá dar estabilidad y coherencia al conjunto y servirá para dirigir la mirada del espectador en un determinado recorrido. También las relaciones entre los personajes y las cosas, por miradas, ademanes, señalamientos u oposiciones proxémicas, darán dinamicidad a la representación y harán que desplazemos por ella de una determinada forma, nuestra mirada e imaginación. En la publicidad se elabora con gran cuidado las relaciones compositivas.

1.7. Lectura de imágenes

Cuando se describe una imagen resulta difícil pormenorizar con detalle cada uno de los datos gráficos relevantes de la misma. Esto no quiere decir que no recibamos la información sino que parte de esa información no pasa por nuestra percepción consciente, son percepciones inadvertidas. La exploración analítica de las imágenes tiene como principal virtud el obligarnos a considerar reflexivamente todos los parámetros expresivos de la imagen abordada, evitando su acción inadvertida sobre nosotros.

Si se comentan las lecturas individuales, se verá que la aportación de datos se completa sin discrepancias. Por lo general, la imagen presenta una lectura objetiva, de manera que la realidad denotada puede ser reconocida sin discusiones. En cambio, las sugerencias (connotaciones) serán diferentes para cada sujeto, en función de su carácter, experiencia, ideología,

Hay dos criterios generales para leer las imágenes: el tipográfico y el gestáltico. La lectura tipográfica es la que sigue un método similar al utilizado en la lectura de un texto: desde el ángulo superior izquierdo al derecho y descendiendo hasta el ángulo inferior derecho. Este criterio resulta poco congruente. La lectura gestáltica supone ir analizando núcleos de atención. La impresión global obtenida al primer golpe de vista destaca el tema principal y a continuación se localizan centros de interés menores.

Según Moles, siguiendo la teoría de la información, cuando la cantidad de información de una imagen no es demasiado grande, la imagen se percibe como una totalidad (gestalt) jerarquizada. Por el contrario, si el mensaje es demasiado denso nos vemos obligados a explorar la imagen, lo que supone fijar un cierto número de puntos según un orden semideterminado hasta poder efectuar la integración necesaria para el nacimiento de un gestalt.

Las disputas teóricas se plantean en el campo de la fijación del sentido de las imágenes, en la reflexión sobre los caminos por los que provocan sugerencias en el público.

1.7.1. Factores de análisis

La imagen puede ser bastante compleja, de modo que la lectura habrá que hacerla por partes: identificación de cada uno de los elementos que aparecen en la imagen, cómo están estructurados (qué relaciones se establecen), qué significados transmiten.

En definitiva habrá que analizar:

1.7.1.1. Elementos.- Datos observados: gráficos y verbales

1.7.1.2. Estructuras.- Relación entre los elementos gráficos, entre éstos y los elementos verbales, tipo de composición, encuadre, tipo de plano, recursos, funciones: narrativa, descriptiva.

1.7.1.3. Significados.- Sugerencias de la imagen, sentimientos y emociones que produce, experiencias que nos recuerdan,... Los significados se descifran en nuestro cerebro sin necesidad de palabras, han sido preparados para ser entendidos y no razonados por los receptores. La lectura de los significados es muy personal y cada uno puede hacerla a su modo, las interpretaciones dependen de cada individuo.

El incremento de la capacidad de descodificación que los alumnos tienen ante las imágenes puede incrementarse con un trabajo de búsqueda de relaciones significativas.

El grupo investigador considera que para que el aprendizaje resulte eficaz, es absolutamente necesario que todos estos elementos se descubran mediante una metodología que combine la escritura con el análisis de imágenes, así, por ejemplo los alumnos pueden jugar a encuadrar imágenes de su entorno con la cámara fotográfica o de videos para descubrir los efectos y puedan al mismo tiempo observar la planificación utilizada en una serie de anuncios gráficos y descubrir la función de cada plano.

El análisis de la influencia de la imagen audiovisual en nuestro entorno y la necesidad de distinguir entre la imagen y la realidad.

La descripción exhaustiva de las características del lenguaje de las imágenes y sonidos, y de las connotaciones significativas de la interacción de los parámetros.

Desde nuestro punto de vista dos son los grandes objetivos que atañen a la enseñanza audiovisual de los alumnos en todos los niveles: por un lado, la evidenciación de la imagen como lenguaje, como dispositivo arbitrario y deliberado de significación y por otro lado, su utilización manipulativa por los grupos de poder con fines propagandísticos, publicitarios de imposición de modas, estilos y conductas en orden de la consolidación de un determinado orden social, institucional o político.

En definitiva tendremos que analizar desde el punto de vista crítico y creativo todo los parámetros (elementos, estructuras y significados) de las imágenes, ser capaces de interpretar , crear y no ser unos simples copiadoreos o expectores conformistas , esperando que todo nos den pensando, haciendo y diciendo.

1.8. LENGUAJE AUDIOVISUAL - MUNDO AUDIOVISUAL

1.8.1. Medios y Lenguaje

"Profesores e investigadores están todavía agarrados al mundo escrito¹". Esta afirmación se publicaba en 1984 [Tosi, 1984] y pertenece al Prefacio escrito por Aart C. Gisolf, Presidente de la International Scientific Film Association. No se trata, por supuesto, de atacar o invitar a dejar de lado los libros. Es una constatación.

Como también es una constatación que también entre los "expertos en el audiovisual educativo" persiste esa concepción. Para un autor de prestigio como Cromberg [1971] únicamente resulta interesante el conocimiento conceptual basado en el lenguaje verbal. Otro tipo de conocimiento, que "puede quizás existir", es superficial, no es crítico ni racional. Esta concepción sigue subyacente en el pensamiento de autores actuales. Como veremos más adelante en la parte dedicada a la realización de los programas en vídeo, también muchos realizadores de audiovisuales educativos en España trabajan anclados en una concepción verbalista, generalmente no reconocida por ellos mismos, pero real e inmediata en la práctica de su trabajo.

El punto de partida para este planteamiento está en el término fuertemente acuñado "Medios Audiovisuales". Para muchos "expertos" el problema es únicamente de medios, no de concepción del conocimiento, no de lenguaje, no de mensaje implícito en el medio. Los medios audiovisuales son simples canales, mediante los cuales se comunica cualquier contenido. Este es el primer gran error: concebir que cualquier medio puede transmitir cualquier información, sea del tipo que sea.

Esta confusión se produce por una mala interpretación de aportaciones como la de Salomón [1992] cuando afirma que "la diferencia en la comunicación se produce, más que por las tecnologías de transmisión, por los sistemas de símbolos"². En nuestro caso se trata de constatar que el problema se centra fundamentalmente en el lenguaje audiovisual, no en el medio audiovisual. Pero esto no excluye, como él mismo afirma más tarde diferencias debidas a los medios. Salomón habla concretamente de los efectos psicológicos a causa de las tecnologías.

¹ **TOSI. Prefacio escrito por Aart C. Gisolf, Presidente de la internacional Scientific F.A. 1984.**

² **SALOMON, G. "Las diversas influencias de la tecnología en el desarrollo de la mente" Madrid 1992**

Todo esto lleva a una situación de conflictividad permanente. Los niños viven en dos mundos distintos: el de la Televisión y el de la Escuela. Esta constatación lleva a los educadores a concebir la Televisión como un enemigo. Algunos autores han dictado seminarios sobre "Análisis de la Televisión" entre estudiantes de Ciencias de la Educación y Profesores en cursos de verano y puede asegurarse que, especialmente entre éstos últimos, la constatación era inmediata: no pretendían en la mayoría de los casos integrar la Televisión en sus proyectos educativos sino encontrar recetas fáciles para atacarla o limitar su influencia en los alumnos.

Existen algunas experiencias singulares que permiten comparar los efectos de una enseñanza fundamentalmente audiovisual con respecto a una tradicional. En el mundo occidental esto es ahora prácticamente imposible, pero sí ha sido posible realizar ese estudio en otras áreas geográficas. Un trabajo relevante fue el que se realizó a propósito de la introducción de la televisión educativa en Costa de Marfil [Babin y Kouloumdjian, 1985]. En este país africano el sistema escolar de nivel básico no podía atender al total de la población ni era posible realizar ese esfuerzo económico. Por ello se planteó un sistema alternativo, consistente en una enseñanza basada en contenidos transmitidos por televisión a grupos de alumnos, acompañados de un instructor que organizaba las actividades. El programa se realizó con ayuda de fondos exteriores y funcionó hasta que las primeras promociones de jóvenes estudiantes "televisuales" terminaron sus estudios y comprobaron que era absolutamente imposible integrarlos en las limitadas plazas de Enseñanza Secundaria. Por otro lado, estos adolescentes no encajaban en una sociedad tradicional en la que el respeto a la autoridad y sabiduría de los ancianos constituía la base de la convivencia. ¿Cómo compaginar ese respeto con el reconocimiento de que en ocasiones ellos, los niños, "sabían" más que los ancianos?

Estas y otras causas detuvieron la experiencia, pero en ese momento fue posible comparar los alumnos de una escuela tradicional que, por otro lado, no habían tenido prácticamente ocasión de ver Televisión, con los alumnos de la escuela televisiva. Algunas conclusiones recogidas de ese estudio por Babin son:

ALUMNO DE ESCUELA TRADICIONAL Y TELEVISIVA

Alumno de la escuela tradicional	Alumno de la escuela televisiva
Mayor sentido de la jerarquía, de la disciplina, de la obediencia	Más curioso y despierto
Vocabulario más preciso (al menos entre los mejores alumnos)	Resuelve mejor los problemas.
Mejores resultados en el campo de la escritura, la composición, la lógica conceptual, gramática y análisis	Saber global (no establece distinciones entre asignaturas)
	Activo, emprendedor y creativo.
	Menos diferencias debidas al maestro
	Los alumnos de mentes lentas o difíciles se pierden.
	Facilidad de expresarse.

En nuestra cultura occidental el problema además es diferente. Mientras en Costa de Marfil fue necesario diseñar los programas audiovisuales de modo que introdujeran progresivamente en las características de la forma del medio, en nuestra área cultural, como dice Babin, el lenguaje de los jóvenes es Audiovisual. Ya es audiovisual. ¿Lo recoge el sistema educativo?

1.8.2. Hacia una definición de lenguaje audiovisual

La expresión "Lenguaje Audiovisual" está siendo frecuentemente usada y con significados muy diferentes. Posiblemente sea muy difícil definir qué es el Lenguaje Audiovisual, pero al menos conviene clarificarlo suficientemente. Este apartado pretende concretar qué se entiende por Lenguaje Audiovisual cuando utilizamos esa expresión en todo este trabajo.

En primer lugar muchos autores lo identifican con Verbo-icónico. De hecho frecuentemente el autor de este trabajo ha oído invitaciones a usar el término "verbo-icónico " en lugar de "audiovisual".

El término verbo icónico hace referencia a la comunicación mediante palabras e imágenes. Sin embargo aquí nos referimos a ese modo de comunicarse característico de los Medios Av., en el que el mensaje se transmite mediante sonidos e imágenes. En ellos se transmiten mensajes verbales, tanto sonoros como visuales, así como mensajes no verbales, tanto sonoros como visuales. La clave del lenguaje audiovisual es que el significado del mensaje viene dado por la interacción sonido-imagen, dentro de un contexto secuencial. En el Lenguaje Audiovisual, tal como lo entendemos aquí, las músicas, los efectos sonoros, los ruidos y los silencios colaboran en la transmisión del mensaje, no como "fondo" o "complemento" sino conformando realmente el mensaje.

Existen abundantes ejemplos de productos audiovisuales que no pueden denominarse verbo icónicos, bien por no tener palabras, bien por incluir como elemento determinante del mensaje un fondo sonoro no verbal.

El término verbo icónico es aplicado también a los textos ilustrados, o al comic que contiene textos, por ejemplo, "bocadillos". Creo que no siempre es adecuada la utilización del término. En un texto con imágenes se perciben sucesivamente y de modo diferente mensajes verbales e icónicos, mensajes que después integraremos obteniendo una información conjunta; pero los mensajes son diferentes. Es como leer sucesivamente dos textos que posteriormente integramos. En el caso del audiovisual realmente el mensaje está conformado, en la percepción simultánea por dos canales de elementos, por un único mensaje. Pero no es intención introducir aquí elementos de discusión sobre este tema.

Una segunda concepción del Lenguaje Audiovisual es aquella que lo identifica con los modos de expresión y sistemas de codificación que, físicamente, tienen los medios audiovisuales. Conocer el lenguaje audiovisual sería básicamente conocer:

- Los programas se componen de secuencias y éstas de planos
- Los planos se clasifican en Primeros Planos, Planos Medios, etc.
- Los movimiento de cámara son panorámicas y travellings.

Ciertamente ése es el fundamento del lenguaje audiovisual. Existen abundantes experiencias que confirman que este es un código no natural que debe aprenderse ,que requiere destrezas similares

a las necesarias para leer, este código están en gran medida indeterminados y existen diferentes intentos de definirlo, interpretarlo sistematizarlo y "codificarlo"

Sobre este tema se ha escrito suficiente como para no extendernos aquí. Pero nos interesa recalcar que el Lenguaje Audiovisual va más lejos que esas codificaciones. De alguna forma es necesario explicar que realizadores que utilizan la planificación y los movimientos de cámara según esas reglas no acierten a salir de un discurso verbal ilustrado. Existe otro elemento relacionado con el hecho de que los mensajes queden realmente codificados mediante las imágenes y los sonidos, y no mediante las palabras clarificadas con imágenes. Gutiérrez M (1997) expresa. "Es posible que todo el problema se reduzca al hecho de que una cultura libresco constituye un verdadero obstáculo para comprender la significación de las imágenes" ³

Algunos autores sienten una especial atracción por la expresión "Lenguaje Total". Para algunos se identifica con lenguaje Audio-scripto-visual. En cualquier caso parece una aspiración de los educadores: "Sólo podrá utilizarse un lenguaje total en una escuela que vaya más allá de la simple transmisión de conceptos, es decir, una escuela que crea en la educación como enriquecimiento de experiencias"

El Lenguaje Audiovisual va más allá de unos meros códigos cinematográficos. No ha sido comprendida en muchas ocasiones, tanto por quienes la critican como por quienes la han defendido. Vamos a recoger algunas aproximaciones que reflejan nuestra concepción de Lenguaje Audiovisual

El Lenguaje Audiovisual es hablar más que escribir, ver más que leer, sentir más que comprender

El Lenguaje Audiovisual funciona destacando la figura del fondo ("figure" del "ground"). No se trata de un tema pictórico, sino de la presentación de aspectos sucesivos a través de los cuales emerge el tema o el contenido del mensaje, de entre un fondo común. En otro lugar hemos recogido la descripción que de la composición audiovisual hace Babin y Gallego D.:

"No es lineal, no se desarrolla siguiendo una historia regular de atrás hacia adelante. Ni es didáctica: no se desarrolla desglosando la realidad en partes lógicamente articuladas. Ni es sintética, de golpe: no parte de una visión de conjunto para después mostrarnos o analizar

³ GUTIERREZ, Martín, "Educación Audiovisual", Madrid-España. 1997

sucesivamente los detalles. Es por 'golpes de flash', por ráfagas de luz, es decir, por una presentación sucesiva de facetas que destacan, aparentemente sin orden, sobre un fondo común."⁴

Pero existe un orden, presidiendo esos golpes de flash: no lineal, ni "hipotético-deductivo" ni "causal") sino "mosaico" (o puzzle): un orden que se percibe al final. ¿Es ésta una definición suficiente del Lenguaje Audiovisual? ¿Puede en el estado actual de la cuestión llegarse a conclusiones más precisas?.

1.8.3. Características del lenguaje audiovisual

Para comprender las características del lenguaje audiovisual se hace necesario recurrir a las del lenguaje icónico.

Está muy arraigada entre la gente no especialista la convicción de que el lenguaje visual es natural, espontáneo. También se le considera "unívoco" en el sentido de que si observamos una fotografía de una casa, percibimos que es "ésta" y no otra

Diversos estudios muestran que tanto el lenguaje icónico como el Audiovisual son aprendidos. Hasta autores que plantean un audiovisual basado en concepciones verbalistas admiten que "el lenguaje icónico difiere del natural por la propia índole de los signos y las estructuras" dice: Elliot Bazalguete (1991) "así como el hombre se agrupa, desarrolla un lenguaje, adquiere una idiosincrasia racial y hábitos motores característicos, tiende a desarrollar vocabularios de formas de toda índole y que aspiran, con mayor o menor claridad, con mayor o menor fuerza, a asociar en distintas épocas de su historia" ⁵

En la fotografía es dónde con más fuerza se encuentra la interpretación naturalista: "yo veo lo que realmente veo". Sin embargo existen códigos como la asunción de que la luz en una fotografía proviene siempre desde arriba ha estudiado detenidamente las diferencias entre imagen retiniana y fotográfica, así como entre sensación y percepción, concretamente el tema de la perspectiva,

El signo-imagen supone un lenguaje específico para los estudiosos del incluye un simpático dibujo para la ambigüedad del lenguaje no verbal: una niña baila ante sus compañeros de clase un

⁴ **BABIN y GALLEGOS D.** "medios audiovisuales y Recursos didácticos en el nuevo enfoque de la educación", Madrid 1993

⁵ **BAZALGUETE, Elliot.** " Los medios audiovisuales en la educación primaria", Madrid, Morata.1991

elegante paso de ballet, mientras cada uno de ellos se imagina que representa una cosa diferente: un pájaro, una flor, una barco, el viento, De todos modos no se puede simplificar diciendo que el lenguaje verbal-escrito es monosémico y el visual es pansémico o polisémico.

Los lenguajes visuales y verbales presentan diferentes rendimientos según los usos del lenguaje:

USO DEL LENGUAJE VERBAL Y VISUAL

Usos	lenguaje verbal	lenguaje visual
Científico (función enunciativa)	óptimo	Nulo
Expresivo de emociones del emisor	mediano	mediano
Inductor de emociones en receptor	ínfimo	óptimo

Trabajar con el lenguaje audiovisual puede enriquecer nuestra percepción estética. Pero eso solo no es suficiente. Además de desarrollar el gusto y la sensibilidad para el sonido, la imagen, el texto, debemos develar nuevas dimensiones a nivel del contenido y de su estructura para inferir esos análisis dentro de una perspectiva de conjunto. Pero esto tampoco es suficiente, se hace necesario que además de desarrollar procesos que implique disfrutar de los medios, analizar y comprender su funcionamiento en relación con sus audiencias, los jóvenes pueden expresarse a través de los medios, es decir, pueden realizar mensajes con diferentes tipos de soporte.

Decimos que una persona esta alfabetizada cuando además de leer (decodificar) una serie de signos puede producir (codificar) una serie de mensajes que le permitirán conocer y comprender su entorno al mismo tiempo que podrá comunicarse de una forma mas dinámica y variada con el mundo que lo rodead. Un individuo estará alfabetizado en los medios de comunicación cuando además de leer mensajes audiovisuales este en situación de producir nuevos mensajes en diferentes códigos que le permitirán transferir estos aprendizajes a situaciones nuevas. Esto significa que podrá trasladarse a diferentes situaciones de la vida cotidiana donde están presentes los medios de comunicación los conocimientos aprendidos sobre el mundo audiovisual, del mismo modo que los hace un individuo cuando traslada a las más diversas situaciones de la vida el aprendizaje que ha tenido con la lecto escritura.

Así pues nos encontramos ante un fenómeno de una triple dimensión: social (mass media), lingüística (modelos comunicativos) y semiótica (discursos y textos audiovisuales).

Cuando planteamos como necesario que cualquier estrategia educativa sobre los medios debe contemplar inexorablemente actividades tanto de lectura como de creación de mensajes (imágenes, sonidos, gráficos, etc..) estamos haciendo una referencia a los siguientes aspectos: con la lectura desarrollamos estrategias e incorporamos sistema de análisis específicos de los discursos audiovisuales y con la creación estaremos favoreciendo en nuestro alumno el incorporar dentro de su experiencia personal determinados modos de producir mensajes. A partir de aquí , el individuo estará en una situación que le permite ubicar a los medios audiovisuales como elementos propicio de su cosmogonía, de esta manera, gozar del distanciamiento necesario para consumir, interpretar y subvertir los discurso audiovisuales que le son ofrecidos.

1.8.5. La aplicación del audiovisual en la clase

Los audiovisuales que se presenta en la clase, para los alumno, son una herramienta con la que puede contar el profesor, para profundizar en algunos puntos de interés en sus tema de estudio, para generar conversaciones acerca de lo que se ha visto en el video, lo que se ha escuchado, lo que se ha aprendió y lo que se ha relacionado del video con la vida diaria de los estudiantes en la escuela y comunidad.

La serie de videos que forman el programa de televisión Educativa utiliza varias técnicas: l principal es el foro, en el cual especialistas invitados comentan y responde sobre temas de interés a un grupo de niños/as. Jóvenes de planteles adscritos al proyecto. La presencia en otra de varios estudiantes que entrevista a un personaje determinado para conocer sus vivencias u puntos de vista Los temas en todos los casos llevan implícitos conceptos referentes a los denominados ejes transversales: formación ciudadana, educación en valores, defensa del medio ambiente, interculturalidad derechos de los niños/nas.

Para ver un video tenemos que tomar en cuenta las siguientes sugerencias:

a) Antes de empezar a ver un video en clases.

- Se recomienda que el/la maestro/a revisen el material previamente.
- Planificar la metodología a seguir durante la presentación.
- Identificar algún material complementario que puede ser útil para reforzar el tema.

- Controlar el tiempo que necesitará para aprovechar al máximo el problema centro del análisis.
- Revisar oportunamente los equipos de TV VHS DVD, computadora y comprobar su correcto funcionamiento.
- Buscar en todos los casos el enfoque interdisciplinario.

Es muy importante que los maestros generen expectativa en los alumnos, en torno del nuevo video que se presentará

Esa expectativa es posible lograr, por ejemplo, proporcionando espacios previos de estudio y discusión sobre el tema próximo.

b) Veamos el video

Una vez que se trabaje en un nivel adecuado de motivación previa y concentrado la atención de los niños y niñas para ver el video, debemos asegurarnos que se ubiquen a una distancia prudente de la televisión, tal vez tres o cinco metros. No es recomendable que estén muy cerca sus ojos y sus oídos se pueden cansar y no muy lejos por que es probable que no vean todos los detalles del video con claridad.

Es importante que se sientan cómodos, de esta manera no se distraerán por acomodarse y no serán una distracción para sus compañeros.

El volumen del sonido del televisor, debe ser suficiente PARA escucharlo con claridad. No muy elevado, puesto que puede molestar o proyectarse sin nitidez desde la TV: tampoco muy bajo, debido a que todos intentarán esforzarse demasiado para escuchar lo que suceda

En /la maestros/a promoverá en todo momento la observación de contenidos y su análisis por tanto podrá detener el video cuando crea necesario, o cuando capte la necesidad de grupo.

Mientras transcurra el video, se debe intentar mantener en los chicos. Dejarlos reírse y hacer pequeños comentarios en voz baja, siempre que no vuelvan una distracción o una burla incontrolable.

c) Observemos los rostros de los/las estudiantes.

Observar con atención las reacciones de los niños respecto al video.

Promover preguntas y comentarios, acerca de que fue lo más importantes.

Receptar opiniones. Dar lugar a puntos de divergencia y discusión.

En momentos los alumnos puede hacer muecas de desaprobación o quizás se miren entre ellos por algún comentario de los personajes del video quizás dirán que tal personaje se parece a un compañero o compañera. Tomemos en cuenta esas reacciones y comentarios. Luego del video conversemos al respecto. Probablemente habrá notado que alguna actitud en su vida esta incorrecta o mejor aún muy correcta. También es probable que encuentre que algún problema como la contaminación, la tala de árboles o el maltrato de animales, la violencia familiar y escolar, se dan en alguna parte cercana a la comunidad, a la escuela, o conocen de algún caso en cualquier lugar. Las reacciones de los niños durante y después de video son muy importantes y nos darán guías para conversar con ellos, de acuerdo a la aceptación que haya logrado el contenido.

1.8.6. Pedagogía tecnológica.

La tecnología de los medios de comunicación ha transformado el modo de concebir y acceder a la información. Lo que hace pocos años se veía como tecnología futurista ahora es accesible a todos los ciudadanos. Casi todos cuentan con, al menos un televisor; un porcentaje considerable cuenta con videocaseteras, DVD y, en los núcleos urbanos, el acceso a la televisión por cable es cada vez más frecuente. Prácticamente todos cuentan con un aparato de radio, sin contar el acceso cada vez más frecuente que están teniendo a la computadora. Los sistemas educativos de todo el mundo han tenido acceso a la tecnología disponibles y han hecho uso de ella en diferentes grados y es frecuente hallar en muchos de los países desarrollados gran número de escuelas equipadas con ordenadores y algunas de ellas, sobre todo en regiones remotas, están enlazadas con MODEM, FAX o incluso por sistema de televisión interactiva.

Hoy en día las cámaras digitales, las grabadoras y los ordenadores son tan corrientes y esenciales como los libros, los bolígrafos y los lápices lo que fueron en otras épocas.

Hoy conviven en formas de comunicación de carácter convencional como la escrita y otras formas nuevas como las audiovisuales e informáticas.

Estas formas de comunicación e información apenas están entrando en las escuelas y de algunas maneras, hay serias resistencias para su incorporación en el sistema educativo, que no depende necesariamente de recursos económicos, sino de vincular, formar y comprometer a los profesores en formas de comunicación cercanas a la percepción y al contexto de niños y jóvenes y al mismo tiempo, a la necesidad urgente de sensibilizar a administradores y políticos de la educación para

desarrollar propuestas, proyectos o investigaciones que vincule la nuevas formas de comunicación con la enseñanza y el aprendizaje.

El uso y el acceso a la tecnología de los medios es un pequeño aspecto de la educación audiovisual. Lo más importante es la comprensión por parte del alumno de cómo están contruidos los documentos audiovisuales y el significado con frecuencia implícito en su construcción. La educación audiovisual se ocupa también de cuestiones más amplias relativas al documento, como su carácter institucional, el contexto cultural en el que ha sido producido y en el que es contemplado y, en función de aquél, en el mantenimiento de la ideología dominante.

Según la definición adoptada en el congreso Internacional (1989) convocado por la Association For Media Literacy de Canadá. **Media Literacy** es la capacidad de decodificar, analizar, evaluar y comunicarse en una variedad de formas. Y lo que se pretende es que los jóvenes desarrollen estas destrezas y actitudes en función de las múltiples formas de comunicación cercanas a su mundo.

1.8.7. Educación y Medios de comunicación.

Los medios de comunicación construyen la realidad. Una parte importante de las observaciones y experiencias en las que basamos nuestra representación de lo que es el mundo y como funciona nos llega previamente construido por los medios, con actitudes e interpretaciones y conclusiones incorporadas. Por lo tanto, tenemos que considerar que son los medios los que construyen los conocimientos suelen ser una reproducción de esa forma de representación.

La audiencia negocia el contenido de los medios de comunicación. Nuestra idiosincrasia es importante a la hora de procesar información. Cada uno de nosotros busca o "negocia" el significado de manera diferente dependiendo de muy diversos factores; necesidades y ansiedades personales, placeres y problemas cotidianos, actitudes raciales y sexuales, medio familiar y cultural.

Implicaciones comerciales de los medios de comunicación. En la alfabetización audiovisual se incluye la toma de conciencia de la base económica de las producciones de los medios de comunicación y de qué manera esto interfiere en el contenido, técnicas y distribución de las producciones. La enseñanza de los medios trata también de analizar aspectos tales como quiénes son los propietarios de los medios, quiénes los controlan y los efectos que de todo esto se derivan.

Un número relativamente pequeño de personas controlan lo que vemos, leemos y oímos en los medios de comunicación.

Una segunda fase supone ya un cierto conocimiento del medio audiovisual desde diferentes puntos de vista. Debemos acceder al conocimiento y análisis de las características tecnológicas o lingüísticas específicas de dichos medios que facilite ejercer como lectores de los discursos producidos por los medios audiovisuales.

En esta fase el usuario va a navegar por la información de una manera reflexiva. Al mismo tiempo que reconoce los procedimientos audiovisuales que se utilizan en los medios de comunicación, comienza a analizar el papel que juegan los diferentes recursos que se ponen en juego. En este momento comienza la deconstrucción de los diferentes códigos y elementos que utilizan los diferentes medios de comunicación. Este momento es similar a un individuo que está alfabetizándose en la lecto escritura. Desconstruye y construye un mensaje en la totalidad de los elementos que lo conforman. Una tercera fase debe perseguir la utilización de los medios de tal forma que podamos actuar como reordenadores y comunicadores.

En esta última fase, el usuario va a construir sus propios mensajes. Va a crear su propio entorno multimedia incorporando todos los lenguajes aprendidos en las fases anteriores. Esto significa que va a construir su propia arquitectura integrada por imágenes en movimientos, textos, dibujos, gráficos, fotografías, sonidos etc... Para lograrlo puede reutilizar el banco de imágenes y de datos que tiene el propio programa y, sobre todo, va a incorporar sus propias producciones.

Como puede observarse, se trata de pasar de un acto de aprendizaje multimedia a la creación de producciones propias. Esto quiere decir que al mismo tiempo que conoce y comprende el mecanismo y funcionamiento de diferentes medios de comunicación que le permitirán trasladar esta reflexión y crítica a su entorno cotidiano, el usuario completará su proceso de información cuando esté en la situación de un comunicador, de un creador de mensajes. Tratamos de que el usuario no sea el repetidor del itinerario del autor del programa, sino que sea, al mismo tiempo, un creador como los autores de este proyecto.

Ante este abanico de posibilidades, puede estructurarse el trabajo de manera que en un determinado nivel educativo puedan estudiarse alternativamente diferentes medios, y dependiendo de la edad y

del grado de dificultad, podrá accederse desde la postura de los espectadores, lectores o creadores con el comic o la fotografía.

Esta perspectiva que ofrecemos favorece una situación flexible, dinámica y creativa a la vez que permite resolver gran parte de las dificultades con que habitualmente se encuentra el profesor que intenta trabajar con los medios audiovisuales: la preparación de cada uno de los medio que se van a utilizar, oscurece las clase para las proyecciones de diapositivas, la dificultad para conocer el manejo de todos lo medios. La integración de los diferentes medios en un solo soporte facilita el acceso a la utilización de todos los medios y no requiere de los profesores una formación mayor, en una etapa inicial, que conocer el funcionamiento de una computadora. Asimismo la integración multimedia facilita navegar por información general así como profundizar en aspectos muy concretos de un determinado medio en función del nivel de los usuarios.

LOPEZ FERRERO LUIS, Expresa: " El profesor deberá encontrar su puesto como verdadero comunicador, animador de grupos que se auto educan."⁶

Es absurdo que mientras la empresa, los recintos religiosos, los campos deportivos por el impacto de la tecnología han modificado sus estructuras y funcionamiento, la escuela permanezca estática con la misma estructura básica de hace 50 años.

El profesor con tiza y pizarrón repitiendo texto es ya un anacronismo. Hoy un profesor puede hablar vía satélite a 50 millones al mismo tiempo.

La información deja de ser privilegio de la escuela, del maestro, invade la sociedad y le quita este privilegio, por tanto, la relación maestro-alumno supera los niveles de información, ante esta realidad, la palabra profesor tradicional, del texto escolar nada o muy poco tiene que hacer, y parecen procesos de la edad media, comprados con la información que se recibe de los medios de comunicación de masas, de be orientarse hacia el acompañamiento para el desarrollo de los niveles intelectuales y formativos.

Con razón Marshall Mac Luhan ya en 1974 afirmaba que "llegará un día en que los niños aprehenderán mucho mas y más rápidamente, poniéndose en contacto con el mundo que les roda y la escuela dejara de ser un recinto cerrado.

⁶ FERERO, Luis L. " *Introducción a los medios de comunicación*", PP. 469, Universidad Santo Tomas Bogota Colombia 1986

La idea hoy comúnmente aceptada de que la educación debe prepararse para la vida, en el futuro resultará absurda, puesto que puede llegar a ser impredecible el tipo de vida hacia la cual se pueda prepararse a las futuras generaciones

El modelo de profesor moderno será más el de un dinamizador para llevar a sus alumnos a un proceso de compromiso, fruto de un trabajo de equipo, en el espíritu de cooperación será uno de los valores fundamentales.

El planteamiento de objetivos comunes favorece la integración. La especialización de asignaturas y competencias llevará obligadamente el trabajo de equipo. Cada ser humano no podrá solucionar los problemas, solo requiriendo por tanto de la complementación y cooperación

Es necesario por tanto, aceptar que la educación es un proceso de interacción mutua permanente, todos nos educamos. Todos nos educamos.

1.8.8. Estadios de Piaget

A partir de este principio nos centramos en tres estadios siguiendo los principios de Jean Piaget:

- ❖ El periodo preoperatorio, que va de los 4-7 años, aproximadamente.
- ❖ El periodo de las operaciones concretas, de 7 a 11 o 12 años, aproximadamente.
- ❖ El periodo de las operaciones formales a partir de los 12 años.

Estos tres estadios evolutivos condicionan el desarrollo de práctica de análisis y producción de los más jóvenes usuarios de los medios de comunicación

Es preciso que el niño que se halla en periodo preoperatorio de desarrollo evolutivo tenga contacto, a través de imágenes y sonidos, con formas estéticas y culturales variadas; películas de ritmo más pausado, videos de ritmos trepidantes, programas de televisión que rompan con los estereotipos dominantes y que presente figuras divergentes: héroes – antihéroes, etnias o grupos sociales diversos o hábitat variados campo-ciudad, etc... De lo contrario, en este estadio evolutivo el niño tenderá al prejuicio que propicia el estereotipo televisivo y el de los demás medios de comunicación y correrá el riesgo de sufrir un empobrecimiento de su capacidad perceptiva si no se le presentan propuestas diferentes.

La multimedia puede ayudar a los maestros a deconstruir muchos de los elementos que utilizan todos los medios de comunicación. Puede armar una historia a partir de una serie de personajes que se le proponen en el programa, puede ofrecer diferentes finales a las historias y puede investigar cómo se organizan y diseñan diferentes mensajes. Al mismo tiempo puede comparar cómo se hace un programa de televisión, un comic o la página de un periódico.

El niño del estadio de las operaciones concretas puede enumerar algunas características de la imagen: monosemia – polisemia, iconicidad – abstracción, simplicidad- complejidad. Asimismo puede agrupar repertorio de imágenes brillantes, coloridas, frías, cálidas, etc..... Estímulos más variados de los que recibe normalmente a través de los medios de comunicación convencionales.

Una de las grandes funciones que puede dar la multimedia a los maestros es ofrecerles la perspectiva de la globalidad. La multimedia les ofrece la posibilidad de entender el fenómeno de la comunicación como un todo y navegar por la información, de tal modo que pueda conocer, analizar y criticar cómo se construye un mismo mensaje de diferentes medios de comunicación. Y, por supuesto, de una perspectiva constructivista, el usuario tendrá la posibilidad de producir y crear su medio de comunicación ideal.

Al margen del análisis desmitificador de las imágenes habituales que rodean al joven, es conveniente invitarle a satirizar y "manipular" la realidad que ofrecen los medios de comunicación: la creación de fotonovelas, el cambio de la banda sonora (diálogos, efectos, músicas) de algunos de los fragmentos de películas o programas de televisión que ofrece el multimedia puede ser un ejercicio gratificante, crítico y estimulador.

Desde una perspectiva tradicional, los materiales audiovisuales han sido incorporados a la escuela de forma esporádica. Por lo general han resultado añadidos y no integrados en el proceso educativo

Desde una perspectiva renovada, los medios audiovisuales se consideran como catalizadores de experiencias, como dinamizadores de la comunicación o como objeto de estudio en sí mismos para analizar la propia realidad. En este caso, los audiovisuales inciden en la estructura de planes y programas y ayudan a revisar el proceso enseñanza – aprendizaje.

1.8.9. La posibilidad de utilización de medios masivos en educación es valida y positiva siempre que esta utilización favorezca el diálogo y la participación.

La utilización de medios masivos de comunicación es importante, para crear espacios de dialogo, para generar comunicación, permitir la interacción del alumno y maestro, construir conocimiento, resolver problemas, favorecer los niveles criticidad y estimular la participación creativa, es decir, el poder de decisión, auto expresión.

La aplicación de los medios de comunicación en el aula, puede parecer una actualización, modernización en educación si es que junto a recursos modernos, se mantiene un estilo docente vertical, autoritario, impositivo. El tradicional monólogo del profesor que se acompaña de imágenes y sonidos pero que no modifica su carácter vertical.

El proceso educativo exige participación y los medios de comunicación son excelentes para desarrollar una pedagogía problematizadora, a través de la cual los elementos se involucran, se sienten partícipes; sus necesidades, experiencias e incógnitas forman parte del programa educativa. Un proceso educativo que se preocupe de abrir una comunicación en doble vía, que pase después del mensaje y cómo se lo aplica a la realidad.

La utilización de medios masivos en el proceso de enseñanza, el lenguaje oral es un recurso muy importante, al igual que el pizarrón y la tiza; no basta con hablarles, como en una tribuna, la clase magistral, sobretudo en la educación básica, es como un largo y complicado discurso político. Los niños y niñas empezarán aburrirse, a distraerse, a soñar despiertos o jugar y molestar a los compañeros/as. Por eso, en la clase se hace uso de otros recursos; intentamos mostrar gráficos, mapas, se crea dinámicas y se hacen dibujos en la pizarra, para mantener la atención de los alumnos y para asegurar que participen en el proceso.

Hay ocasiones en que los esfuerzos del/la docente por hacer atractiva la clase no bastan y provocan actitudes negativas, alza la voz y hasta amenazar con quitarles puntos en las calificaciones, por hacer ruido y molestar.

Los estudios del aprendizaje dicen que la mayoría de las cosas que se guarda en la memoria y es posible recordar con facilidad, son las imágenes que ingresan por medio de la visión. Las cosas que pasan todos los días, las personas y los lugares de entorno cercano, se recuerdan con mucha exactitud por el mayor contacto, por la frecuencia y repetición de las imágenes.

Es fácil reconocer el rostro de una persona que no se ha visto en mucho tiempo, que encontramos de pronto, porque guardamos una fotografía de esa persona en nuestra memoria.

La imagen de la televisión es algo maravilloso e importantísimo. Si la tele no presentara imágenes y solo escucharíamos las historias y los sonidos en ellas sería como tener un radio y concentraríamos lo ojos en cualquier otra cosa cercana o lejana. Por suerte, la televisión nuestra imágenes llenas de color, paisajes y personajes que llaman la atención de nuestros alumnos y se concentra en ellas.

A través de la televisión los niños pueden darse cuenta de que hay muchas cosas que vemos todos los días y no les damos la importancia que se pasa con cada cosa y lo importante que puede ser.

El grupo investigador manifiesta que los medio de comunicación de masas inciden sobre todo los sectores de la población donde podemos localizar una red de productores de mensajes y por otro lado un a red de consumidores de mensajes.

La red de consumidores que son la mayoría, miran fascinados pero no pueden leerlos. No conocen el lenguaje icónico, no están alfabetizados visualmente.

En la sociedad actual el medio audiovisual tiene una gran importancia y es el niños a los que repercute más directamente, pasan gran parte de su tiempo delante del televiso. Debe ser desde la iniciativa escolar la que proponga una nueva manera de abordar la educación, a través del conocimiento y dominio de estos nuevos sistemas de comunicación.

Para leer los mensajes audiovisuales hay que conocer la parte y el todo, al igual que los mensajes escritor, hay que conocer su estructura a partir de sus propios códigos.

Son pocos los educadores que creemos que la utilización de los medio audiovisuales en el proceso de aprendizaje garantiza la eficacia y calidad de enseñanza , razón por la cual debemos capacitar a los maestros y alumnos para que no sean unos simples espectadores, repetitivos, pasivos, en un palabra los “ típicos televisivos” , sino individuos creativos, investigativos, autores de sus propias ideas.

1.9. LENGUAJE ICÓNICO

La tendencia humana general es precisamente gráfica, visual, más que literal. Entender las cosas fácil y rápidamente, de un vistazo, por complejas que sean. El lenguaje visual puede acceder a lo universal y no sólo a lo particular; dependiendo del grado de iconicidad, son palabras, conceptos, ideas. Podemos considerar lenguaje una señal de carretera, o la silueta con faldas o pantalones de las puertas de los lavabos, y un mapa de la URSS en una publicación determinada o un logotipo en la televisión o la señal de la hora en la radio.

El lenguaje visual puede acceder a lo universal y no sólo a lo particular; dependiendo del grado de iconicidad, son palabras, conceptos, ideas. Podemos considerar lenguaje una señal de carretera, o la silueta con faldas o pantalones de las puertas de los lavabos, y un mapa de la URSS en una publicación determinada o un logotipo en la televisión o la señal de la hora en la radio.

Icono, en cambio, hace referencia a la semejanza entre la imagen y lo representado por ella. No hay consenso en cuanto a la definición de *iconografía*, sobre todo en cuanto a la inclusión o exclusión de la fotografía dentro de sus márgenes.

Es propio de la *iconografía* la interpretación, el significado, el contenido y el sentido. Lo visual constituye un lenguaje propio, distinto, anterior incluso en la historia de la comunicación entre hombres, y anterior también en la vida de cada hombre que relaciona antes el habla con los objetos, dibujos, imágenes, que con él, en ese momento, complicado e inextricable conjunto de signos misteriosos que componen un texto escrito. Las imágenes también se aprenden antes que el significado de las letras. Así los hombres entendemos la palabra *perro* y su significado, aun cuando vemos perros tan notablemente distintos. El perro es un animal común. Su esencia es código de significación para todos los hombres. Las representaciones iconográficas pueden trascender los idiomas aunque esto no quiere decir que sean más o menos universales que las mismas expresiones en lenguaje escrito. Los *grados de abstracción* de las imágenes y de los textos escritos no dependen de la generalización de su uso, sino de su proximidad con la representación de las esencias de lo significado o del referente:

En la vida cotidiana, todos utilizamos el lenguaje icónico, al seleccionar los sanitarios según su respectivo género, en lugares turísticos donde por lo general se representa con iconos los servicios


que se ofertan, en los aeropuertos, lugares públicos, empresas, instituciones públicas, privadas , educativas, en las calles, etc...

De hecho las señales de tránsito se basan en este sistema y permiten que los conductores de todo el mundo se entiendan en la carretera a pesar de no poder comunicarse con la palabra. El lenguaje icónico como el tradicional requiere del incremento de nuevos símbolos o palabras y la conformación de nuevos códigos ideográficos cuya función es sustituir el lenguaje verbal al facilitar la comunicación a través de mensajes breves.

JULIEN FREUND, manifiesta: *"Hay que reservar un ámbito para la icnográfico puesto que todo nuestro conocimiento esta basado en este campo"*⁷ y concluye que la mayor extensión posible de nuestro saber empírico no suprimirá jamás el resto, cuyo medio de representación es la imagen.

Un icono es la impresión, percepción y conocimiento que tiene cada individuo, comunidad, institución, o país, acordes con sus acciones, eventos, logros, fracasos ejecutados en el transcurso del tiempo.

El icono es la representación y expresión a la vez; representación de objetos, cosas, palabras, gráficos; expresión de ideas, pensamientos, emociones, vivencias. Recoge un estado psicológico y social, congela el tiempo, conserva documentos, costumbres, etc...

Ejemplo. El símbolo de  para los cristianos representa la religión, la iglesia, la fe, el triunfo sobre la muerte...

Un icono es objetivo y subjetivo. Su lectura forma el significante del contenido visual, pero a la vez evoca en la mente el significado de este mismo contenido. Ejemplo: El icono es fantasía y realidad, posee dos efectos: uno racional y otro afectivo, en el mismo instante que un icono nos transmite su mensaje informativo, en nuestra mente se produce una reacción emotiva estimulando nuestros sentidos y provocando una reacción como el icono expuesto en el ejemplo anterior. Al mirarlo hacemos introspección de lo que para nosotros significa un discapacitado, el respeto, cuidado y colaboración que podemos prestarle y a su vez cuestionarnos: ¿Qué hacemos por ellos?, ¿Qué podemos hacer y no lo hemos hecho?; Estos. Argumentos generan varias reacciones, sobre la base

⁷ [Htp://galeon, hispavista. Com/razonespañola/r106-jul.htm](http://galeon.com/razonespañola/r106-jul.htm)

de nuestra sensibilidad, nivel de cultura, edad, etc. Provocando gozo físico, estético e inclusive rechazo.

Para RODRIGO ESTRELLA, expresa *"El lenguaje icónico es el lenguaje de las imágenes ya sean fijas o e movimiento"*⁸

La imagen influyen de manera considerable en la mente humana de hecho es más ilustrativa e instructiva que mil palabras, nos permite leer en ella nociones como: simetría, simplicidad, complejidad, transparencia, opacidad, profundidad, secuencialidad, agudeza, contraste, etc. no siempre es fácil interpretar el mensaje de los íconos, requiere de un proceso de cierta habilidad y conocimiento. A esta habilidad para interpretar y manipular mensajes viales se le ha llamado visualidad o alfabetismo gráfico; así como las letras de un alfabeto corresponden a los sonidos, las imágenes corresponden a las ideas. La palabra avión permanecerá carente de significado para las personas que no hablen castellano, no así la representación gráfica de avión, pues, esta será universalmente interpretada como el objeto mismo, como la acción de volar, o como sinónimo de viaje etc....

PERCE Y SAUSSURE trataron de explicar las distintas maneras de llevar sentido a los iconos. En un icono el signo se parece de alguna manera al objeto. Se ve o se oye similar. En una relación icnográfica el significante se ve o se oye como el significado.

Los signos icónicos son múltiples, pero se prestan a una gran variedad de interpretaciones, las condiciones que permiten o impiden dicha clasificación, se describen en los conceptos de monosemia, polisemia y pansemia.

Cuando el mensaje se admite un solo significado posible, es monosémico, cuando el mensaje admite varios significados es polisémico; cuando el mensaje permite que se la atribuya cualquier mensaje que el hablante decida, es pansémico.

RUDOLF ARNHEIM dice: *"La mejor representación icónica no es la que se deja de lado todo detalle innecesario e indica las características fundamentales, sino la que permite que los hechos pertinentes deben revelarse claramente ante la visión"*.⁹

⁸ www.iecu.uma.es/edutec97/edu97-c3/2-3-14htm-16k

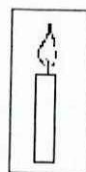
⁹ www.archivo-semioica.com.ar/carolalmela.html-81km

Esta afirmación denota que el significado esta siempre vinculado a las propiedades que el mensaje visual pone en evidencia.

La percepción visual corresponde a un sistema especial cuyos componentes son tres: las dos dimensiones ortogonales del plano y las características de constitución y forma de la figura que se represente en este plano. Mientras en un instante de percepciones lograron percibir simultáneamente estas múltiples variaciones visuales en el mismo instante solo se logran percibir una sílaba en el lenguaje verbal. Así se necesitan tres instantes para percibir la palabra manzana (man-za-na) mientras que se necesita un solo instante para percibir su imagen, características: sabor olor, color, etc.

1.9.1. Definición de icono

Es el conjunto de los elementos yuxtapuestos conforma una unidad mayor, delimitada por un marco: el icono. Pero también existen casos en que la unidad espacial determinada por el marco sólo es ocupada por un sólo iconema, lo cual es un "caso límite" (como el retrato de una niña, que hemos visto antes). Por ello, se define el icono como una unidad discursiva, espacialmente delimitada, dentro del cual aparecen señales gráficas (iconemas), que pueden indicar uno o varios referentes.



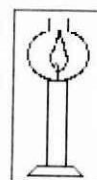
El marco puede ser real -en cuyo caso hay una figura que lo delimita- o virtual (si la unidad espacial mantiene otra modalidad de solución de continuidad en relación a su contexto).

Configuración

Si bien la incrustación se impone al autor, existe más libertad en el modo en que puede efectuarse la yuxtaposición.

En el espacio de un icono, los iconemas pueden ocupar variadas posiciones y las que ocupen efectivamente pueden influenciar el sentido del conjunto. Las posiciones respectivas que ocupan los iconemas yuxtapuestos conforman una CONFIGURACION. De la identificación de los elementos, de su estructura y de su configuración surge el sentido del mensaje visual.

La forma significativa surge generalmente cuando se unen varias figuras en un conjunto más complejo. En el caso ilustrado la unión de figuras permite ver una encendida.



vela

Para poder llegar a decir "Esto es una vela encendida", combinamos dos niveles de análisis: el nivel propiamente icónico, que corresponde a la identificación de un referente asociado al iconema, y el nivel de reconocimiento en el cual se identifican las figuras que componen el iconema con partes o características del referente (como el cuerpo y la llama de la vela).

1.9.2 Abstracción e iconicidad

La capacidad humana de conocer depende directamente del nivel de abstracción de la persona, o *conceptualización*. La experiencia de lo exterior a nosotros mismos nos llega a través de los sentidos externos. Los cinco universalmente aceptados: vista, oído, tacto, gusto y olfato. A través de ellos nos comunicamos con el mundo exterior. *Conocer es poseer inmaterialmente e intencionalmente*. Pero conocemos a través de los sentidos, pues son ellos quienes comunican nuestras potencias interiores -inteligencia y voluntad- con el mundo exterior y real que nos rodea.

Precisamente es el mundo de lo real el que nos aparece como un caos de sensaciones particulares, y cada una sería un nuevo dato en una inteligencia saturada, si el sentido común, la imaginación y la memoria, -sentidos internos- no nos auxiliaran, estableciendo las relaciones entre lo ya conocido y las nuevas sensaciones recibidas. Por esto, *conocer intelectualmente supone la universalización de lo conocido sensiblemente*. Sabemos que hace calor no porque hayamos sentido muchas veces calores, sino porque nuestro intelecto ha universalizado el *calor*. Sabe lo que el calor es. Y llamamos al caballo de ese modo porque sabemos que los caballos (sean de la raza que sean) aun siendo muy distintos entre sí, pertenecen al mismo género o forma del universal *caballo*.

El conocimiento puramente sensible nos da el saber de lo particular. El intelectual, en cambio, nos permite conocer lo universal en lo particular. El conocimiento estrictamente sensible es animal, el intelectual, impregnado de toda sensibilidad, es humano.

El *lenguaje visual* gráfico o iconográfico *implica habitualmente abstracción* aun cuando se plantee en términos de hiperrealismo. Siempre un lenguaje icónico tiende a la abstracción por ser un modo de expresión que busca la realidad en los códigos universales.

Es interesante establecer una *diferencia entre la iconografía de cosas artificiales -hechas por el hombre- y la de cosas naturales*. Las primeras podrían ser consideradas *prototipos* en cambio las naturales no tienen propiamente un modelo estándar; su iconografía es posterior a su existencia por

lo que la dificultad en aproximarnos a su esencia es evidentemente mayor. Es la abstracción la que permite al código visual, icónico, superar a la naturaleza y sus leyes mostrando de un solo golpe los pasos de un proceso, el interior de un cuerpo opaco o un ente de razón como el unicornio.

La *abstracción* supone el arribo de una imagen visual a la condición de *código*. Un código visual, icónico, es acertado cuando descubre lo abstraído y lo muestra de modo que sea entendido por todos como expresión del concepto universal que representa o significa. Cada imagen visual sería impensable, se presentaría sin significación ni sentido sin la representación provocada por la imaginación. La imaginación y la memoria son suficientes para organizar las sensaciones externas a partir de la experiencia; en este proceso juega un papel preponderante la analogía. Signo iconográfico puede ser, entonces, una abstracción analógica dibujada. Estas condiciones distinguen al icono de otras expresiones gráficas. Es propia del signo iconográfico la analogía con la realidad y, por tanto, su condición de signo autosignificante.

Para la profesora Dondis (1986) existen *tres niveles de expresión visual*: la *representación* que significa la particularidad; la *abstracción* que significa universalidad; y el *simbolismo* que es producto de una convención. Los tres niveles interactúan constantemente en los mensajes visuales.

Teóricamente no se podría decir, por ejemplo, que una letra (expresión gráfica convencional de un fonema) sea un signo icónico. Su significación es puramente convencional y no analógica. La lengua es un sistema de significantes y significados lineal, digital (no hay analogía entre un buey y la palabra *buey*). En cambio, sí habría analogía en algunas palabras onomatopéyicas o que han nacido a partir de una semejanza real entre la cosa y su designación fonética. Un *icono* es una imagen reconocible provenga este reconocimiento de la analogía llamada natural o esté establecida por una convención o analogía convencional.

“Naturaleza y convención, analogía natural o artificial, convención analógica o arbitraria, son componentes variables de los códigos de significación de los lenguajes, sean estos visuales o lingüístico-fonéticos. En unos casos pueden actuar unos, porque han sido aprendidos (como un idioma en una academia) o porque son parte de la cultura visual, o porque, aun por el mismo instinto, llegamos a reconocerlos, como la oveja el peligro por el olor del lobo. Ambigüedad, error en

el descubrimiento del código, equivocación en la abstracción son causas perfectamente posibles de la oscuridad de un lenguaje verbal como lo son los sonidos o las interferencias"¹⁰.

1.9.3. Lenguaje verbal y lenguaje icónico

Cualquier signo puede ser clasificado como signo icónico o bien como signo digital. Un signo icónico o no-arbitrario, o representacional o visual es aquel que, como las imágenes, modelos y mapas comparte algún atributo criterial con su referente, la mayoría expresado a través de un isomorfismo del contorno visual. Por el contrario un signo digital o arbitrario, o no representacional o verbal es aquel que no comparte atributos criterios con los miembros de sus categorías referentes; es arbitrario. Las palabras (lenguaje verbal), números, código morse y semáforos son ejemplos de ellos. Para interpretar el signo el receptor debe conocer el código.

Algunos autores han discutido las distinciones entre signos icónicos y digitales. Los signos digitales son triviales en y por si mismos. Son intrinsecamente no interesantes. Son transparentes. Cuando lees no sueles fijarte en la apariencia física de las palabras, sino que sueles ir directo a la idea a la que se refiere el texto. Los signos icónicos, en cambio, son objetos interesantes por si mismos. Esta característica de los signos icónicos se convierte en una ventaja –como en el caso de que el comunicador utilice las imágenes para tratar de ganar y mantener la atención sobre su mensaje al mismo tiempo que comunica sus ideas-; o puede ser una desventaja –como en el caso que el receptor se distraiga del mensaje del comunicador por las características no-significas de las imágenes. Las características no-significas de las imágenes son aquellos rasgos que no son necesarios para la comunicación del mensaje. Las imágenes realistas algunas veces “cuentan demasiado”. Los signos icónicos realistas que son ricos en detalles pueden actuar reduciendo la fidelidad de la comunicación porque aportan al espectador pistas que son irrelevantes a los propósitos del emisor. Los signos digitales están mucho menos sujetos a este efecto.

Otra diferencia entre los signos icónicos y digitales es la facilidad con la cual se pueden usar para referirse a objetos concretos y a conceptos abstractos. Una imagen simple de un objeto complejo, e.g. un rinoceronte, puede sustituir a un montón de palabras; pero serían necesarias muchas imágenes para comunicar un concepto abstracto como “mamífero”. Los signos icónicos nos

¹⁰ DONDIS D.A. *“A primer of visual literary”*, Cambridge , Mitt Press, 1986

proporcionan un conocimiento del mundo aportando datos sensoriales, mientras que los signos digitales nos dan a conocer el mundo mediante información conceptual.

Existe una diferencia fundamental y profunda entre los sistemas de signos icónicos y verbales. El sistema verbal contiene, por convención, un conjunto finito de elementos regulados por un sistema finito de reglas. El sistema icónico utiliza un conjunto virtualmente infinito de elementos, cuyas ordenaciones no están codificadas. El sistema verbal no tiene en cuenta la varianza ortográfica que no diferencia entre elementos. Sin reglas o elementos identificables, el sistema icónico admite la posibilidad de que cualquiera y toda la varianza ortográfica sea potencialmente significativa.

En los signos icónicos, por tanto, no existen elementos análogos a los fonemas, no hay "doble articulación" y tiene poco sentido hablar de un "alfabeto de líneas y sombras" o una "gramática de la imagen". Consecuentemente, las herramientas que se utilizan en el análisis lingüístico no se pueden aplicar al estudio de cómo (o incluso de si) las imágenes producen enunciados. En cualquier situación, las imágenes parecen estar más limitadas que las palabras para significar cierto tipo de expresiones. El potencial proposicional de las imágenes parece estar limitado al equivalente verbal de "existe" o "se parece a esto". Los significados "no es", "podía ser", "debería ser", "será" y "fue" no son directamente expresables con la imagen. También las imágenes son signos muy pobres para comunicar generalizaciones y calificaciones como "todo", "mucho" o "la mayoría". Son éstas las razones que apoyan la afirmación de que los signos icónicos son vehículos inadecuados para comunicar abstracciones.

Otra distinción entre los signos icónicos y digitales tiene que ver con la presentación temporal de los elementos. Los signos digitales tales como el lenguaje hablado presentan los elementos secuencialmente. Aunque el lenguaje no se interpreta de una forma totalmente lineal –las palabras individuales se retienen hasta que se pueden interpretar en un contexto– los signos digitales a menudo ejercen un control en la respuesta mayor para la dimensión temporal. Un signo icónico, del tipo de una imagen simple, presenta todas sus partes simultáneamente, permitiendo al receptor un mayor control del orden en el que esas partes se presentan. Los estudios de los patrones de movimiento del ojo han revelado algunos datos sobre la forma en que los sujetos exploran las exposiciones visuales, pero no se han hecho generalizaciones importantes. Por tanto, cuando el orden en el que se encuentran las ideas es fundamental, son preferibles los signos digitales frente a otros. De cualquier forma, si la tarea de aprendizaje incluye la comprensión de un amplio número de

relaciones, el presentar una exposición visual que dibuje todas las relaciones simultáneamente en una estructura (v. g. un mapa o un diagrama esquemático) puede ayudar a salvar la capacidad limitada del hombre para retener una secuencia de ideas.

La naturaleza no lineal de los signos icónicos también parece ser facilitadora cuando se busca que el sujeto lleve a cabo pensamiento divergente, formule hipótesis o desarrolle una actividad creativa. Los efectos inhibidores del simbolismo lineal sobre la actividad intelectual, sugiriendo que el lenguaje a veces es un vehículo pobre para la generación y expresión de ideas nuevas que a menudo "se descomponen en la mente" en códigos no lingüísticos.

Las palabras y las imágenes han sido tradicionalmente soportes de tipos distintos de mensajes. Mientras el sistema verbal se compone de elementos que denotan conceptos y entidades abstractas y concretas (e. g., "nosotros", "bueno", "feliz") y reglas que permiten ordenamientos de estos elementos de tal forma que se establezcan relaciones, el sistema visual no ha tenido ni los elementos equivalentes ni las reglas. Una imagen u otro signo altamente icónico no puede, en solitario, significar un concepto (categoría de equivalencia) icónicamente. De cualquier forma, es posible sugerir un concepto con un signo icónico. Knowlton y Langer manifiestan: "Nosotros podemos comunicarnos, produciendo una serie continúa de palabras visibles o audibles, en un patrón comúnmente conocido, y entendernos fácilmente al reflejar nuestros conceptos y preceptos multivariados y sus interconexiones. Este uso del lenguaje es *discurso*; y el patrón del discurso se conoce como forma discursiva".¹¹

El sistema de signos empleados en la imagen no es, en la terminología de Langer, un sistema que permita la forma discursiva. En resumen, un sistema icónico no es válido sintácticamente. Sus elementos significativos no han sido identificados con precisión, ni diferenciados de forma consistente con reglas operables.

Si pasamos ahora al análisis semántico de las diferencias, también se pueden señalar algunas. La semántica, en principio, tiene que ver con el significado. Especifica relaciones entre signos y objetos (objeto se usa aquí en sentido genérico).

¹¹ <http://web.usual.es/~anagu/arti2.htm/67k>.

Los vehículos de los signos verbales, en tanto que codificados, permanecen invariantes en su significado, indiferentes de su forma física. Así, por ejemplo, la palabra silla representa la categoría de equivalencia (silla como concepto) o la categoría de identidad ("aquella silla") independientemente de cómo se presente el signo verbal. Si escribimos la palabra de diferentes formas (a mano, mecanografiada...) no afecta el significado de la palabra. Sin embargo, el significado de un signo icónico puede variar con cualquier cambio en sus atributos físicos. Por ejemplo, una silla tomada desde una perspectiva puede connotar un significado diferente que cuando se toma desde otra perspectiva. A pesar de ello, se admite que el signo visual pueda tener límites convenidos que permitan que una cierta variabilidad en ciertos aspectos de una imagen siga respetando el mismo significado de la imagen. Por ejemplo, uno de los atributos críticos de una pintura reproducida en un texto de arte es el color. Se puede tolerar, sin embargo, una ligera desviación en el color de la reproducción; aunque un observador experto juzgará como inaceptable una desviación significativa. De cualquier manera, a menos que un signo icónico se convencionalice (hacerse más o menos arbitrario) a propósito para la comunicación (e. g. signos no verbales usados para representar las distintas modalidades deportivas en los Juegos Olímpicos) no se puede decir que sean totalmente exactos o no ambiguos en su significado.

1.9.4. Semejanzas entre el lenguaje icónico y el verbal

- Tanto el lenguaje icónico como el verbal implican habitualmente abstracción.
- Ambos lenguajes pueden constituir "textos" en cuanto cuentan con elementos capaces de formar series con significado.
- Ninguno de los dos lenguajes es capaz de plasmar objetivamente la realidad, por muy hábilmente que haya sido utilizado.
- Tanto las palabras como los iconos son *signos* de las cosas, mientras que los conceptos son *semejanzas*
- Los dos contribuyen a vestir la verdad con el lenguaje adecuado para embellecerla y transmitirla válidamente, ya que la persona no puede hacer y entender las cosas sin ese ropaje.
- La belleza semántica -verbal o icónica-: es la belleza de los signos, de cada uno de ellos sin contar la relación con el todo.

- La creatividad: la aportación de nuevos códigos a un lenguaje para mejorar la información o la comunicación.

DIFERENCIAS ENTRE LENGUAJE VERBAL E ICÓNICO

LENGUAJE VERBAL	LENGUAJE ICÓNICO
Signos arbitrarios (palabras)	Signos no arbitrarios (imágenes)
Para interpretarlo el receptor debe conocer el código	No necesita del conocimiento de un código
Los signos son triviales en sí mismos (la apariencia física de las palabras no es importante).	Los signos icónicos son interesantes por sí mismos.
Se transmite con mayor exactitud el mensaje intencional.	Pueden aportar detalles que distraigan del mensaje fundamental de la comunicación.
Lenguaje menos ambiguo (monosémico)	Alto grado de ambigüedad (polisémico)
Facilidad para referirse a conceptos abstractos.	Facilidad para referirse a objetos concretos
Adecuado para comunicar abstracciones	Limitado para significar cierto tipo de expresiones (no es, debería ser, fue, todo, mucho...)
Aporta información conceptual (principios, ideas.)	Aporta datos sensoriales (forma, textura, colores...)
Se basa en un conjunto finito de elementos regulados por un sistema finito de reglas (sistema fonológico, gramática.)	Utiliza un conjunto infinito de elementos cuyas ordenaciones no están codificadas.
Presentación temporal de los elementos (secuenciación en presentación de las ideas)	Presentación simultánea de los elementos (naturaleza no lineal, facilita pensamiento divergente, desarrollo de actividad creativa)

CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE VERBAL E ICONICO.

MEDIOS	SIMBOLOS	CAPACIDADES
Libros de texto Prensa	Lenguaje Verbal escrito e icónico	Facilita la retención de información (adquisición de conocimientos) Estimula la reflexión y atención Desarrolla cap. De abstracción Produce distanciamiento (juicio crítico) Expectativa de aprendizaje (actitud de esfuerzo)
Cine Video T.V.	Lenguaje Verbal e icónico cinético	Modela los sistemas de representación (gran concreción) Permite participación en la ficción Produce identificación (dificultad de juicio) Desarrolla pensamiento analógico (valores afectivos y socio afectivos)
		Expectativa de entretenimiento (actitud de no esfuerzo)
Radio	Lenguaje Verbal e icónico auditivo	Estimula la imaginación (capacidad} de sugestión) Facilita empatía, identificación Conecta al individuo con su entorno Desarrolla capacidad de escucha Permite participación, interacción Con el emisor. Propicia la captación de conceptos (abstracción) Favorece la introversión (afecta íntimamente)

De toda esta descripción parece derivarse una afirmación evidente respecto a la distinta naturaleza de los códigos verbales e icónicos. Y esta afirmación nos conduce al siguiente punto de nuestra exposición: las ventajas derivadas de la combinación de ambos lenguajes. Parece lógico pensar que una combinación adecuada de los lenguajes verbal e icónico nos podría conducir a un aprovechamiento de las posibilidades que ambos nos ofrecen. Se han señalado ya algunas características diferenciadoras que tienen que ver con el carácter más o menos conceptual o abstracto de ambos códigos, con el tipo de pensamiento que se deriva de ambos y con la mayor o menor funcionalidad de los mismos en relación con distintos tipos de tareas. Es necesario, por tanto, desarrollar el tema de porqué es ventajoso elaborar mensajes con estos dos tipos de códigos y que repercusiones positivas se derivan de ello.

1.9.4.1. Ventajas derivadas de la combinación de códigos verbales e icónicos para la realización de diversas tareas cognitivas

Los argumentos que se esgrimen para justificar las ventajas de la combinación de lenguajes verbales e icónicos en la presentación de ciertos tipos de información han sido múltiples, y vamos a denominarlos respectivamente: visuales, fisiológicos y cognitivos.

a) Visuales: Se refiere a la ventaja de presentar las ideas, puntos de vista y solución de problemas por medio de modos de representación basados más en la significación gráfica que en la lingüística. Intuitivamente, podemos percibir que hay algunas cosas que se explican mejor de forma visual que verbal. Muy a menudo, nos resulta más fácil dibujar un mapa poniendo direcciones que explicar verbalmente la ruta a seguir. Las representaciones visuales utilizan una lógica enteramente distinta basada en el uso significativo del espacio y la yuxtaposición de elementos en un gráfico. Por ejemplo, una interesante comparación entre "mapas de conceptos" y mapas de carreteras. Un mapa de carretera transmite mucha más información que el listado de ciudades que aparecen en él. Además de informarnos sobre el nombre de las ciudades, el mapa nos da indicaciones sobre sus tamaños, las distancias y direcciones entre cada una de ellas. De la misma manera los "mapas conceptuales", donde los conceptos se representan especialmente por medio de redes o de gráficos, nos presentan las relaciones de esos conceptos entre sí. Parece lógico suponer que esta información adicional facilitará el aprendizaje o la solución de un problema.

Otro argumento de carácter visual es que este tipo de materiales verbo icónicos inciden sobre capacidades alternativas y normalmente utilizadas por los alumnos. El hecho de que la escolarización esté centrada en formas de representación verbales y en el discurso. Al presentar la información y los problemas en formas verbos icónicos, provocamos en los sujetos el uso de habilidades mentales que pueden ser más efectivas que las verbales pero que normalmente no se emplean. Frecuentemente, los problemas que se tienen que resolver y la información a aprender se presentan en formatos que no son los más adecuados para los estudiantes. Con el lenguaje verbo icónico existe la oportunidad de ajustar el formato a la tarea de aprendizaje de una manera mucho más productiva.

b) Fisiológicos: Algunos autores atribuyen las ventajas de la combinación de códigos verbales e icónicos a los mecanismos fisiológicos. Nos recuerdan que el ojo humano está muy adaptado al reconocimiento de patrones, pero carece de habilidades para hacer juicios cuantitativos. Por ejemplo, nuestro sistema visual es bastante experto cuando tenemos que codificar e interpretar el patrón general de calles y edificios en una fotografía aérea, pero no nos puede decir cuántas casas hay en esa misma fotografía sin tener que contarlas, lo cual es un tipo de proceso totalmente diferente.

Otro mecanismo fisiológico que ha recibido bastante atención es el aprendizaje por medio del hemisferio cerebral derecho. Parece que existe cierta evidencia de que los dos hemisferios del cerebro procesan la información de forma diferente y que el hemisferio derecho está mejor adaptado para procesar la información espacial.

c) Cognitivos: Se refiere a capacidades mentales que se aplican sobre materiales verbo icónicos que son particularmente adecuadas para lo que se tiene que aprender. Por ejemplo, en un estudio de cómo se aplicaban procesos espaciales al estudio de los mapas, llamaban un "proceso cuasi-visual basado en la imagen" juega un papel muy importante en la recuperación de información presentada a través de una forma gráfica.

En este mismo sentido, otros autores han desarrollado su trabajo sobre procesamiento simultáneo y sucesivo. Estos investigadores han propuesto y evaluado una teoría sobre estos dos tipos de procesamiento. El procesamiento simultáneo se refiere a la capacidad de procesar de una vez toda la información. Por ejemplo, cuando hacemos un rompecabezas, todas las piezas se pueden ver de

una vez. El ir encajando las piezas requiere la exploración simultánea y el procesamiento del rompecabezas entero. Por el contrario, el procesamiento sucesivo exige solamente conocimiento de los elementos anterior y posterior de una serie. Si alguien tiene que ensartar cuentas en una cadena siguiendo una secuencia determinada por el color de las mismas, entonces se tendría que producir un procesamiento sucesivo. Una vez que se ha colocado una cuenta en la cadena, se podría olvidar de ella y concentrarse en la siguiente.

Esto nos sugiere las ventajas que puede tener el disponer de toda la información que se necesita para resolver un problema o aprender algo en una exposición. Asimismo, el estudio de los movimientos del ojo de los alumnos que observan los diagramas –un tipo característico de mensaje verbo icónico-, ha mostrado que al presentar la información gráficamente los sujetos pueden explorarla rápidamente y descubren patrones significativos de elementos dentro del diagrama que les conducen a realizar una amplia variedad de tareas cognitivas. Otros estudios sobre diagramas en la enseñanza de ciencias han puesto de manifiesto que la capacidad de los estudiantes para explorar toda información que necesitan simultáneamente les ayuda a derivar el significado de la distancia entre los elementos de un diagrama, a aprender secuencias trazando recorridos lógicos a través del mismo, y a entender las relaciones entre las partes de un proceso que están viendo de una vez.

Estas serían, muy brevemente, las ventajas de utilizar mensajes que combinen elementos verbales e icónicos; gran parte de ellas derivadas del aprovechamiento de las características peculiares de cada uno de los dos tipos de códigos. Sin embargo, y desde un punto de vista didáctico, estas ventajas no sólo parecen estar dependiendo de los propios códigos en sí, sino de otros elementos tales como: el contenido que se pretende comunicar, las características de los propios sujetos que trabajarán con los materiales, el tipo de tarea que se habría de realizar con ellos, e incluso la experiencia previa de los sujetos en relación con estas formas peculiares de representación.

1. 9.4.2. Consideraciones didácticas

Se pretende establecer algunas pautas para el diseño y elaboración de materiales didácticos. No tienen un carácter exhaustivo y son producto de las investigaciones que se han llevado a cabo en este campo. Tales recomendaciones son las siguientes:

- Las imágenes se deberán aplicar prudentemente al texto para ayudar a recordarlo globalmente.

- Las imágenes deberán estar relacionadas con el texto. O bien captando los aspectos críticos del mismo, o, por el contrario, dejando un margen para la imaginación.
- Las imágenes nunca mostrarán falsos ajustes con el texto.
- Las imágenes no deberían usarse con cuerpos de textos "fáciles".
- Las imágenes no deben prepararse "en vano". Por ejemplo, para facilitar procesos de lectura en textos que luego se usan para sujetos con graves problemas de lectura.
- Las imágenes deben estar ajustadas al nivel de habilidad y al nivel evolutivo de los sujetos.
- Las imágenes no deberán ser adulteradas.
- La complejidad en los materiales mantiene la atención, siempre y cuando no supere las capacidades cognitivas de los sujetos. Asimismo, un material organizado facilita el aprendizaje.
- El aprendizaje se facilita cuando se destacan los aspectos básicos de la información, por medio de recursos icónicos o textuales.
- Dos objetos o eventos se asocian cuando aparecen juntos en el espacio o en el tiempo. En nuestro caso, en el espacio y el tiempo de lectura o de visionado del material.
- Cuanto más concretas sean las cosas asociadas, más fácilmente se aprenden y se recuerdan. Las imágenes, en general, se recuerdan mejor que sus equivalentes verbales.
- Presentar una definición como una lista de atributos criterios facilita más su adquisición que si se presenta en forma de frase típica.
- Las preguntas incluidas en los textos, facilitan el aprendizaje.
- En general, cuando el sujeto tiene que actuar sobre los materiales se facilita el aprendizaje.
- Si un concepto es básicamente espacial, como montaña, kilómetro, anatomía, es más adecuado el uso de imágenes.

El grupo investigador expresa que: la iconicidad constituye un lenguaje propio distinto, y mucho más antiguo que el lenguaje convencional, si revisamos la historia de la comunicación humana, relacionamos el habla con los objetos, dibujos e imágenes, antes que con el conjunto de signos de un texto escrito, de hecho es más fácil y rápido familiarizarse con las imágenes que con los signos (letras), con su significado y carga fonética.

La idea que los iconos denotan y connotan a la imagen es analizada en forma descriptiva. La realidad icónica es denotada en el sentido literal y también es connotada cuando esta cargada de subjetividad e interpreta la realidad en su valor artístico y cultural.

1.10. LA HISTORIETA

Las historietas son un medio de expresión, de difusión masiva característica de nuestra época. Leer con acierto una historieta bien construida implica un esfuerzo inteligente, porque hay que comprender todos los signos convencionalizados que componen cada viñeta, relacionarlos entre sí, y luego establecer la conexión entre éstas para integrar la secuencia narrativa que contiene la historieta.

La sucesión de viñetas se lee de izquierda a derecha y lo mismo el contenido de éstas. A esto se lo denomina "línea de indicatividad".

1.10.1. Denominaciones de la historieta.

En España, *tebeo*, en Italia, *fumetto*, en los Estados Unidos, *comic*, en Francia, *bande dessinée*, todas ellas diferentes denominaciones para una sola realidad verboicónica, la historieta, que a diferencia del mensaje publicitario, eminentemente persuasivo, trata de narrarla, mediante una secuencia de imágenes dibujadas a las que se le añade, según la necesidad, un repertorio de signos específicos del género.

Resulta interesante también analizar algunas ideas expuestas por Umberto Eco, quien inicia su obra expresando que:

*"La historieta es un producto cultural, ordenado desde arriba, y funciona según toda mecánica de la persuasión oculta, presuponiendo en el receptor una postura de evasión que estimula de inmediato las veleidades paternalistas de los organizadores. "*¹²

Más que proponer una definición de historieta, la didáctica del lenguaje de este medio se dirige en mayor medida a orientar al interesado, proporcionándole datos acerca de sus características y componentes, con lo cual podrá elaborar su propia definición del medio, obviamente contrastado con la experiencia particular que le haya dejado la lectura de distintas historietas y la aprehensión de los códigos que ese contacto necesariamente favorece.

La característica sobresaliente de la historieta se funda, tal como sucede con el mensaje publicitario, en el uso de dos códigos, el visual y el verbal. Su relación responde a los lineamientos fundamentales del género y tiene un objetivo común, la función narrativa de la serie secuencial

¹² *ECCO Umberto "Semiológica de los mensajes visuales y de la historieta", en Análisis de las imágenes , Buenos Aires, 1991*

imagen-texto. A ello se agrega todo un repertorio de signos específicos, que pueden identificarse como parte del lenguaje propio del género, y pese a su relativa sistematización paradigmática, los resultados dependen de la capacidad creativa de los autores.

La gestualización permite al lector identificar diversas expresiones de los personajes de la historieta, por ejemplo, las cejas arqueadas hacia arriba y la boca de oreja a oreja representan actitudes básicas de alegría; las cejas fruncidas y la boca en gesto contrario al anterior significan enojo. Otros elementos se suman a los anteriores, como el cabello erizado por cólera o terror, las cejas altas por sorpresa, la nariz oscura por borrachera o frío, etcétera.

La historieta conlleva una estructura determinada: A los personajes y espacios se les adjudican determinados valores morales. El héroe es él mismo en todas las aventuras. Las historias pueden reducirse a una fórmula: los héroes protagonistas vencen a los malhechores. Un alumno no solo es capaz de ser consumidor, sino que puede producir él mismo su propia historia, A través de la historieta se le transmite al lector una visión del mundo.

El éxito comercial de las primeras historietas fue un factor importante para que los periódicos incluyeran tiras cómicas en sus páginas. Las perspectivas económicas que vislumbraban alrededor del cómic fueron las determinantes para que, a comienzos del siglo XX surgieran las grandes agencias que se encargarían de vender su material dentro y fuera de Estados Unidos

El lenguaje complejo de la historieta constituye un modelo de gran interés para el desarrollo de la infografía periodística y se observa que empieza a influenciar este campo. No consideraremos aquí lo relativo a su construcción diacrónica (multiplicidad de cuadros que representan el transcurrir del tiempo: función secuencial), sino solamente los principios sincrónicos o cómo se construye un icono.

1.10.2. Lenguajes y composición de la historieta:

La historieta combina lenguaje verbal y lenguaje icónico y se puede definir como un mensaje habitualmente mixto, compuesto por dibujo y palabra. Estos dos lenguajes se relacionan perfectamente, dado que las imágenes son altamente polisémicas, el uso de las palabras es una manera de fijar los significados que presenta la iconografía.

Es así como, en las historietas, los textos verbales adquieren la función de completar el significado de la imagen: ésta no se entiende íntegramente sin las palabras.

1.10.3. La historieta como medio de aprendizaje

Se eligió la historieta como el medio principal para el aprendizaje, en primer lugar por el evidente aumento del interés, tanto de jóvenes como de adultos, por la lectura de las mismas. Este fenómeno está demostrado por el incremento progresivo de establecimientos comerciales dedicados sólo a la venta de este tipo de material y a la importancia que se le da en diversos medios de comunicación. También influyó el hecho de que se había tenido una experiencia muy positiva en la utilización de la historieta en educación para la salud a nivel infantil y juvenil.

Al utilizar historias como base de su desarrollo, las historietas entregan un estímulo que va más allá de la mera información cognoscitiva. De hecho una historieta representa:

- Una estimulación muy fuerte de la imaginación interna del lector; cada lector construye la imagen con que vive la historia, con elementos del texto y con aportes de su propio repertorio de imágenes internas
- Una movilización emocional consciente e inconsciente que pone en juego los diversos componentes de la vida afectiva: atracción, repulsión e identificación.
- Una efectiva apelación consciente e inconsciente hacia actitudes, valores e ideales.
- Una estimulación hacia respuestas globales prácticas, fundamentalmente de tipo imitativo.
- Una atribución de significación a los diversos elementos en juego, que en este caso es preferentemente de carácter moral; e inclusión de lo percibido en paradigmas categoriales, de hecho las historietas sirven, por ejemplo, para tipificar comportamientos: creerse Superman, ser rápido como un rayo.

En un artículo las "Historietas en Chile" demuestra que las historietas realizadas con plena autoconciencia por parte de sus productores pueden ser eficaces y positivos medios de educación.

Los efectos nocivos de las historietas tradicionales, criticadas pueden ser superados por historietas que respondan a principios elevados y no a fines comerciales. Del estudio realizado se puede deducir que las historietas pueden ser puestas al servicio de propósitos elevados siempre que:

- Presenten personajes con los cuales los lectores se puedan identificar positivamente:
- Mantengan adecuado equilibrio entre realidad y fantasía;
- Consigan entretener a través de la acción y del humor; y

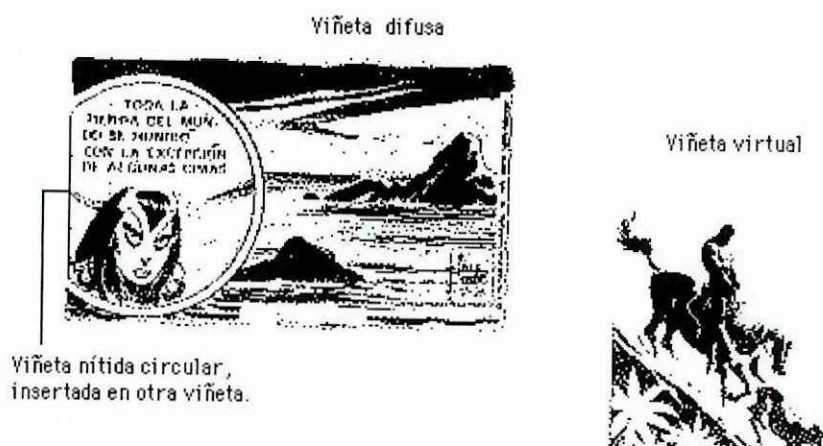
- Utilicen dibujos de buena calidad y manejen adecuadamente los colores.

En el caso del presente proyecto, para hacer más efectivos los aprendizajes, se decidió agregar a las historietas un material didáctico que los orientara.

"Secuencia de viñetas o representaciones gráficas que narran una historieta mediante imágenes y texto que aparece encerrado en un globo o bocadillo"

1.11. EL CÓMIC

1.11.1. Definición del Cómic.-



Rodríguez Diguez, manifiesta que el comic *"Es una forma narrativa cuya estructura no consta solo de un sistema, sino de dos: lenguaje e imagen"* ¹³

El origen del cómic está vinculado a las características económicas, sociales y culturales de la sociedad en la que se origina.

El cómic es fruto de varios siglos de experimentación. Como forma de representación debe asociarse a la cultura de masas. El cómic es, por consiguiente, un producto industrial, independientemente de su valoración estética ó semiótica

Misrachic. Manifiesta que: *"Hay dos modos de escribir cuentos, uno es capítulos, líneas y palabras, y los llamamos Literatura, y otro mediante una sucesión de imágenes, y a este lo llamamos el Cuento de imágenes"*.¹⁴

¹³ RODRÍGUEZ, D., José L. "El comic y su utilización didáctica", Barcelona, 1988

La estética de la ilustración, el humor político y el periodismo satírico son géneros a tener en cuenta a la hora de considerar las influencias en el origen del cómic. En Europa se suman a estos elementos la tradición proveniente, por un lado, de aucas y aleluyas y, por otro, el auge de las novelas por entregas

1.11.2. Características del Cómic

Se trata de buscar las características que aparecen con mayor frecuencia en las definiciones transcritas, o bien aquellas que, sin aparecer con excesiva frecuencia, se consideran, pese a ello, de especial relieve.

Uno de los rasgos más frecuentemente señalados es el relativo al carácter narrativo del cómic. El cómic presupone un soporte temporal, un "antes" y un "después" de la viñeta que se lee, que generalmente se refiere a un presente.

La segunda nota a considerar es la relativa a la interacción de lo verbal y lo icónico. La utilización de códigos específicos aparece como un rasgo distintivo más.

Así pues, entorno a estas cinco características gira el sentido del cómic o tebeo:

- Carácter predominante narrativo, diacrónico, del mensaje.
- Integración de elementos verbales e icónicos.
- Utilización de una serie bien definida -en sus aspectos básicos- de códigos y convenciones.
- Su realización se efectúa atendiendo a una amplia difusión, a lo cual suele subordinar se su creación.
- Su finalidad es predominante, distractiva. Sin embargo, no se trata de condiciones radicalmente excluyente. Con frecuencia pueden observarse casos en los que algunas de estas nociones están ausentes.

Decir que el cómic es una estructura narrativa implica reconocer la existencia de diacronía entre sus elementos, la presencia de una línea temporal marcado por un "antes" y un "después".

¹⁴ MISRACHI C. "La historieta como medio Educativa y como medio de lectura, Editorial Nieramed. OEA. 1994

El antes/después en la historieta se apoya fundamentalmente en la estructura de la viñeta y su secuencia.

En el momento de leer una viñeta, la anterior se convierte en pasado y la posterior se intuye como futuro. La secuencia temporal es claramente dominante en el cómic. La línea que marca entre progresión temporal, la pauta de lectura viene señalada por el seguimiento izquierda-derecha, coordinado con la lectura de arriba-abajo como complementario. A esto se le llama vector de lectura.

1.11.3. CÓMO HACER UN CÓMIC

En primer lugar tenemos que buscar la idea, el argumento, lo que queremos contar. En esa búsqueda caracterizamos a los personajes que van a intervenir (principales y secundarios), los lugares y ambientes donde transcurre la historia así como la época en la que se va a desarrollar la acción.

Una vez que hemos definido estos elementos, hay que establecer la forma como va a contarse esa historia, teniendo en cuenta los recursos narrativos que se disponen:

- Acción lineal, es decir aquella que sigue un orden cronológico de los hechos.
- Acción paralela, es aquella que permite alternar dos o más acciones que ocurren simultáneamente en dos espacios.
- Acción cortada, es aquella en que la acción se puede cortar para evocar el pasado o anticipar el futuro (flash back o forward).

División del argumento

Una vez que tenemos el argumento rico en detalles de personajes y ambientes, procedemos a la división del argumento en pequeñas unidades que contengan los momentos más representativos para su comprensión.

Los episodios accesorios pueden eliminarse porque entre una y otra viñeta el lector complementa ese proceso. Cada una de esas unidades en las que dividimos el argumento constituye el número

de viñetas a dibujar siguiendo uno de los tres tipos de acciones (lineal, paralela o cortada) que indicamos anteriormente.

Planificación

Se eligen luego, el tipo de plano y ángulo que va a corresponder a cada una de las viñetas.

Montaje

Se establecen los recursos que se van a utilizar para unir las viñetas: cartela, cartucho, fundidos, encadenados, espacios contiguos, tipo y tamaño de formato, etc.

Realización del guión.

Cada uno de los elementos que hemos descrito va a constituir el guión propiamente dicho. La estructura del guión puede ser la siguiente:

- Se pone el número de la página, ejemplo. página nº 1.
- Después se pone el número de viñeta, ejemplo. viñeta nº 1.
- Se pone el tipo de plano, ejemplo: plano general.
- La descripción de la escena.
- Por último el texto de la viñeta.

Una vez terminada esta viñeta, se continúa con la siguiente y así sucesivamente con el resto de las páginas. Al terminar el guión se realizan los siguientes pasos:

- a) Distribución de la página con el formato más apropiado para cada viñeta.
- b) Dibujar con lápiz las viñetas teniendo presente que la expresión anímica del rostro de los personajes va a condicionar el significado de la historia.
- c) El espacio que va a ocupar el bocadillo se deja en blanco calculando de antemano su lugar.
- d) Se rotulan los dibujos, se trazan las onomatopeyas y las figuras cinéticas.
- e) se procede a pintar, es conveniente usar rotuladores para los personajes y lápices de colores para los fondos, de esta forma se logra que las figuras se destaquen.
- f) Se rotulan los textos de los globos, las cartelas y los cartuchos. a la hora de escribir el texto en los globos se sugiere:
 - Trazar previamente las líneas horizontales con lápiz que van a servir de guía para el tamaño de las letras.

- Escribir el texto teniendo en cuenta los espacios entre letra y letra, palabra y palabra, línea y línea.
- Delinear el contorno del globo.

Este procedimiento evita un resultado frecuente cuando se produce a la inversa: que el texto sea excesivo para el espacio que habíamos delineado. Otro error usual es cambiar el orden de los globos alternando el diálogo. El afán de rellenar todo el espacio con imagen y/o texto sin dejar nada en blanco asfixia a la página.

La búsqueda de formatos originales, a veces, provoca confusión al lector. Un maestro enuncia un principio que es aconsejable tener en cuenta. *"lo más sencillez lo más legible"*.

1.11.4. VENTAJAS DEL CÓMIC

- Es fácilmente manipulable.
- Es poco costoso.
- Apasiona a los chicos.
- Puede prestarse al recortado de viñetas, a su manipulación.
- Motiva al niño/a porque sale de lo tradicional.
- Fomenta la creatividad.
- Se adquieren códigos que van a acompañar al niño a lo largo de toda su vida
- Crea hábitos de lectura.
- Enriquece las posibilidades comunicativas.
- Es vehículo de ejercicios de comprensión lectora.
- Puede utilizarse como centro de interés de un tema.
- Es fuente de ejercicios que estimulan los métodos de análisis y síntesis.
- Estimula el desarrollo del pensamiento lógico del alumno.
- Se puede desarrollar en cualquier nivel y con cualquier tema.
- Es un instrumento eficaz para la superación de dificultades lecto-escritoras.
- El tebeo es un camino corto y seguro hacia el libro.
- El cómic puede convertirse en un medio movilizador para la organización de debates, coloquios, etc.

1.11.5. Inconvenientes del cómic en el aula

- ◆ Puede tomarse exclusivamente como un simple entretenimiento, sin experimentar sus posibilidades expresivas con el fin de leer la realidad representada en un código cifrado.
- ◆ Detrás de la idílica existencia de los personajes se encuentra un mundo cerrado donde no cabe lugar el afecto, la solidaridad o la libertad de imaginación.
- ◆ Con los niños de corta edad se utiliza poco porque el niño todavía no sabe leer ni escribir., pero si puede interpretar.
- ◆ Necesidad de conocer el lenguaje particular que se utiliza en el cómic.

Conclusión

Las peculiaridades del cómic como medio de comunicación de masas le convierten en el recurso inicial y crucial de cara a la introducción en el aula de los medios de comunicación de base icónica.

En la medida en que los propios escolares realicen investigaciones pertinentes sobre un tema y las plasmen en un video, en un cómic o en un periódico están llegando a la aprensión del conocimiento a través de la propia acción y no por la mera repetición memorística de una lección.

1.12. EL TEBEO

Es un mensaje predominantemente narrativo. inventario de símbolos arbitrariamente escogidos, acompañado de un conjunto de reglas de composición de las palabras codificadas, y a menudo puesta en paralelo con un diccionario... de la lengua natural. El cómic surge así como instrumento hacia el entretenimiento y diversión, como una función distractiva casi exclusiva. Pero las necesidades sociales por una parte, y de otra necesidad de prestigio social, obligan a una derivación progresiva hacia el campo instructivo.

1.12.1 Análisis de los componentes del tebeo

1.12.1.1 LENGUAJE VISUAL

- **La viñeta**

La viñeta es la unidad mínima de la significación de la historieta. Unidad espacio-temporal, unidad de significación y unidad de montaje; y al tiempo, unidad de percepción diferencial.

Se distingue en la viñeta un **continente** y un **contenido**.

- **Continente.-** Está formado, normalmente, por una serie de líneas que delimitan el espacio total de la página del tebeo. Cabe destacar tres aspectos del continente de la viñeta:
 - a) Las características de las líneas constitutivas, rectas, curvas, ligeramente onduladas, etc.
 - b) La forma de la viñeta, la más frecuente es la rectangular, aunque también existen cuadradas, triangulares, etc.
 - c) Dimensiones de la viñeta.

- **Contenido.-** Se puede especificar como contenido *icónico* y *verbal*. El *icónico* puede estudiarse en su dimensión *sustantiva* y *adjetiva*. La *sustantiva* significa que se representa y la *adjetiva* son características tales como el movimiento, la expresividad derivada de la información icónica. El contenido verbal se puede dividir como anteriormente hemos señalado en; contextual o de transferencia, globos y onomatopeyas.

- **El encuadre.-** A la limitación del espacio real donde se desarrolla la acción de la viñeta, se denomina encuadre. Se distinguen diferentes tipos de encuadre de acuerdo al espacio que se seleccione de la realidad (planos), al ángulo de visión adoptado ó al espacio que ocupe en el papel (formato).

- **Planos**
 - a. El **Gran Plano General** (GPG) describe el ambiente donde transcurre la acción. En este tipo de plano los personajes apenas se perciben. El GPG ofrece la información sobre el contexto donde transcurre la acción.
 - b. El **Plano General** (PG) tiene dimensiones semejantes a la figura del personaje, lo encuadra de la cabeza a los pies y proporciona información sobre el contexto, aunque las referencias al ambiente son menores que en el caso anterior. La figura humana cobra protagonismo, sobre todo, en las viñetas de acción física. Al PG también se le denomina: **Plano Entero** ó de **Conjunto**.
 - c. El **Plano Americano** (PA) encuadra la figura humana a la altura de las rodillas. Es un plano intermedio y sirve para mostrar las acciones físicas de los personajes así como los rasgos de sus rostros.
 - d. EL **Plano Detalle** (PD) selecciona una parte de la figura humana o un objeto que, de otra manera, hubiese pasado desapercibido. En algunas viñetas, un detalle puede ocupar toda la imagen.
 - e. El **Plano Medio** (PM) recorta el espacio a la altura de la cintura del personaje. Se destaca más la acción que el ambiente y, a su vez, cobra importancia la expresión del personaje.

- f. El **Primer Plano** (PP) selecciona el espacio desde la cabeza hasta los hombros de la figura. Sobresale los rasgos expresivos y conocemos el estado psicológico, emocional, etc., del personaje.

- **Ángulos de visión**

El ángulo de visión es el punto de vista desde el que se observa la acción. El ángulo de visión permite dar profundidad y volumen a la viñeta, así como sensación de grandeza ó pequeñez según el punto de vista adoptado.

Tipos de ángulos

- a) En el *ángulo de visión normal* o *ángulo medio*, la acción ocurre a la altura de los ojos.
- b) En el *ángulo de visión en picado* la acción es representada de arriba hacia abajo. Este tipo de ángulo ofrece la sensación de pequeñez.
- c) En el *ángulo de visión en contrapicado* la acción es representada de abajo hacia arriba. Este tipo de ángulo ofrece la sensación de superioridad.
- d) El *ángulo cenital* es el ángulo picado absoluto y ofrece una visión totalmente perpendicular de la realidad.
- e) El *ángulo nadir* es el ángulo contrapicado absoluto.

La elección de un plano o de un ángulo de visión va a producir efectos expresivos determinados.

- **Formatos**

Se llama formato al modo de representar el encuadre en el papel. El formato puede ser rectangular (horizontal o vertical), circular, triangular, cuadrado, etc. El formato implica una elección bien diferente del tamaño. La relación entre el espacio, la viñeta y el tiempo real que se requiere para leerla es de gran importancia para crear el ritmo en la historieta.

- **El color**

El color es un elemento que juega un papel importante en la composición de la viñeta, de la página, etc. El color puede cumplir diferentes funciones: figurativa, estética, psicológica y significativa.

El significado del color no está estandarizado y en cada situación puede realizarse combinaciones que den lugar a nuevas interpretaciones. Un mismo color puede utilizarse para significar cosas distintas.

1.12.1.2 LENGUAJE VERBAL

El texto que se utiliza en el cómic para representar todo tipo de sonido cumple las siguientes funciones:

- Expresar los diálogos y pensamientos de los personajes.
- Introducir información de apoyo en la cartelera.
- Evocar los ruidos de la realidad a través de onomatopeya.

a. El bocadillo

El bocadillo es el espacio donde se colocan los textos que piensa o dicen los personajes. Constan de dos partes: la superior que se denomina globo y el rabillo o delta que señala al personaje que está pensando o hablando.

La forma del globo va a dar al texto diferentes sentidos:

- El contorno en forma de nubes significa palabras pensadas por el personaje.
- El contorno delineado con tornas temblorosas, significa voz temblorosa y expresa debilidad, temor, frío, etc.
- El contorno en forma de dientes de serrucho, expresa un grito, irritación, estallido, etc.
- El contorno con líneas discontinuas indica que los personajes hablan en voz baja para expresar secretos, confidencias, etc.
- Cuando el rabillo del bocadillo señala un lugar fuera del cuadro, indica que el personaje que habla no aparece en la viñeta.
- El bocadillo incluido en otro bocadillo indica las pausas que realiza el personaje en su conversación.
- Una sucesión de globos que envuelven a los personajes expresa pelea, actos agresivos.
- El globo con varios rabillos indica que el texto es dicho por varios personajes.

b. La cartela y el cartucho

La cartela. Es la voz del narrador. Este texto no se integra en la imagen, se ubica en la parte superior de la viñeta y su forma es rectangular.

El cartucho. Es un tipo de cartela que sirve de enlace entre dos viñetas consecutivas. En este caso el espacio de la viñeta está ocupado por el texto.

c. La onomatopeya. Es la imitación de un sonido y puede estar fuera o dentro del globo.

d. letras

El tipo de letra más usado es el de imprenta. Según las características de los personajes y el tono de voz empleado se usarán letras de otro tipo. Por ejemplo, si grita el personaje se usará letras mayores, si canta las letras tienen un ritmo ondulante, etc.

1.12.1.3. Signos convencionales

a. Metáfora visual

Es una convención gráfica que expresa una idea a través de una imagen. Por ejemplo, tener una idea luminosa, sentimientos destructivos, recibir un golpe, etc.

b. Figuras cinéticas

Son las respuestas gráficas a la naturaleza inmóvil de las imágenes fijas que tratan de reflejar una realidad dinámica.

c. Montaje

Es una selección tanto del espacio como del tiempo con el fin de crear un ritmo determinado. Los recursos que utiliza el montaje son:

- La panorámica, movimiento de rotación de cámaras sobre su eje. en el cómic consiste en dibujar en viñetas sucesivas los diversos momentos significativos de ese movimiento.
- La sensación de travelling en el cómic la logramos cuando se representa en viñetas sucesivas un mismo personaje, bien acercándolo o bien alejándolo.
- El fundido consiste en la alteración progresiva de los tonos de imagen.
- En el encadenado se produce una degradación de la imagen al mismo tiempo que va apareciendo otra con un valor semejante.

1.12.1.4. OBJETIVOS DEL USO DEL TEBEO EN LA ENSEÑANZA

- Un primer objetivo llega como consecuencia de la reflexión sobre el lenguaje verbo icónico a través del lenguaje verbal.
- Supone un entrenamiento interesante para facilitar la capacidad analítica de los alumnos.
- Localizar los elementos que definen los códigos cinéticos y sus distintos tipos.
- Se asienta en la combinación de técnicas de trabajo en grupo, trabajo individual, crítico o creativo, y capacidad de expresión oral o escrita.
- Se orienta al mismo tiempo hacia la creatividad.
- Consecución de un alto nivel de tolerancia crítica.
- Un alumno no solo es capaz de ser consumidor, sino que puede producir él mismo su propia historia.

1.13. LA CREACIÓN DE PERSONAJES

Los personajes que se crean son los encargados de desarrollar una historia. Para inventar un personaje se pueden recurrir a diversas técnicas:

- a) Creación de personajes a partir de figuras geométricas.
- b) Creación de figuras a partir de formas isomorfas, sobre todo, a la hora de concretar conceptos abstractos que quieran visualizarse.
- c) Creación de personajes a partir de la figura humana o de animales.
- d) Creación de figuras a partir de la utilización de técnicas mixtas.

1.13.1. Expresiones anímicas y faciales

A partir de ciertos elementos pueden determinarse los sentimientos de los personajes. Por ejemplo el cabello erizado da sensación de miedo, terror, cólera. Las cejas atas dan sensación de sorpresa; la boca sonriente, alegría, etc.

1.13.2. El lenguaje

A través del lenguaje se conoce la manera de pensar y de hablar de cada personaje, así como su ideología.

El lenguaje complementa la información que se está ofreciendo a través de la imagen hasta tal punto que conforman una unidad indisoluble entre sí, es decir, que las imágenes requieren ese texto y viceversa.

Pero hay historietas mudas que no requieren el lenguaje, a través de una serie de viñetas pueden mostrarse procesos, situaciones o determinadas actitudes.

1.13.3. Tamaño

Se dibuja a un tamaño mayor del que se va a reproducir porque resulta más fácil y porque al reducir los dibujos ganan en calidad.

Si se dispusieran todas las viñetas simétricamente y del mismo tamaño, un cómic tendría problemas de ritmo y sería sumamente aburrido.

Es aconsejable variar el tamaño y la disposición de los cuadros conservando la armonía de cada página.

El cómic puede representar las siguientes variantes: la tira, la página, los libros y álbumes.

- La tira.- es una situación o una historia desarrollada en tres, cuatro o cinco viñetas. si el episodio es de humor acabará con un chiste.
- La página.- está formada por una serie de viñetas cuyo número es variable. la extensión del argumento es de una, dos, tres o más páginas.
- Los libros y álbumes.- son historias completas que se desarrollan en un volumen o son una recopilación de historietas cortas.

1.14. FUNCIONABILIDAD DE LAS DESTREZAS

1.14.1. Destreza observar

Observar es: examinar atentamente, advertencia, objeción que se hace sobre alguna cosa, nota o comentario que se hace de un texto para precisar su significado o recalcar algún aspecto determinado, observar una determinada situación a fin de elaborar un informe sobre la misma.

En nuestra sociedad actual se pone un esfuerzo enorme para descuidar el arte de observar. Es una lástima, es la única forma en que usted llega a ver algo, observar o mirar la forma en que algo es, lo que de hecho está ahí.

¿Cómo le enseña a alguien a ver lo que está ahí? Pone algo ahí para que lo mire y le hace que le diga lo que ve. Un individuo puede practicar esto por sí mismo o en una situación de grupo, como en una clase. Uno simplemente selecciona una persona u objeto y observa que es lo que está ahí. En una clase, por ejemplo, se le pide a un estudiante que se ponga en frente de la sala de forma que el resto de los estudiantes le miren. El maestro está ahí y les pregunta a los alumnos ¿Qué ven? Ellos irán detallando lo que observan así *unos se fijarán en su físico, otros en su estado de ánimo: triste, alegre, enojado, aburrido, etc.*

Otros su vestuario y así sucesivamente.

La meta de tales ejercicios es llevar al estudiante al punto en que puede mirar a otra persona, o a un objeto y ver exactamente lo que está ahí. No una deducción de lo que podría estar ahí a partir de lo que ve ahí. Simplemente lo que está ahí, visible y evidente a la vista.

El ser capaz de reconocer una imagen, un objeto, una persona, etc. Al primer vistazo es una habilidad.

La capacidad de observar no es innata o mística, esta destreza se va adquiriendo con el tiempo y desarrollando con una estimulación continua.

Esta destreza nos ayuda a ser más críticos y desarrolla la capacidad de atención y concentración, la interpretación y descripción, la expresión oral y la imaginación.

1.14.2. La descripción

Describir es relatar con palabras lo que se observa o se siente. Es una técnica literaria que se utiliza cuando se quiere plasmar, como en una pintura, aquello que se ve. Es el modo que utilizamos para presentar lingüísticamente, la realidad.

Elementos:

La precisión

La claridad

La vivacidad

Describiendo una persona.-

Primero la presentamos, o sea, decimos quien es, luego decimos como es, para esto es necesario destacar algunos rasgos que caracterizan a la persona.

La descripción de personas puede ser de tres clases:

Prosopografía, etopeya y retrato.



ESTADOS DE ÁNIMO

Describiendo un lugar o un ambiente.-

Para describir un lugar hay que elegir detalles como luces, colores, sonidos, objetos, etc, que den la impresión de realidad, se puede describir lugares cerrados como habitaciones o lugares abiertos como plazas y campos



DESCRIBIENDO UN AMBIENTE

En la descripción de un objeto se dice qué es, cómo es, dónde está.



DESCRIPCIÓN DE UN OBJETO

1.14.3. Destreza criticar

Criticar, crítica, critico, es la observación que tiene como fin el señalar los dones o defectos, los errores o aciertos, las fallas o los éxitos de una persona, cosas, empresa, obra, imágenes, etc. Sin embargo los que en nuestra sociedad han establecido la costumbre de criticar buscan solo señalar un solo lado de aquello que critican, siendo esto por lo general el de los supuestos errores, fallas o defectos. Criticar también es analizar que es la capacidad para descomponer el todo en sus partes constitutivas, tratando de describir las relaciones de sus elementos así como su organización.

1.14.4. Destreza ilustrar

Ilustrar es aclarar algo de difícil composición con ejemplos o imágenes, ilustra su explicación con ejemplos.

- ◆ Adornar un libro con láminas o grabados, el mismo ha ilustrado su libro.
- ◆ Instruir a una persona también a PRNL, se ilustró sobre la época antes de escribir la novela.
- ◆ Hacer ilustre a una persona o cosa.
- ◆ Representación gráfica que complementa y explica un texto.
- ◆ Publicación, periódica, con láminas y dibujos, además de un texto.

CAPITULO II

PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

*“El empleo de los métodos científicos para recoger,
Organizar, resumir y analizar los datos,
Así como para sacar conclusiones validas
Y tomar decisiones razonables,
Es el aporte valioso de la estadística”*

Para el procesamiento de los datos se utilizó el programa computacional Excel. Cada uno de los items de las encuestas aplicadas a los docentes, padres de familia y niños. Se ha sintetizado mediante series estadísticas en tablas de distribución, de frecuencias.

Posteriormente se presenta la respectiva representación gráfica, con el objeto de que facilite una visión global del asunto de estudio; se concluye con la interpretación de los resultados.

2.1. Caracterización del colegio “Santa Clara de Asís”

El colegio fiscomisional “Santa Clara de Asís” ubicado en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo – Pichincha, tuvo sus inicios gracias a que un destacado tabacundeño el señor Cristóbal Hidrovo, donó su casa y terreno para que ahí funcione un colegio regentado por religiosas.

Se hacen los arreglos respectivos para que la casa quede lista como establecimiento educativo, haciéndose cargo del mismo las hermanas franciscanas.

Es así que las matriculas se inician el Domingo 11 de noviembre de 1951, comenzando sus labores el 13 del mismo mes con 43 alumnos de primer grado y en el corte con 31 señoritas finaliza el año lectivo el 24 de julio de 1952.

Se abren las matrículas 1952-1953 para el primero y segundo grado y primero y segundo curso de corte y confección, a partir de esa fecha se siguen incrementando los grados hasta completar la instrucción primaria y el colegio de corte y confección.

Debemos recalcar que en esta casa se vivió una verdadera pobreza franciscana, hubo un tiempo que por falta de recursos se quiso cerrar la escuela, pero con la generosidad del trabajo de los padres de familia pudieron salir adelante.

Las fundadoras fueron: la Hna. Juana de Jesús Sánchez como directora, y las hermanas: Lucía Arteaga y Emiliana Castro como profesoras.

Hoy esta institución educativa cuenta con más de 500 alumnos, los 10 años de educación básica, de dos paralelos cada uno, se mantienen el Centro Artesanal de corte y confección. Aquí laboran 18 profesores regulares y 4 religiosas que trabajan para conseguir los objetivos trazados por el sistema educativo de nuestro país y del plantel. Contando con una adecuada infraestructura.

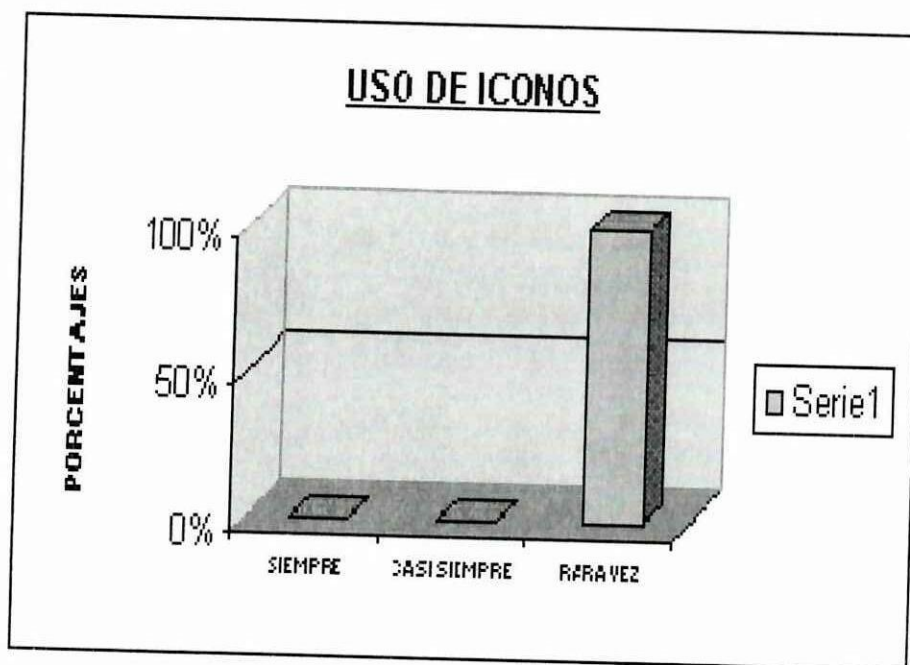


2.2. ENCUESTA APLICADA A LOS MAESTROS DE PRIMERO Y SEGUNDO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA.

USO DE ICONOS EN EL AULA.

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	RARA VEZ	
Uso de signos icónicos en la hora clase	0	0	4	4
PORCENTAJES			100%	100%

Fuente: Grupo Investigador

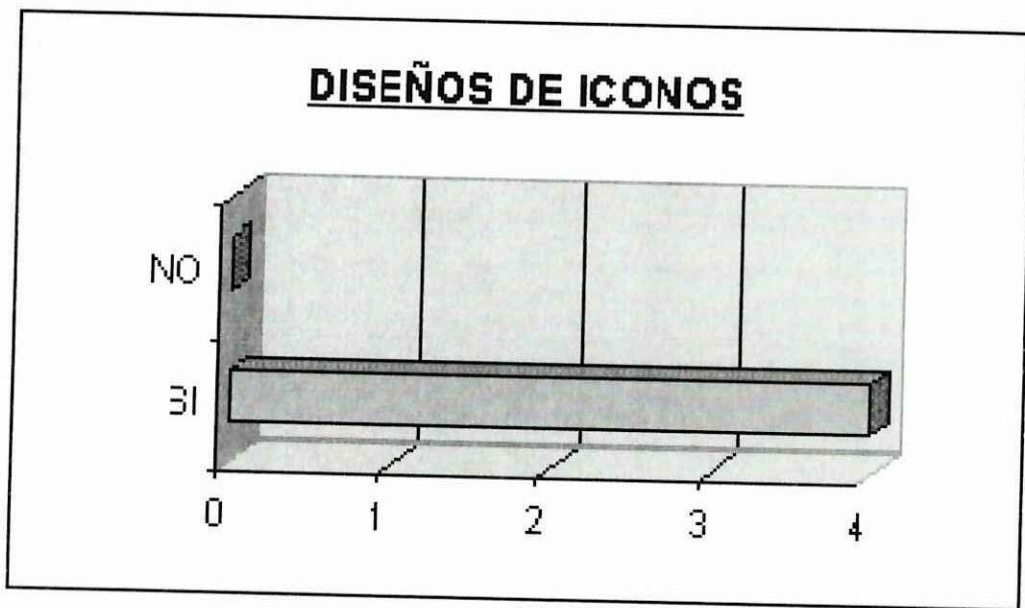


- Este gráfico muestra que el 100% de Maestros utilizan rara vez los signos icónicos en su hora clase. Con esto detectamos que los Maestros no están despertando el interés de sus alumnos, por lo cual debemos insinuar la utilización mas frecuente de este lenguaje como una estrategia metodológica para una mejor enseñanza aprendizaje.

DISEÑO DE ICONOS

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
Diseños de Iconos para mejorar la enseñanza- aprendizaje	4	0	4
PORCENTAJES	100%		100%

Fuente: Grupo Investigador

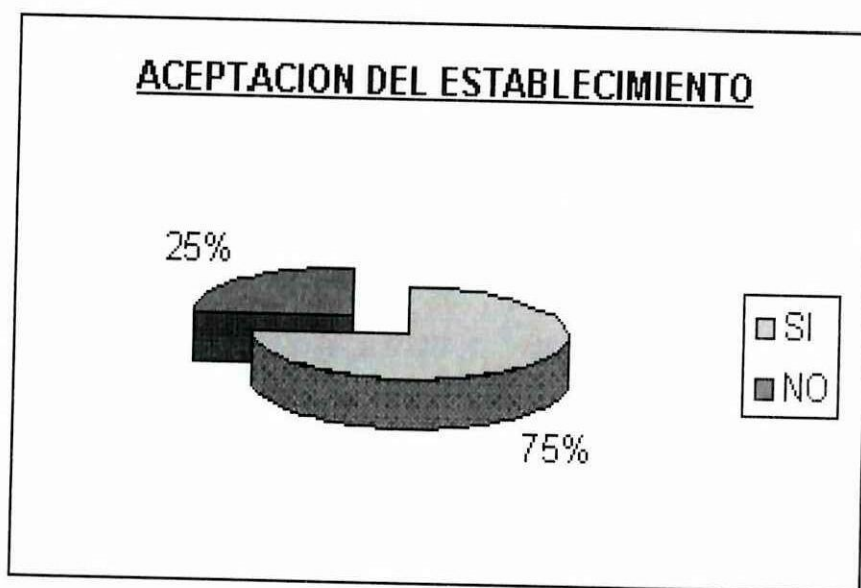


- Con estos datos podemos deducir que el 100% de los investigados si están dispuestos a diseñar sus propios iconos para mejorar la calidad y motivación de sus alumnos. Esta respuesta positiva nos anima a sugerir a los maestros nuevos métodos para mejorar la calidad de la educación.

ACEPTACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
Aceptación del Establecimiento educativo para trabajar con el Lenguaje icónico	3	1	4
PORCENTAJES	75%	25%	100%

Fuente: Grupo Investigador

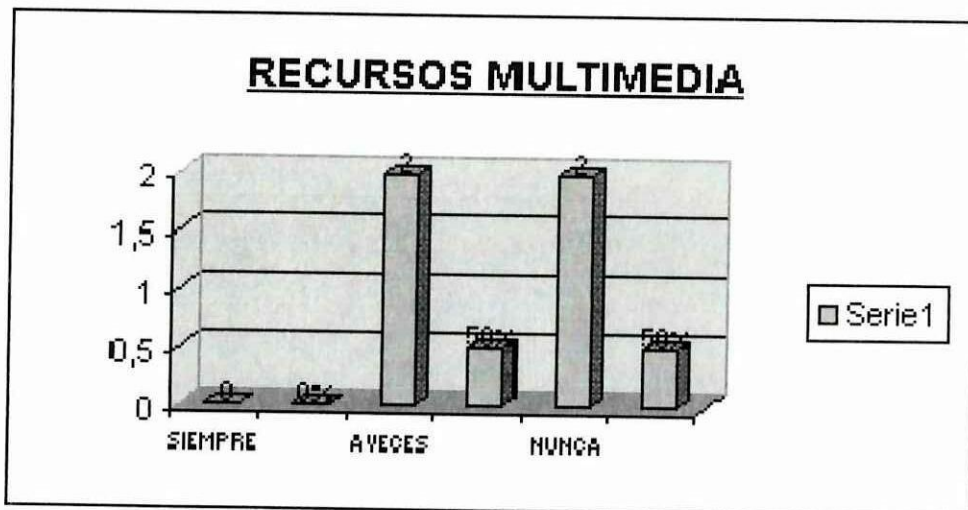


- Aquí observamos que el 75% de maestros responden que si aceptarían en su establecimiento educativo trabajar con el lenguaje icónico, en tanto que el 25% se muestran negativos. Esta apreciación nos da la pauta para sugerir a las autoridades de la Institución la introducción de esta estrategia para un mejor manejo de iconos

RECURSOS MULTIMEDIA

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	SIEMPRE	A VECES	NUNCA	
Utiliza los recursos multimedia.	0	2	2	4
PORCENTAJES		50%	50%	100%

Fuente: Grupo Investigador

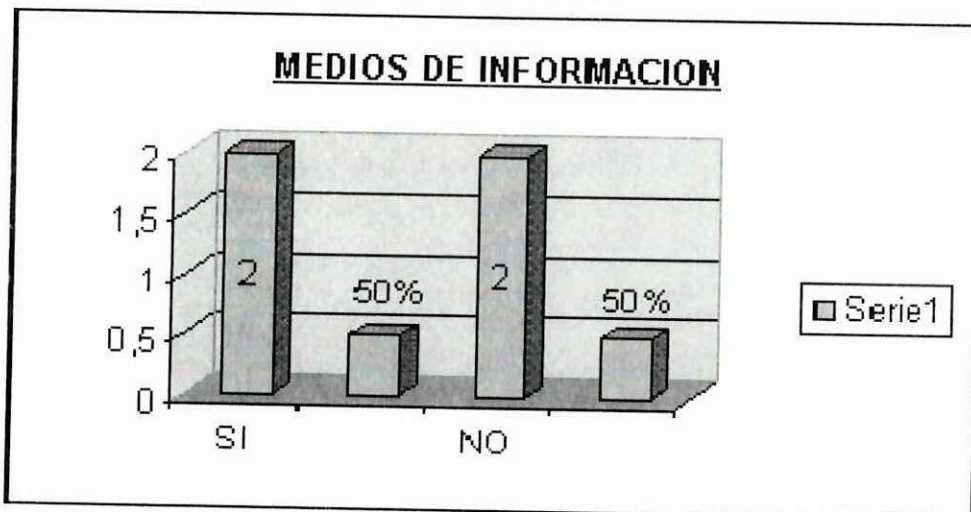


- Como podemos apreciar el 50% de maestros utilizan los recursos multimedia y el otro 50% no utilizan.
- Al respecto podemos decir que la mitad de maestros tienen que capacitarse en la utilización de estos medios para transmitir a sus educandos mejorando así su calidad

MEDIOS DE INFORMACIÓN

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
Los recursos multimedia lo utiliza como medios de información.	2	2	4
PORCENTAJES	50%	50%	100%

Fuente: Grupo Investigador

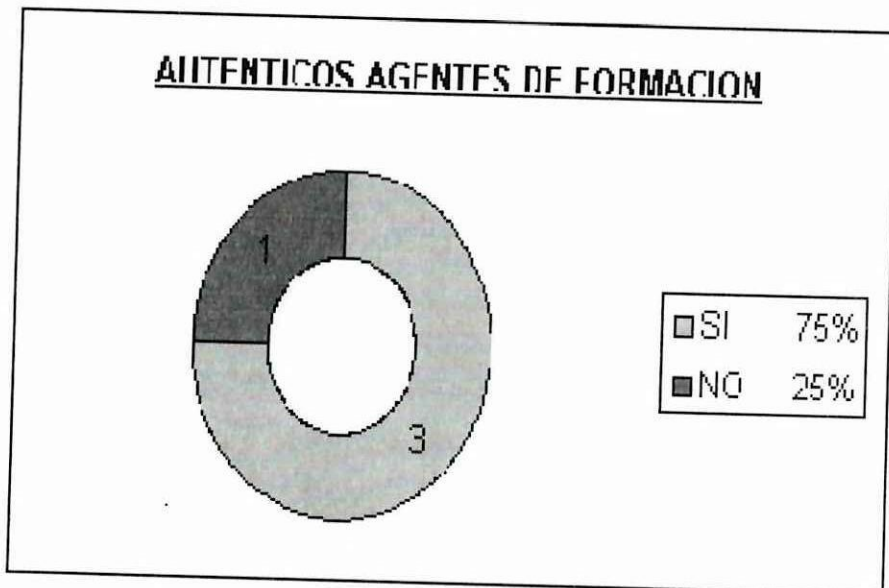


- Estos datos demuestran que el 50% si utilizan estos recursos multimedia como medios de información lo que no sucede con el otro 50%.
- Al igual que en el caso anterior se podría decir que este 50% que responden negativa
- mente necesitan actualizarse en estos medios de comunicación para mejorar la enseñanza-aprendizaje

AUTÉNTICOS AGENTES DE FORMACIÓN

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
Los recursos multimedia son auténticos agentes de información	3	1	4
PORCENTAJES	75%	25%	100%

Fuente: Grupo Investigador

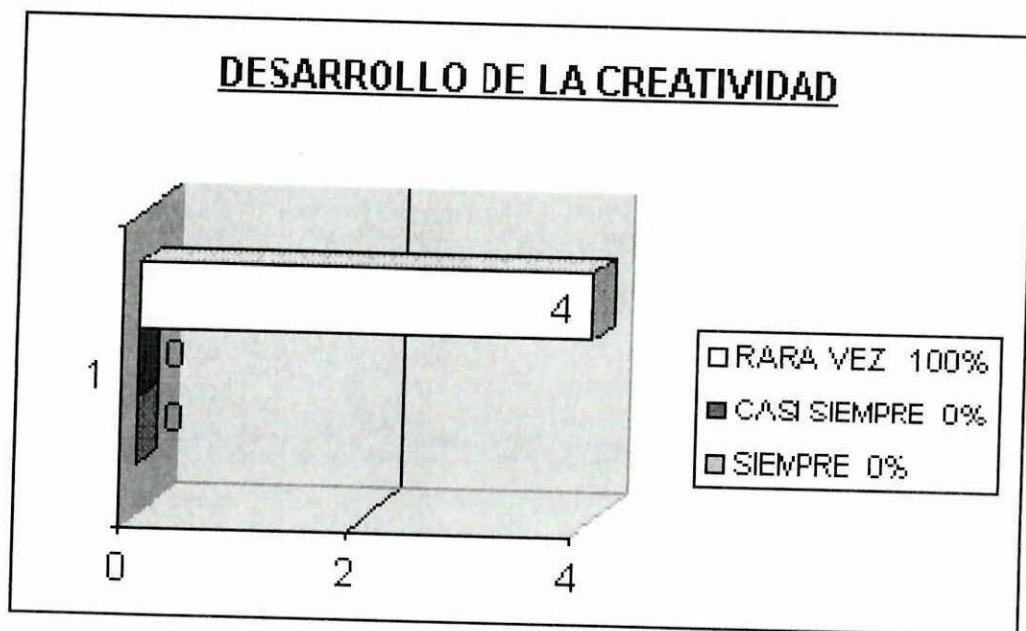


- Aquí el 75% de maestros responden afirmativamente que la multimedia son auténticos agentes de formación, y el 25% responden lo contrario.
- En este caso consideramos que los maestros deben prepararse para el manejo de estos recursos ya que es muy importante para introducir en el campo educativo.

DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	RARA VEZ	
Desarrollo de creatividad de los alumnos mediante el manejo de íconos	0	0	4	4
PORCENTAJES	0%	0%	100%	100%

Fuente: Grupo Investigador

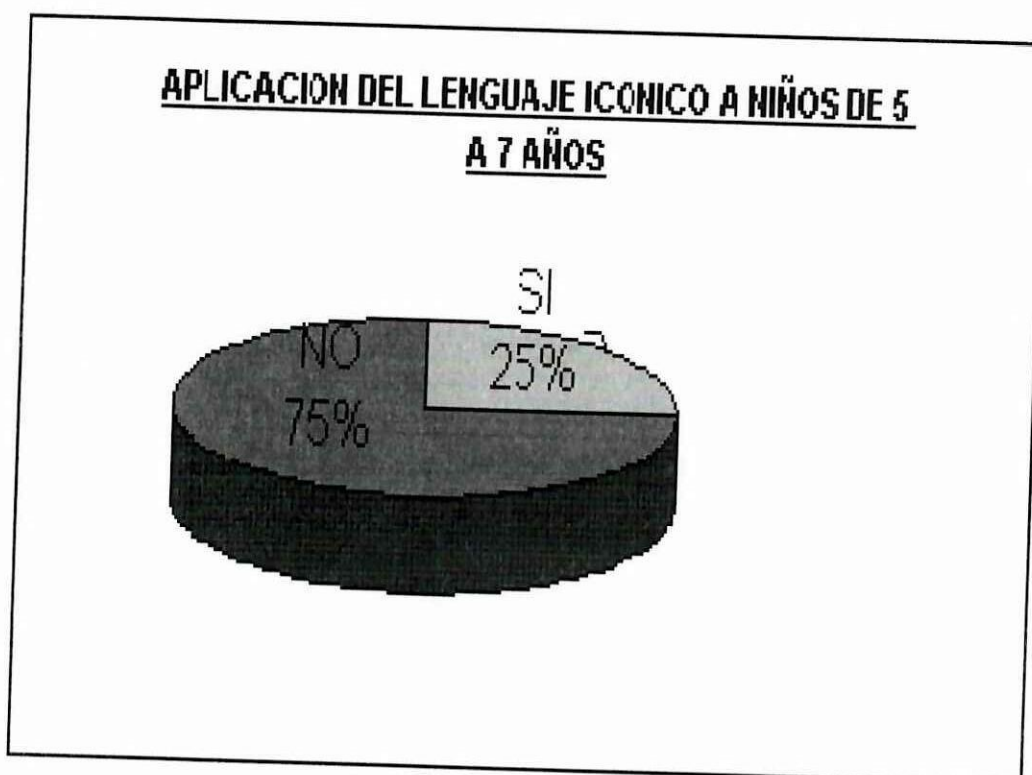


- En este ítem el 100% se manifiesta que rara vez manejan este lenguaje de íconos, por lo que no despiertan el interés de los alumnos para desarrollar su creatividad.

APLICACIÓN DEL LENGUAJE ICÓNICO A NIÑOS DE 5 A 7 AÑOS

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
El lenguaje icónico debe ser aplicado sólo en niños de 5 a 7 años.	1	3	4
PORCENTAJES	25%	75%	100%

Fuente: Grupo Investigador

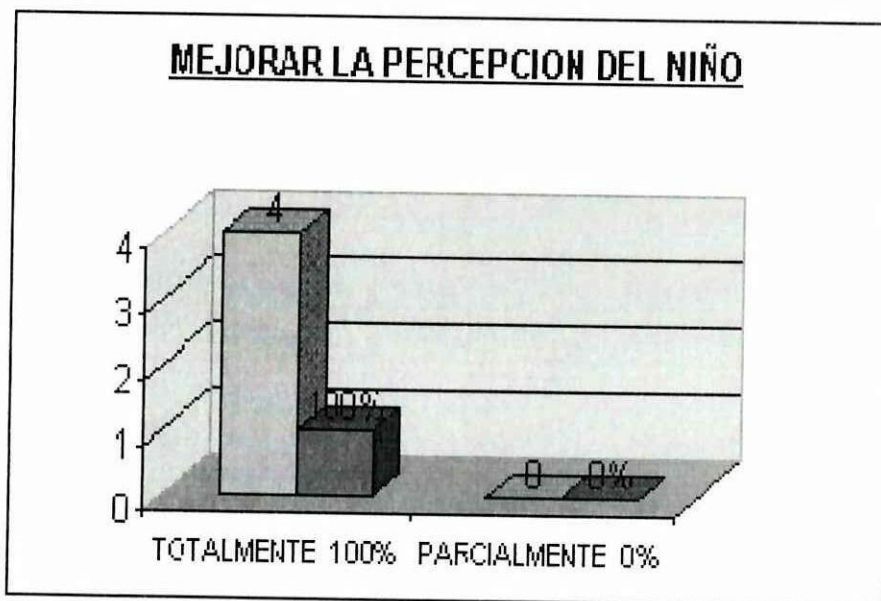


- El 25% responde que si se debe aplicar el lenguaje icónico sólo a los niños de 5 a 7 Años y el 75% expresa que debe ser aplicado a todos en sus diferentes medios.

MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL NIÑO

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	TOTALMENTE	PARCIALMENTE	
El lenguaje icónico mejora la percepción del niño	4	0	4
PORCENTAJES	100%	0%	100%

Fuente: Grupo Investigador

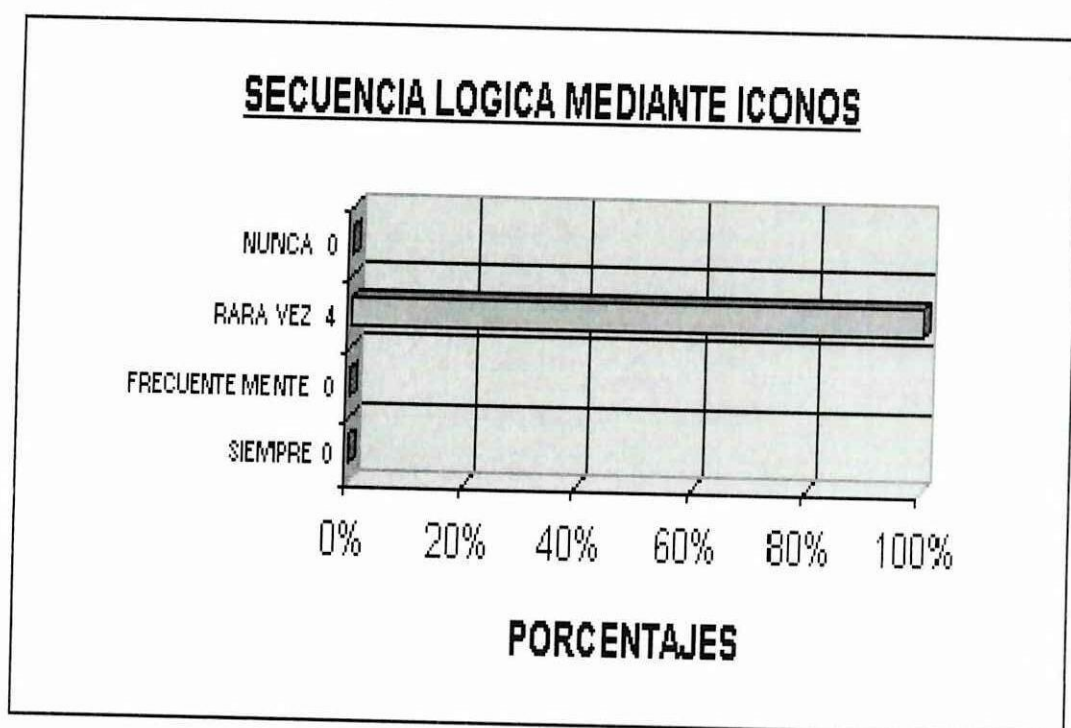


- Estos resultados expresan que el 100% están de acuerdo que el lenguaje icónico mejora la percepción del niño
- Al respecto podemos decir que los maestros deben dictar sus materias a través de íconos ya que los alumnos captan más viendo que escuchando, mejorando así la percepción de los alumnos.

SECUENCIA LÓGICA MEDIANTE ÍCONOS

ITEM	RESPUESTAS				TOTAL
	SIEMPRE	FRECUENTEMENTE	RARA VEZ	NUNCA	
Representación de secuencias lógicas de los hechos mediante íconos.	0	0	4	0	4
PORCENTAJES	0%	0%	100%	0%	100%

Fuente: Grupo Investigador



- Estos datos muestran que el 100% representan rara vez esta secuencia lógica de los hechos mediante íconos.
- Esto debe cuestionarnos a los maestros para utilizar este lenguaje icónico como una estrategia metodológica dado el tiempo que nos obliga actualizarnos para dar a la sociedad niños creativos y participativos.

2.2.1. Análisis final de los cuadros estadísticos de los docentes

El punto de vista de los docentes, en aspectos directamente relacionados con su método pedagógico en la enseñanza – aprendizaje, constituye un elemento importante en los descubrimientos realizados en la investigación.

Es importante que en la planificación de su hora clase introduzcan el lenguaje icónico como instrumento pedagógico que oriente al empleo de técnicas y métodos para conseguir la realización de aprendizajes significativos y funcionales.

Es significativo observar como en nuestra investigación, en las respuestas libres dadas por los maestros sobre el papel de las nuevas tecnologías en la educación, son muy pocos los que de una manera u otra se refieren a los nuevos medios de comunicación como agentes educativos.

Lo que se puede decir es también que uno de los mas importantes es la formación y el perfeccionamiento en los medios tecnológicos y de comunicación que tiene que asumir el profesorado para su integración en los contextos de enseñanza – aprendizaje y no se queden solo en la adquisición y actualización de infraestructura.

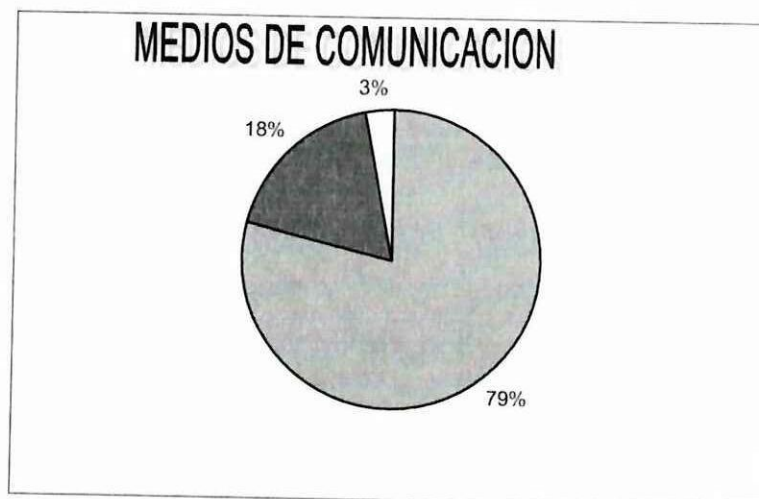
De este análisis se deduce que los factores relacionados con el rendimiento escolar en especial, las dificultades detectadas por la falta de aplicación de lenguaje icónico son los requeridos a considerarse en el programa para apoyar a los docentes en el mejoramiento de sus procesos de enseñanza – aprendizaje y conseguir que los alumnos desarrollen y mejoren su creatividad, percepción, análisis, etc. de imágenes o íconos, y por ende su rendimiento académico, y así disminuya la presencia de problemas de aprendizaje.

2.3. TEST APLICADO A LOS NIÑOS DEL PRIMER AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	TV	RADIO	NO RESPONDE	
Encierre en un círculo lo que más le gusta.	45	10	2	57
PORCENTAJES	79%	18%	3%	100%

Fuente: Grupo Investigador



- El 79% de los investigados manifiestan su preferencia por ver la TV.
- El 18% prefiere escuchar radio.
- El 3% no responde.
- En resumen la mayor parte de los niños buscan un cambio en su educación ya que la TV proyecta imágenes.

NOCIÓN DE TIEMPO

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Ponga una cruz en el cuadro que representa el día.	37	20	57
Porcentaje	65%	35%	100%

Fuente: Grupo Investigador

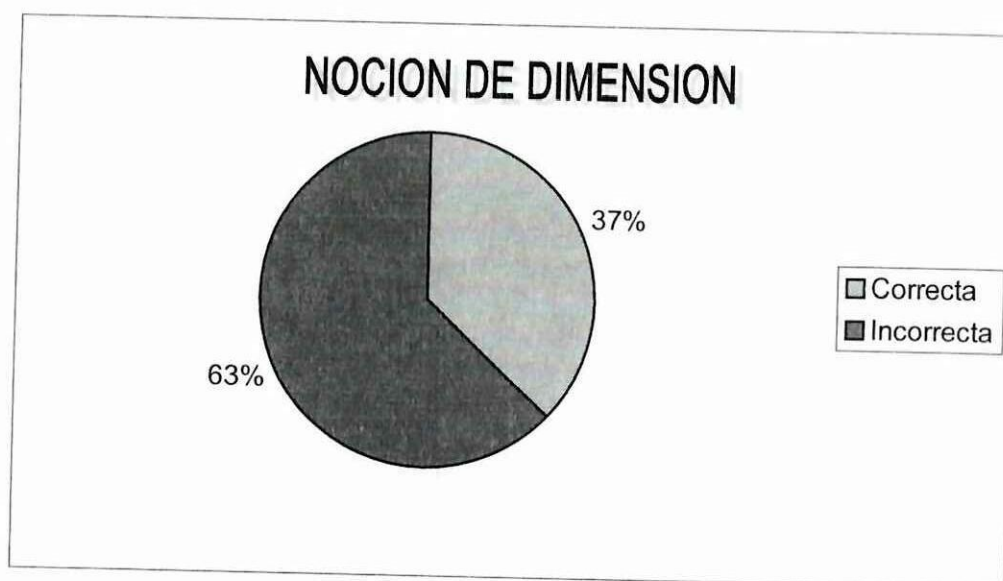


- En esta pregunta se detecta que el 65% de los niños diferencia correctamente el día de la noche y el 35% todavía no lo hace.
- En resumen los maestros deberán poner mayor interés hacia los estudiantes utilizando mayor número de imágenes.

NOCIÓN DE DIMENSIÓN

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Subraye el objeto mediano.	21	36	57
Porcentaje	37%	63%	100%

Fuente: Grupo Investigador

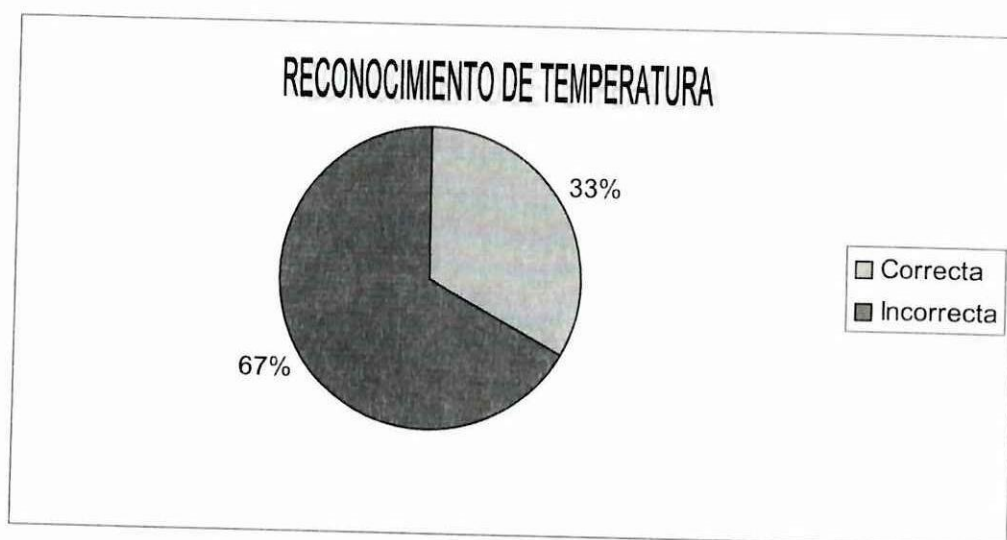


- Este gráfico muestra que el 63% de los encuestados no diferencia el objeto mediano.
- A base de iconos los maestros deberán preparar en clase para enseñar la noción de dimensión y lograr la propuesta que todos diferencien no solo el objeto en estudio sino también grande y pequeño.

RECONOCIMIENTO DE TEMPERATURA

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Tache con una X la tetera que esta caliente.	19	38	57
Porcentaje	33%	67%	100%

Fuente: Grupo Investigador

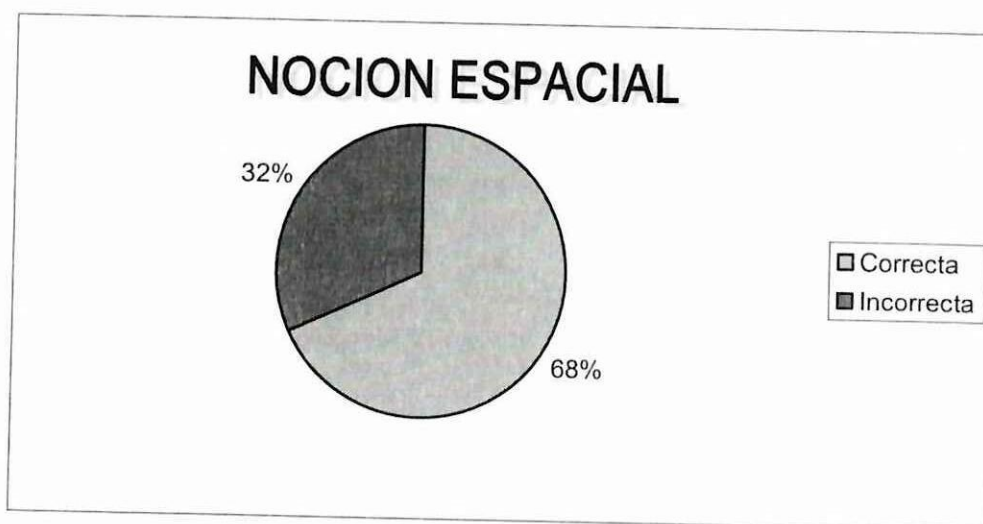


- El 67% de los encuestados responde en forma incorrecta.
- El 33% de los encuestados responde en forma correcta.
- Teniendo un resultado negativo de reconocimiento de temperatura se deberá reforzar en base del lenguaje icónico y lograr que el 100% reconozca la temperatura.

NOCIÓN ESPACIAL

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Encierre en un círculo el conejo que se encuentra lejos del árbol.	39	18	57
Porcentaje	68%	32%	100%

Fuente: Grupo Investigador



- Con estos datos podemos deducir que el 68% de los niños encuestados si tienen noción espacial.
- Esta respuesta positiva nos anima a sugerir a los maestros poner atención al 32% de los encuestados para que mejoren su noción espacial

CAPACIDAD DE CLASIFICAR

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Encierre en un cuadro el gráfico que indica a los niños que van a la escuela.	14	43	57
Porcentaje	27%	75%	100%

Fuente: Grupo Investigador

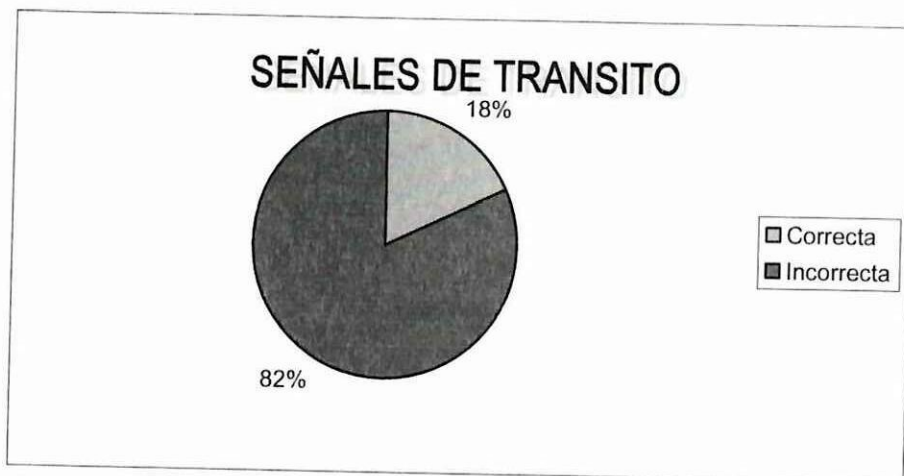


- Este cuadro muestra que el 75% no tiene capacidad de identificar el gráfico que demuestre cuales son los niños que van a la escuela.
- Los niños no tienen capacidad de clasificar, se tendrá que usar los íconos indispensables para mejorar el aprendizaje.

SEÑALES DE TRÁNSITO Y RECONOCIMIENTO DE COLORES

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Señale con una + el semáforo que nos indica cuando debe cruzar la calle.	10	47	57
Porcentaje	18%	82%	100%

Fuente: Grupo Investigador



- El resultado del 82% nos indica que es la mayoría de encuestados los que no saben las señales de tránsito ni el color verde.
- Al comprobar que el 82% de los niños necesitan aprender las señales de tránsito y el color verde se buscara material icónico que ayude en la enseñanza.

NOCIÓN DE TIEMPO

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Pinte el gráfico que muestre como esta el día.	20	37	57
Porcentaje	35%	65%	100%

Fuente: Grupo Investigador

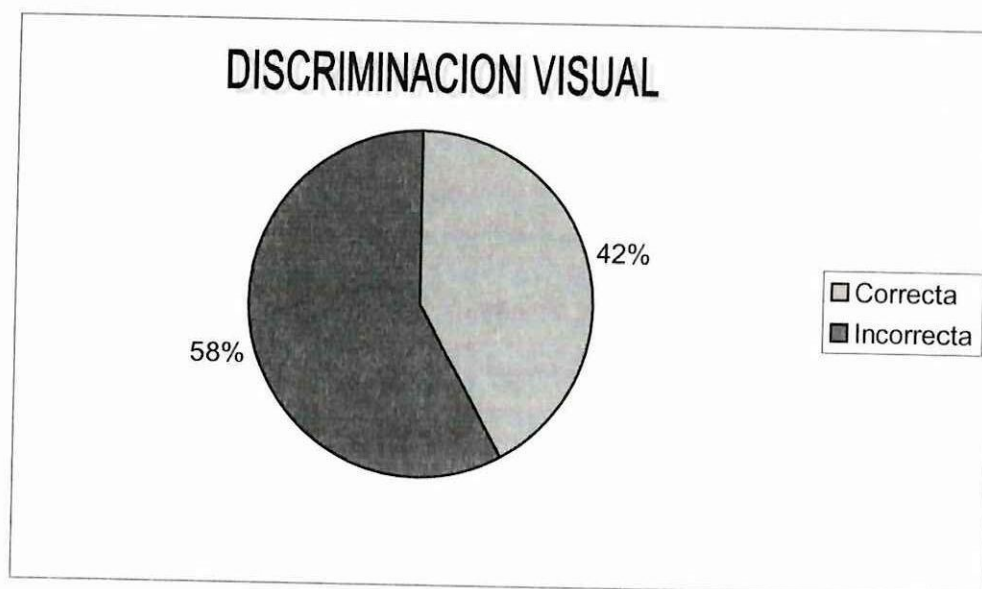


- Este cuadro nos permite conocer que el 65% está equivocado en la respuesta.
- Si hay el 65% de niños que no identifica el gráfico que muestre como esta el día tenemos que esforzarnos en realizar iconos que nos ayuden enseñar la noción de tiempo.

DISCRIMINACIÓN VISUAL

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Pon una cruz encima del pato que va en dirección contraria a los demás.	24	33	57
Porcentaje	42%	58%	100%

Fuente: Grupo Investigador

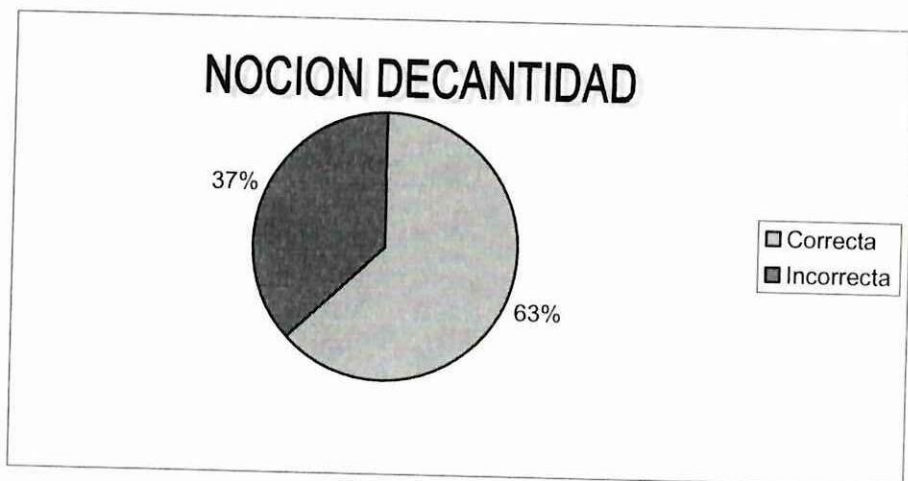


- Los resultados del 58% en este cuadro nos demuestra que la mayoría no hace discriminación visual.
- Como educandos debemos hacer hincapié en la discriminación visual para avanzar en el proceso de enseñanza.

NOCIÓN DE CANTIDAD

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Encierre en un círculo al conjunto que tiene mayor número de elementos.	36	21	57
Porcentaje	63%	37%	100%

Fuente: Grupo Investigador

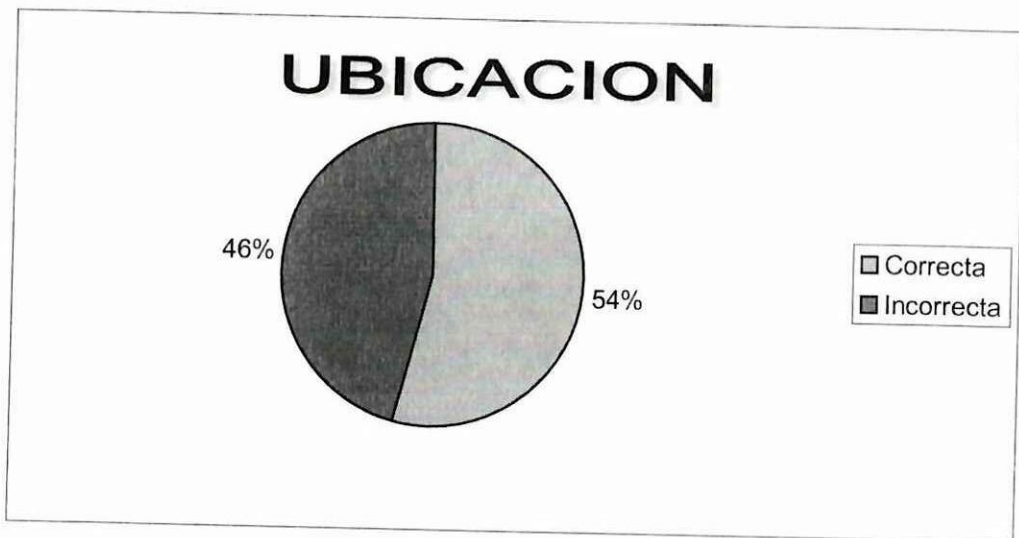


- Este cuadro nos demuestra que el 63% conoce la noción de cantidad.
- Si la respuesta correcta nos indica que el 63% de los encuestados reconocen el conjunto con mayor número de elementos únicamente hacemos refuerzo con iconos que nos permitan lograr el 100%

UBICACIÓN

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Dibuja una pelota encima de la casa.	31	26	57
Porcentaje	54%	46%	100%

Fuente: Grupo Investigador

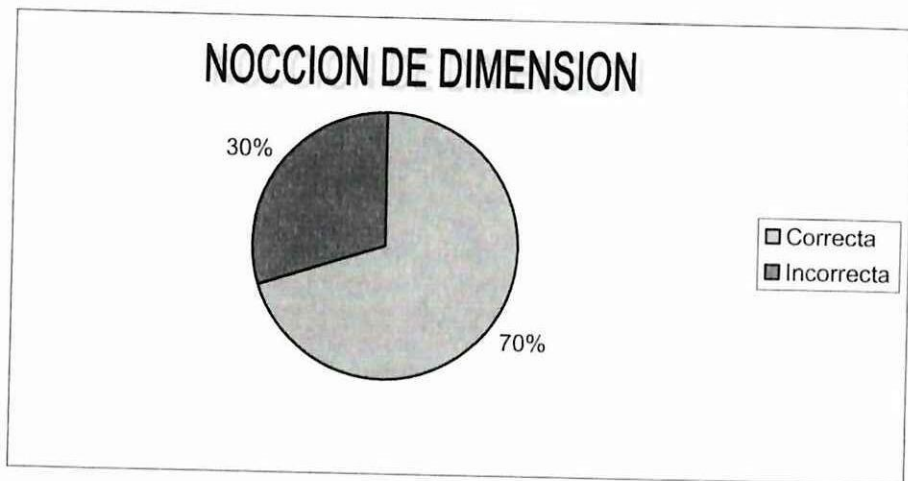


- Aquí observamos que el 54% de los encuestados conoce la noción de ubicación y el 46% no.
- Esta apreciación nos da la pauta que el mayor número de estudiantes contestó en forma correcta

NOCIÓN DE DIMENSIÓN

ITEM	RESPUESTA		TOTAL
	Correcta	Incorrecta	
Ponga una cruz sobre el animal más grande.	40	17	57
Porcentaje	70%	30%	100%

Fuente: Grupo Investigador



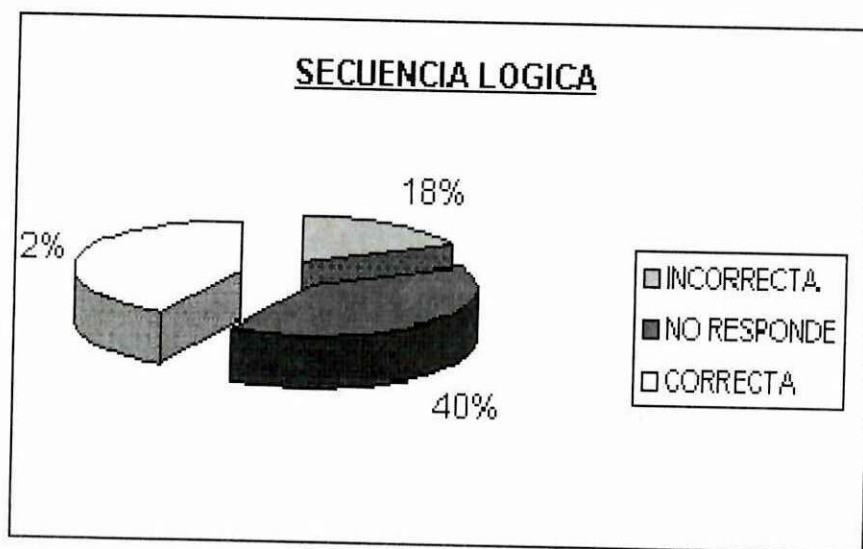
- Como podemos apreciar el 70% si conoce la noción de dimensión y el 30% no lo hace en forma correcta.
- Esta respuesta positiva nos anima a sugerir a los maestros que con la utilización de iconos pueda lograr al 100% que los estudiantes conozcan la noción de dimensión.

2.4. TEST APLICADO A LOS NIÑOS DEL SEGUNDO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA

SECUENCIA LÓGICA

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Siga la secuencia lógica.	24	10	23	57
PORCENTAJES	42%	18%	40%	100%

Fuente: Grupo investigador

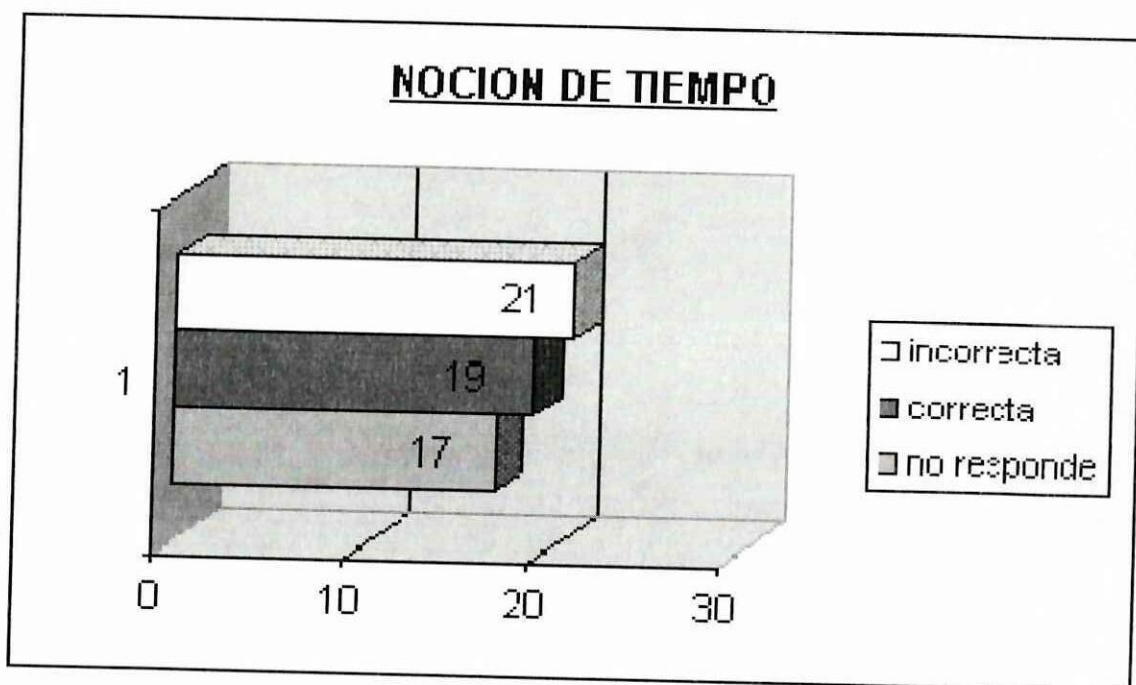


- Este gráfico muestra que el 42% de alumnos responden correctamente, el 18% incorrecto y el 40% no responden.
- Estos datos nos demuestran que sumadas las dos alternativas correspondientes a incorrecta y no responden nos da mas de la mitad de estudiantes que no siguen la secuencia lógica, esto quiere decir que les falta mas concentración, visualización y coordinación.

NOCIÓN DE TIEMPO

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Ponga una cruz en el cuadro que represente el día.	19	21	17	57
PORCENTAJES	33%	37%	30%	100%

Fuente: Grupo investigador



- Como se puede ver en este cuadro el 33% de niños responden acertadamente, mientras que el 37% marca incorrectamente y un 30% no responde.
- Con estos valores podemos deducir que una gran mayoría de niños les falta desarrollar esta área de noción del tiempo, y por otro lado la percepción o discriminación visual, ya que no identifican el día y la noche en los cuadros presentados

RECONOCIMIENTO DE LAS VOCALES (LETRA-OBJETO)

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Encierra en un circulo la imagen que empiece con la vocal e.	20	24	13	57
PORCENTAJES	35%	42%	23%	100%

Fuente: Grupo investigador



- Las respuestas dadas en esta encuesta no da el resultado de un 35% que responden correctamente, en tanto que un 42% lo hacen incorrectamente y el 23% no dan ninguna respuesta.
- A partir de estos resultados podemos apreciar que hay un alto porcentaje (si tomamos en cuenta las dos alternativas negativas) de alumnos que no reconocen las vocales, ni las relacionan con las imágenes del mismo carácter, por esto los maestros deben utilizar con más frecuencia los iconos en sus clases.

LOS OPUESTOS

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Dibuje lo opuesto de alegre.	13	42	2	57
PORCENTAJES	22.8%	73.7%	3.5%	100%

Fuente: Grupo investigador

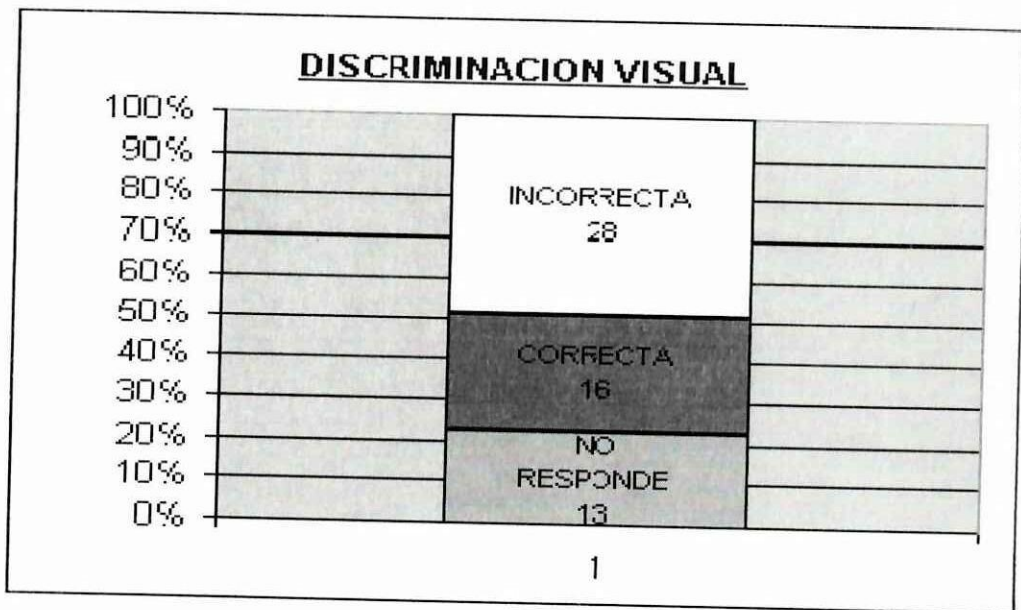


- Los datos que arroja este cuadro muestran que el 22,8% responden incorrectamente, el 73,7% dibujan correctamente lo opuesto de alegre y una minoría del 3,5% no responden. Podemos ver en este ítem un alto porcentaje de encuestados que no tienen noción de los opuestos en este caso, algo tan fácil como dibujar el opuesto de alegre, lo que quiere decir que hay que trabajar mucho en formas, expresiones, estados de ánimo, etc con íconos, ya que una imagen dice más que cien palabras.

DISCRIMINACIÓN VISUAL

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Señale con una cruz el animal que es distinto a los demás.	16	28	13	57
PORCENTAJES	28%	66.7%	5.3%	100%

Fuente: Grupo investigador

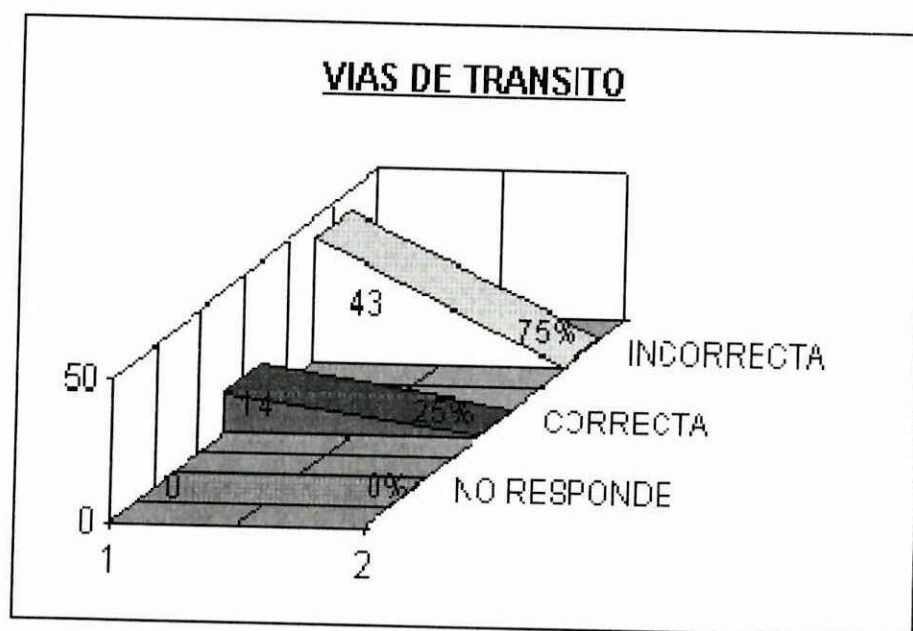


- Como podemos observar el gráfico nos señala que el 28% de investigadores responden al ítem correctamente, el 66.7% lo hace incorrectamente y un 5,3% no responde.
- Con estos porcentajes podemos deducir que a la mayor parte de estudiantes les falta desarrollar la discriminación visual, área que se le adquiriendo solo con el ejercicio continuo de lenguaje audiovisual

VÍAS DE TRÁNSITO

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Encierra la vía por la que transita el tren	14	43	0	57
PORCENTAJES	25%	75%	0%	100%

Fuente: Grupo investigador

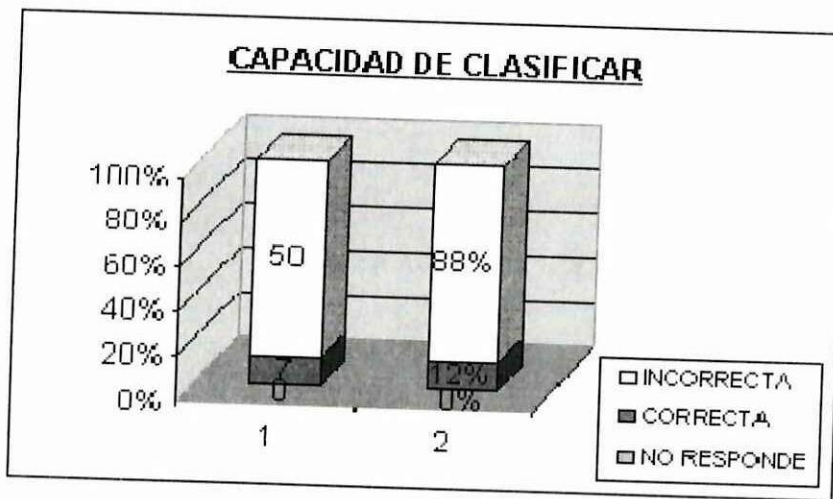


- Los resultados indican que el 25% señalan la respuesta correcta y el 75% lo hacen incorrectamente.
- Este resultado cuantitativo nos permite concluir que un elevado porcentaje de investigadores no reconocen las vías de tránsito, por lo que hay que poner mucho hincapié e insistir en el manejo adecuado de íconos al dictar una clase.

CAPACIDAD DE CLASIFICAR

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Señale con una cruz el valde que esta por llenarse	7	50	0	57
PORCENTAJES	12%	88%	0%	100%

Fuente: Grupo investigador

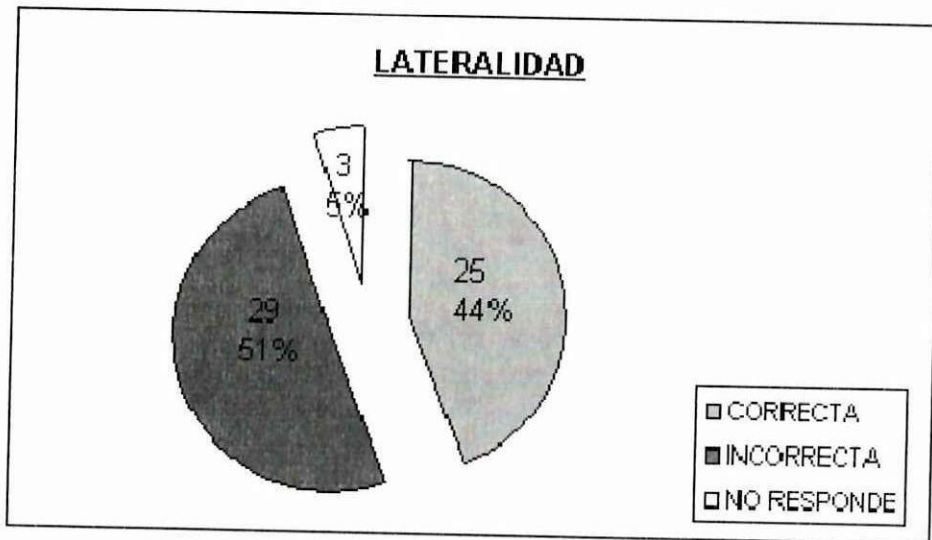


- El gráfico nos muestra que el 12% de los alumnos responden correctamente y el 88% lo hace incorrectamente .
- Estos datos nos señala un porcentaje altísimo de investigados que les falta esta destreza de discriminación visual y por ende la capacidad de clasificar, es muy preocupante, lo que se deduce que son niños desmotivados, existe una enseñanza tradicional sin la utilización del lenguaje icónico, debido a esto tenemos que insistir con lo maestros para la introducción de íconos en la hora clase como una estrategia.

LATERALIDAD

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Pinte el lado derecho de la Mariposa.	25	29	3	57
PORCENTAJES	44%	51%	5%	100%

Fuente: Grupo investigador

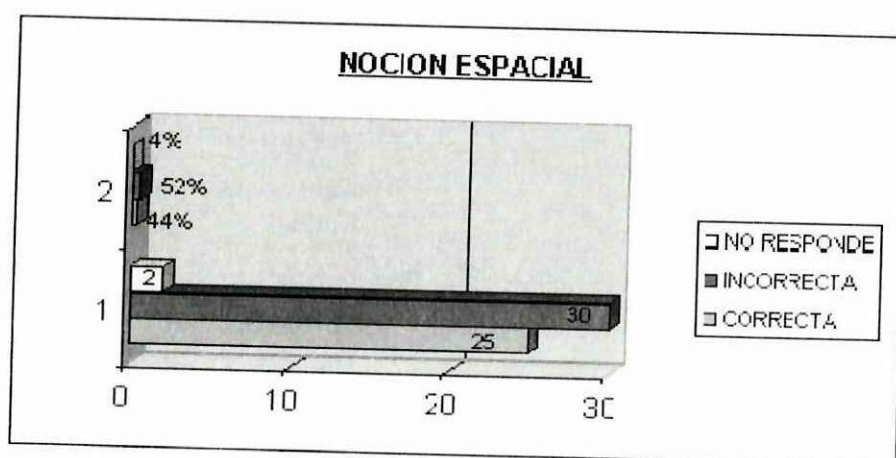


- En el siguiente ítem el 44% del grupo, realiza la actividad correctamente en tanto que sumadas las dos alternativas restantes dan el 56% que lo hacen incorrectamente.
- Estos resultado nos permiten reducir que mas de la mitad de los niños no tienen noción de lateralidad, no reconocen derecho e izquierdo, en este caso de una mariposa.

NOCIÓN ESPACIAL

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Dibuje una pelota sobre el árbol	25	30	2	57
PORCENTAJES	44%	52%	4%	100%

Fuente: Grupo investigador



- De estos resultados se desprende que el 44% responden de una forma correcta, el 52% señala la alternativa incorrecta y un 4% no responde.
- Así podemos decir que la mayoría de niños no tienen desarrollada esta noción espacial ya que no dibujan lo que se les pide en este caso la pelota sobre el árbol, mas bien la colocan abajo o a los lados motivarlos en esta área y así puedan ubicarse.

NOCIÓN DE CANTIDAD (RELACIÓN NÚMERO - CANTIDAD)

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Ponga una cruz sobre el conjunto que tenga alguno Elementos	15	39	3	57
PORCENTAJES	26%	69%	5%	100%

Fuente: Grupo investigador

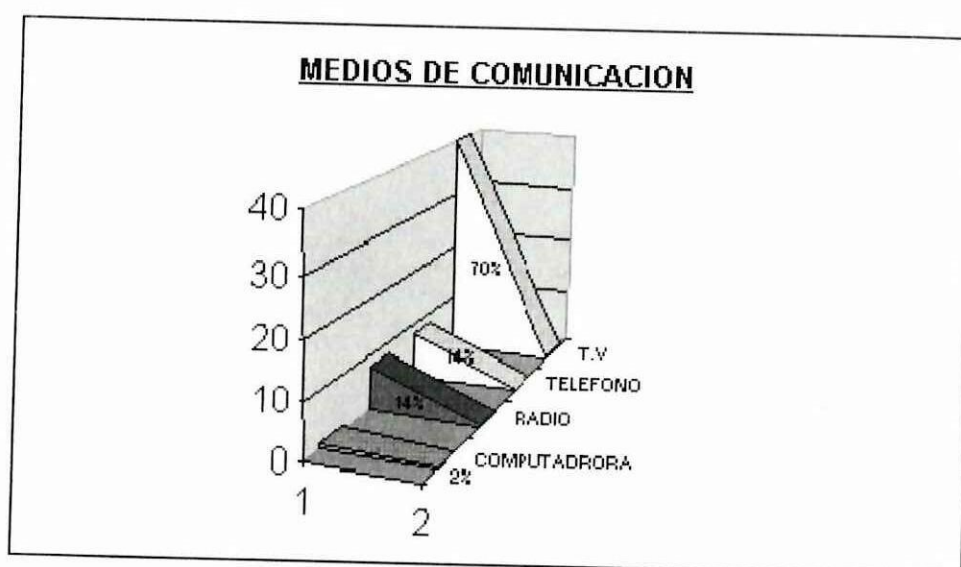


- Como podemos apreciar el 26% señala correctamente, el 69% lo hace incorrectamente y el 5% no responde.
- Estas cifras nos apuntan a niños con problemas de noción de cantidad, habilidad que hay que ir reforzando para que no tengan problema en cuanto a números.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ITEM	RESPUESTAS				TOTAL
	T.V	RADIO	TELEFONO	COMPUTADORA	
Señale cual de estos medios de comunicación utiliza mas.	40	8	8	1	57
PORCENTAJES	70%	14%	14%	2%	100%

Fuente: Grupo investigador

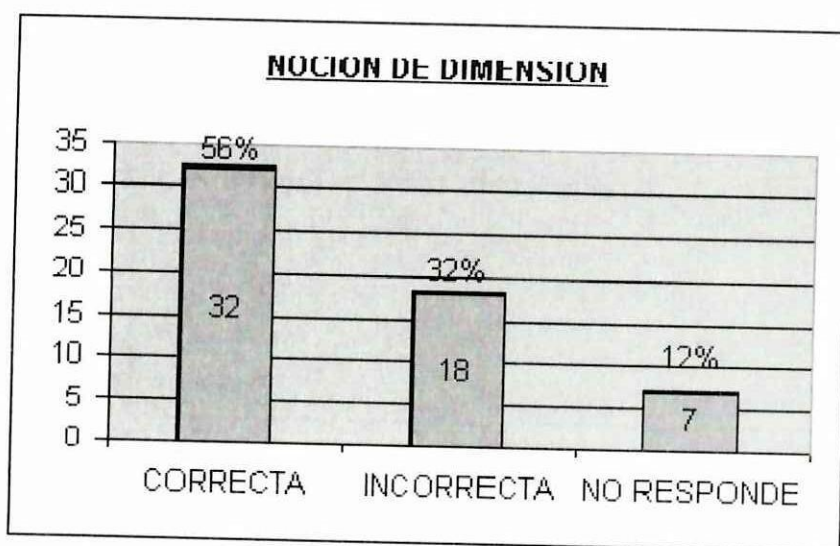


- Este cuadro arroja los siguientes porcentajes, el 70% de niños ven la televisión, el 14% escucha la radio, el 14% utiliza el teléfono y el 2% maneja la computadora.
- Con estos datos podemos señalar que estamos frente a un grupo televisivo pero que no está supervisado por una persona mayor, nos damos cuenta de esto por las respuestas anteriores dadas en los diferentes ítem, sin embargo hay que recalcar que un porcentaje mínimo saca la cara por los demás utilizando un medio de comunicación como es la computadora que es un avance tecnológico de mucho valor si le damos un correcto uso.
- Pudimos constatar que el niño que utiliza multimedia contestó correctamente todos los ítems por lo que podemos confirmar que este medio ayuda a desarrollar todas las capacidades intelectuales.

NOCIÓN DE DIMENSIÓN (IDENTIFICAR TAMAÑOS)

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	CORRECTA	INCORRECTA	NO RESPONDE	
Subraye el objeto mediano.	32	18	7	57
PORCENTAJES	56%	32%	12%	100%

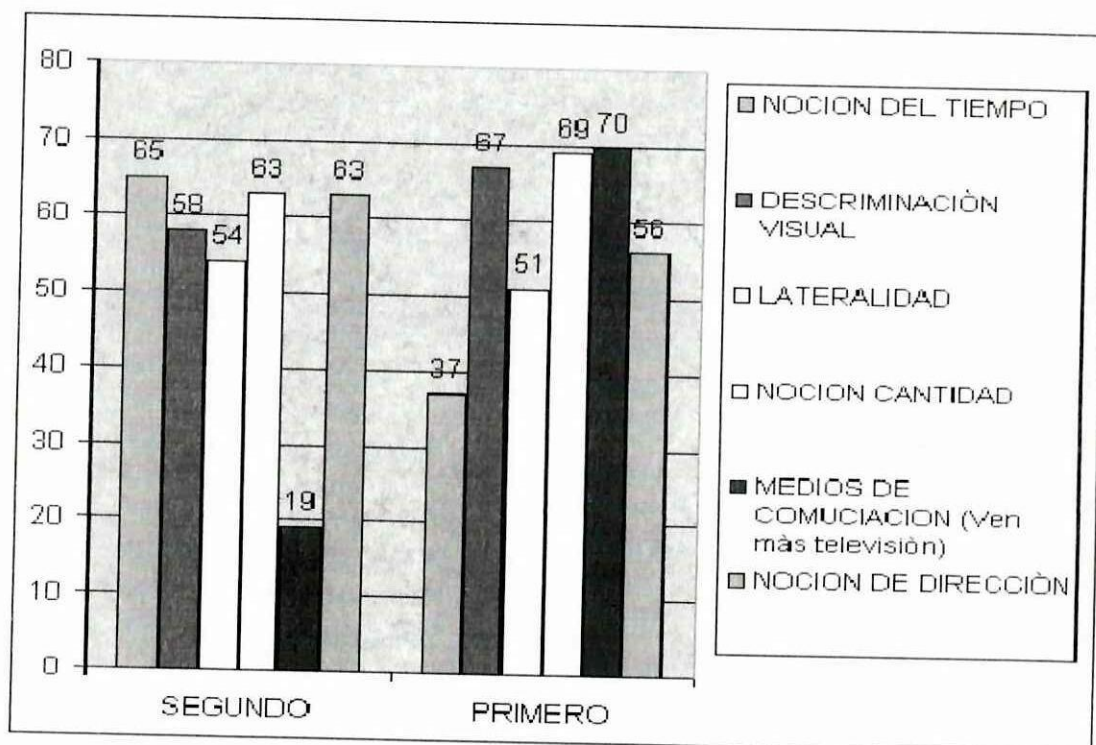
Fuente: Grupo investigador



- A partir de estos resultados diríamos que el 56% señala la alternativa correcta, el 32% se retracta, contestando incorrectamente y el 12% no responde ninguna alternativa.
- Podemos apreciar que existe mas de la mitad de encuestados que si tienen noción de dimensión y una considerable cantidad de alumnos no pueden identificar tamaños por lo que hay que seguir trabajando para lograr desarrollar esta habilidad.

2.5. CUADRO COMPARATIVO DE DESTREZAS DE NIÑOS DEL 1ERO Y 2DO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA.

DESTREZA	PORCENTAJES	
	SEGUNDO	PRIMERO
NOCION DEL TIEMPO	65	37
DESCRIMINACIÓN VISUAL	58	67
LATERALIDAD	54	51
NOCION CANTIDAD	63	69
MEDIOS DE COMUCIACION (Ven más televisión)	19	70
NOCION DE DIRECCIÓN	63	56

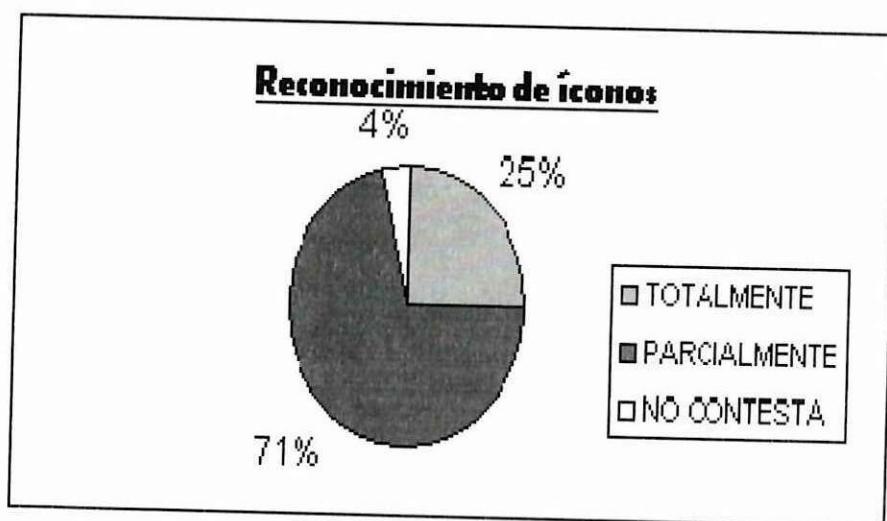


ENCUESTAS PADRES DE FAMILIA

2.6. DATOS DE PADRES DE FAMILIA DE 1RO Y 2DO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA. RECONOCIMIENTO DE ÍCONOS.

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	TOTALMENTE	PARCIALMENTE	NO CONTESTA	
Reconocimiento de imágenes	25	71	4	100
PORCENTAJE	25%	71%	4%	100%

Fuente: Grupo investigador

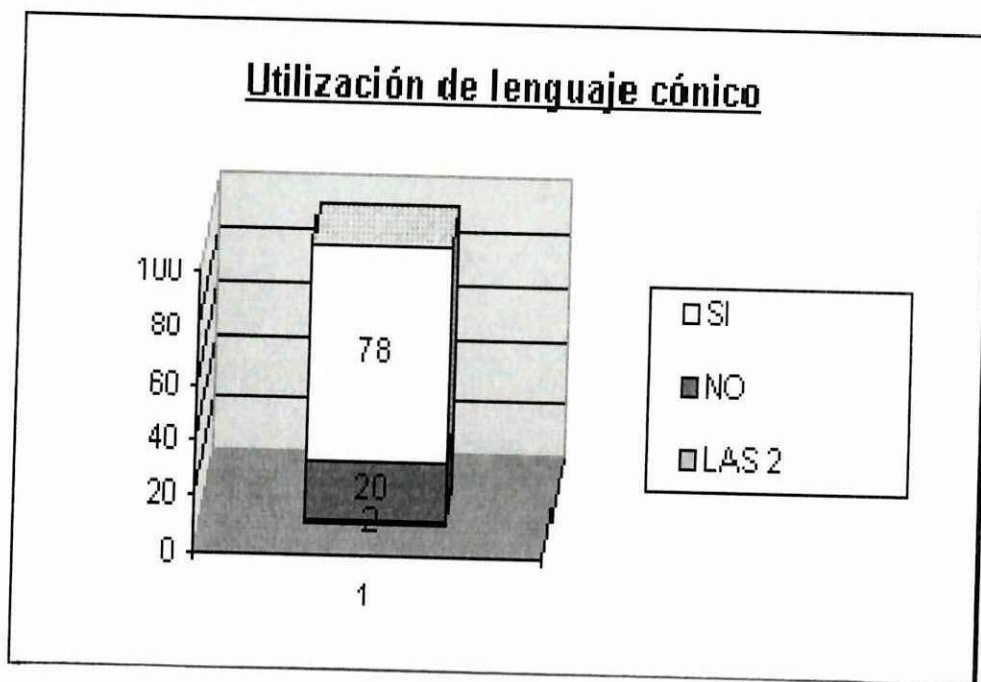


- Del cuadro anterior se puede deducir que el 25% si reconoce en forma total las imágenes, mientras que el 71% solo conoce en forma parcial. Este ítem no es comprendido por apenas el 4%. un dominio sobre el lenguaje icónico, lo cual inicialmente da fuerza a la importancia utilizar este sistema como una estrategia metodológica que desarrolle las áreas cognitivas de los estudiantes y que estos a su vez trasmitan a sus padres.

UTILIZACIÓN DEL LENGUAJE ICÓNICO.

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	SI	NO	LAS 2 RESPUESTAS	
Utilización del lenguaje basado en imágenes	78	20	2	100
PORCENTAJE	78%	20%	2%	100%

Fuente: Grupo investigador

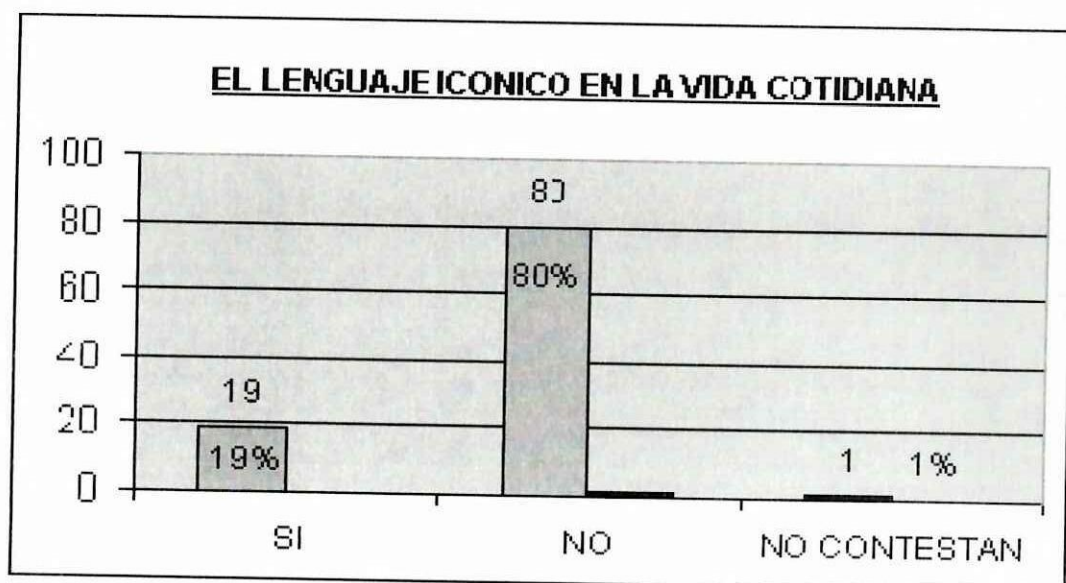


- El 78% aceptan utilizar el lenguaje icónico, mientras que el 20% se manifiesta contrario apenas el 2% no se manifiesta evidentemente por responder las 2 opciones.
- Este resultado cuantitativo me permite concluir que la mayoría de padres de familia estarían dispuestos a aceptar la metodología basada en iconos, sin embargo, no se debe despreocupar la fase de difusión y promoción a fin de lograr convencer a una cuarta parte de los padres de familia que inicialmente se manifiestan negativos.

EL LENGUAJE ICÓNICO EN LA VIDA COTIDIANA.

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	SI	NO	NO CONTESTAN	
Utilización del lenguaje icónico en la vida cotidiana	19	80	1	100
PORCENTAJE	19%	80%	1%	100%

Fuente: Grupo investigador

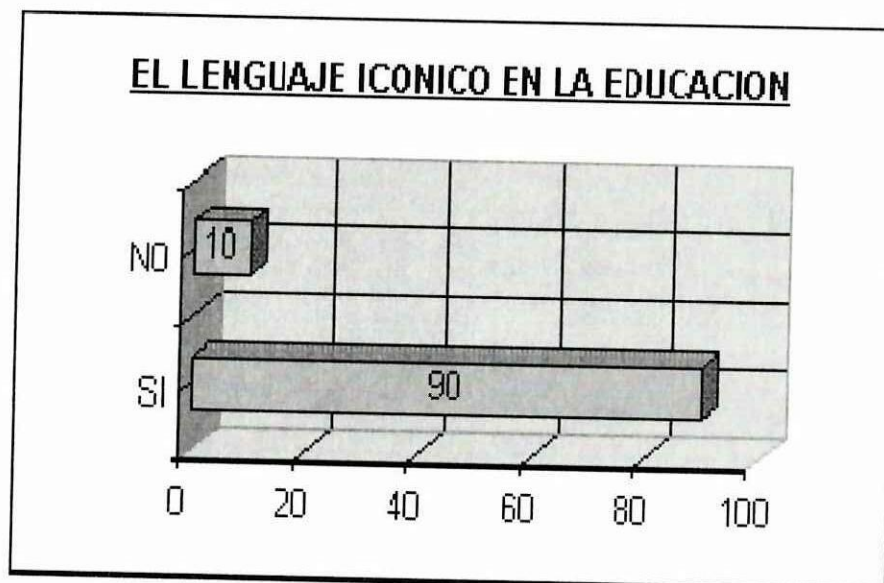


- En este ítem podemos observar que el 19% afirman positivamente la utilización del lenguaje icónico en su vida cotidiana, lo que no sucede con el 80% que expresan no tener conocimiento, apenas el 1% no se manifiesta.
- Como podemos apreciar, la mayoría de padres de familia no se percatan de la utilización de los íconos en su diario vivir, por lo que se les debe motivar para el conocimiento y desarrollo de este lenguaje

EL LENGUAJE ICONICO EN LA EDUCACION

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
Utilización del lenguaje icónico en la educación de los hijos	90	10	100
PORCENTAJE	90%	10%	100%

Fuente: Grupo investigador

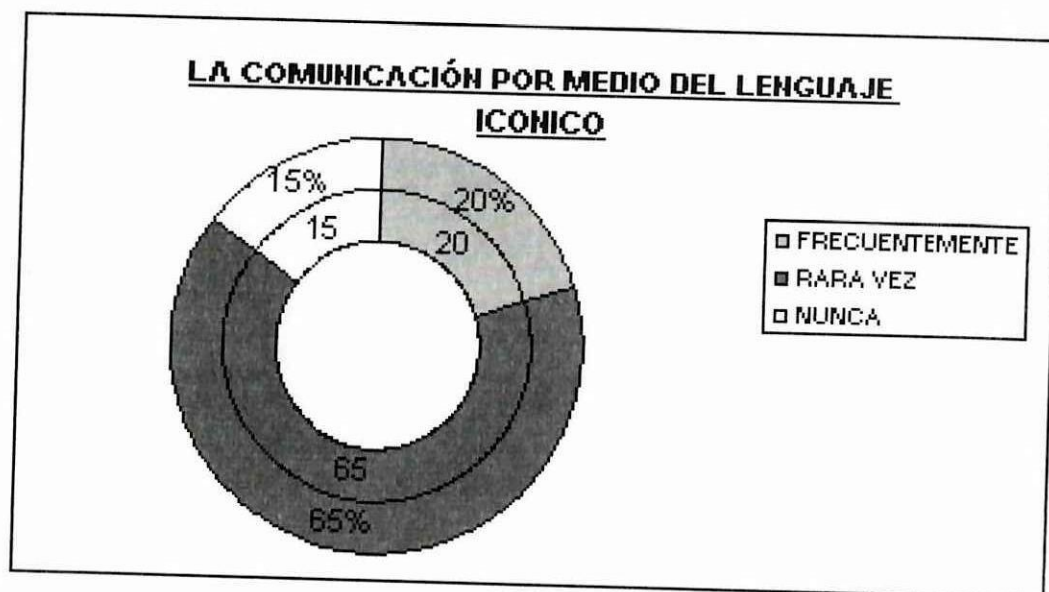


- Los resultados indican que el 90% está de acuerdo que se utilice el lenguaje icónico en la educación de sus hijos, mientras que el 10% que relativamente es la minoría, expresan que no se debería utilizar este lenguaje.
- Con estos datos podemos deducir que casi todos los investigados están de acuerdo que en el proceso enseñanza aprendizaje de su hijos se debe emplear esta metodología basada en iconos, sin embargo se debe lograr que los padres de familia que se oponen cambien de opinión para una mejor educación de sus hijos.

LA COMUNICACIÓN POR MEDIO DEL LENGUAJE ICÓNICO.

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	FRECUENTE- MENTE	RARA VEZ	NUNCA	
Utilización del lenguaje icónico para comunicarse con los demás.	20	65	15	100
PORCENTAJE	20%	65%	15%	100%

Fuente: Grupo investigador

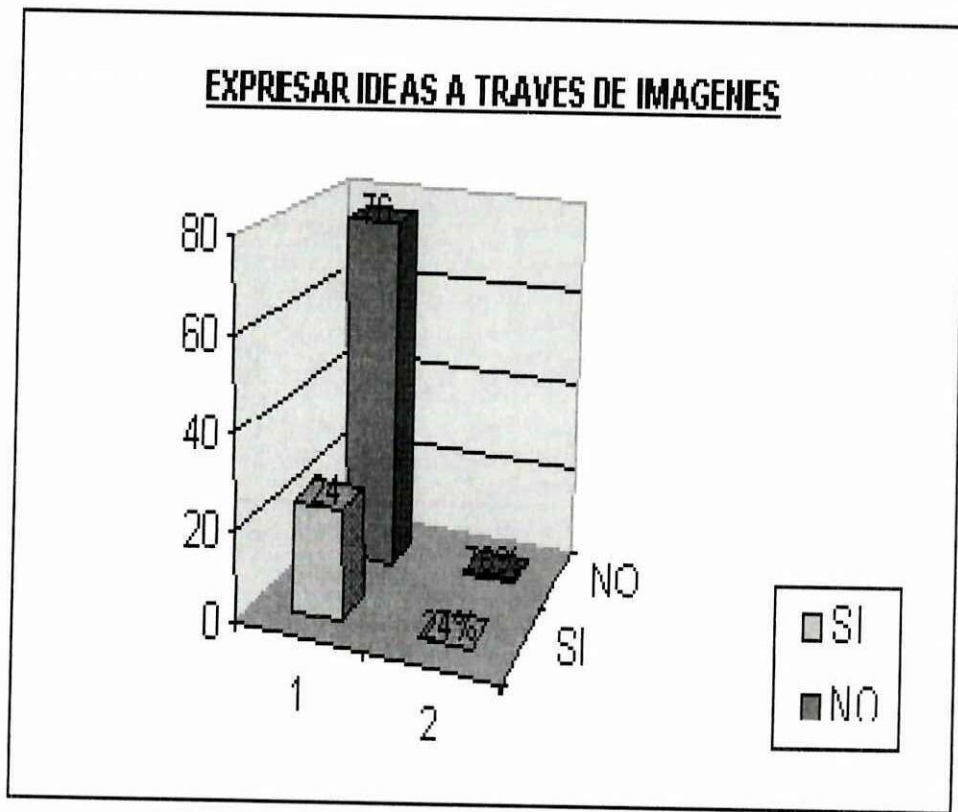


- En este ítem el 20% de los padres manifiestan que frecuentemente utilizan el lenguaje icónico para comunicarse con los demás, 65% de los investigados expresan que este lenguaje lo utilizan rara vez, y el 15% nunca lo utiliza.
- Estos resultados nos cuestionan para que motivemos más a los padres de familia en el manejo frecuente del lenguaje icónico y a su vez transmitan a sus hijos para una mejor comprensión en la comunicación.

EXPRESAR IDEAS A TRAVÉS DE IMÁGENES

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
Conocimiento de imágenes para expresar sus ideas	24	76	100
PORCENTAJE	24%	76%	100%

Fuente: Grupo investigador

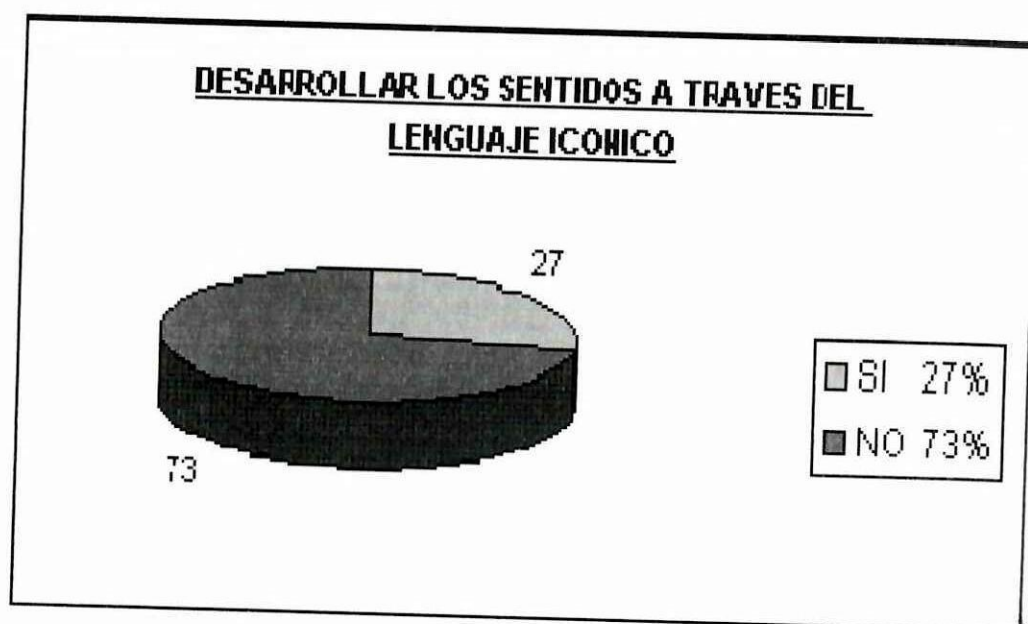


- Podemos deducir que el 24% de los investigados responden que si expresan sus ideas a través de imágenes, mientras que un 76% responden negativamente.
- Esto nos permite concluir que la mayoría de padres de familia no tienen conocimiento de los íconos para expresar sus ideas por lo que debemos insistir más en esta metodología para una mejor expresión de ideas.

DESARROLLO DE LOS SENTIDOS A TRAVÉS DEL LENGUAJE ICÓNICO.

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
La utilización del lenguaje icónico desarrolla sus cinco sentidos	27	73	100
PORCENTAJE	27%	73%	100%

Fuente: Grupo investigador

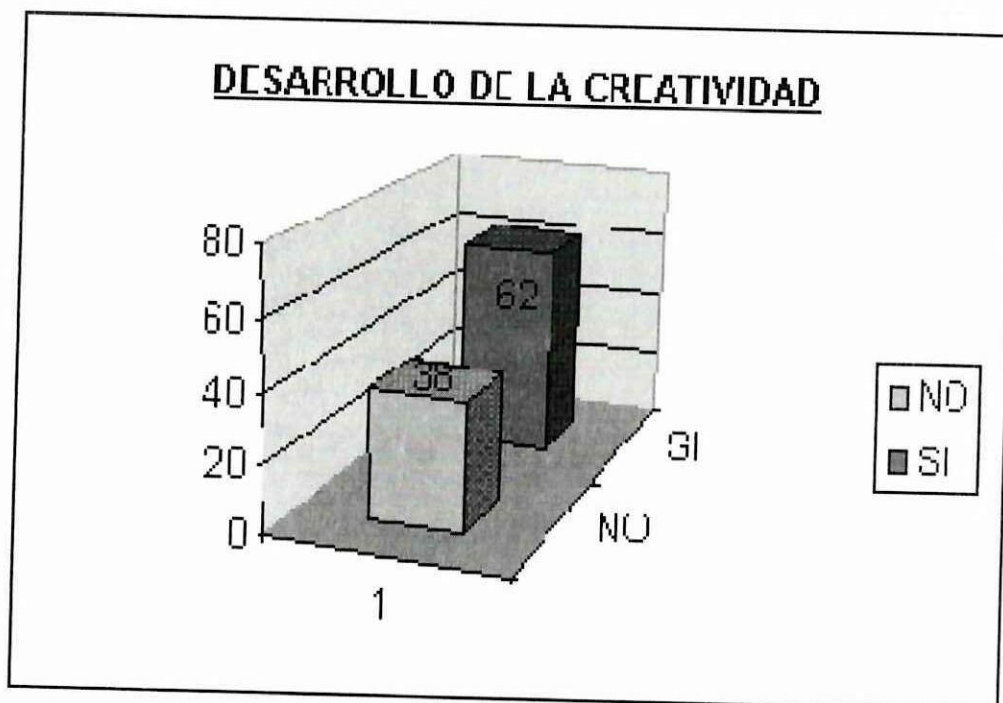


- Este gráfico muestra que el 27% de los padres si tienen conocimiento de que el lenguaje icónico desarrolla sus cinco sentidos y el 73% manifiesta lo contrario
- Estos resultados nos cuestionan a que debemos afianzar más sus conocimientos con respecto al lenguaje icónico y sus beneficios.

DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD A TRAVÉS DE ÍCONOS

ITEM	RESPUESTAS		TOTAL
	SI	NO	
Utilización del lenguaje icónico para el desarrollo de la creatividad.	62	38	100
PORCENTAJE	62%	38%	100%

Fuente: Grupo investigador

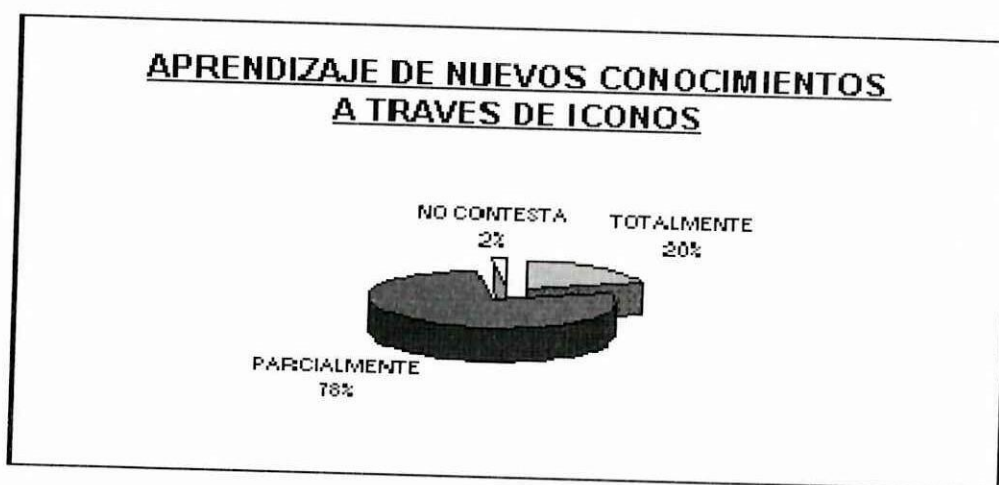


- El 62 % contestan que el lenguaje icónico si desarrolla la creatividad, el 38% responde negativamente.
- Estos datos a pesar de su negativa minoritaria nos llevan a seguir insistiendo en la educación de este lenguaje para desarrollar su creatividad

APRENDIZAJE DE NUEVOS CONOCIMIENTOS A TRAVÉS DE ÍCONOS

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	TOTALMENTE	PARCIALMENTE	NO CONTESTA	
El lenguaje icónico ayuda al aprendizaje de nuevos conocimientos.	20	78	2	100
PORCENTAJE	20%	78%	2%	100%

Fuente: Grupo investigador

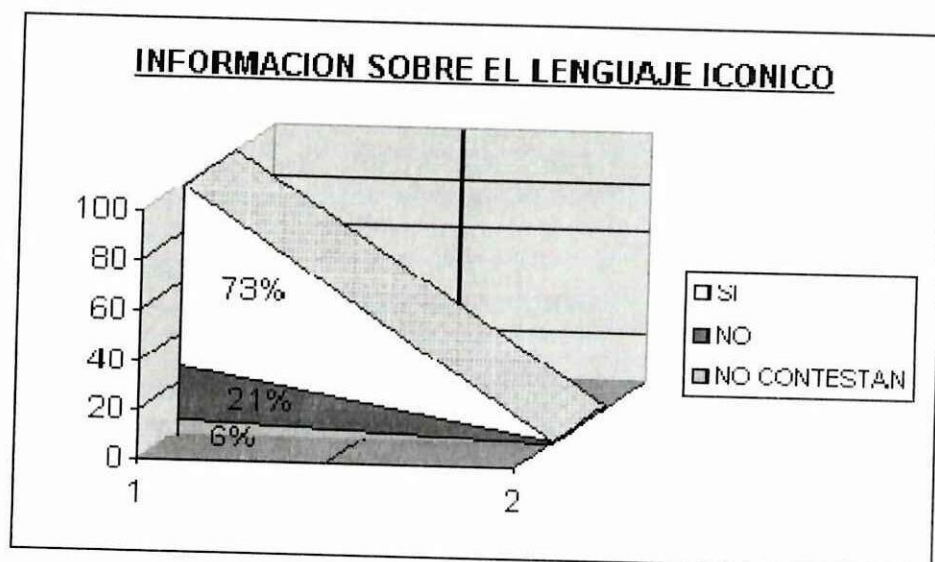


- De esto se puede deducir que el 20 % reconoce totalmente que el lenguaje icónico ayuda al aprendizaje de nuevos conocimientos, y un alto porcentaje que comprende el 78% de los investigados reconocen parcialmente, el 2% con su negativa al dejar en blanco nos demuestra que desconoce este lenguaje.
- Este resultado nos clarifica una vez más que no debemos despreocuparnos de difundir Y promover el correcto manejo de este lenguaje icónico para su mejor desenvolvimiento dentro de su entorno.

INFORMACIÓN ACERCA DEL LENGUAJE ICÓNICO

ITEM	RESPUESTAS			TOTAL
	SI	NO	NO CONTESTAN	
Recibiría mayor información acerca del lenguaje icónico.	73	21	6	100
PORCENTAJE	73%	21%	6%	100%

Fuente: Grupo investigador



- Estos datos muestran que el 73% de los padres de familia si están interesados en recibir mayor información acerca del lenguaje icónico, el 21% no tiene interés, y una minoría que es el 6% no se manifiesta.
- Estos porcentajes nos comprometen a seguir trabajando con mas entusiasmo para dar a conocer este lenguaje icónico y que a su vez serán los trasmisores en su comunidad

2.6.1. ANALISIS FINAL DE LOS CUADROS ESTADISTICOS DE LOS PADRES DE FAMILIA

- Se puede evidenciar en las respuestas que dan los padres a las diferentes preguntas de la encuesta el conocimiento de iconos.
- Así en algunas de ellas apoyan la utilización de iconos en la educación de sus hijos, estrategias que ayudaran a mejorar el rendimiento escolar.
- Es importante reconocer que el 73% de investigados muestran disponibilidad e interés al aceptar recibir mayor información acerca del lenguaje icónico, este es un indicador de mucha importancia en el diagnostico y que es una de las causas que originan la presencia de dificultades de aprendizaje, en años escolares en los cuales esta habilidad debería estar totalmente desarrollada en todas sus áreas.
- Es evidente que los padres de familia al contestar los diferentes ítems de la encuesta demuestran preocupación por todo lo que atañe a la educación, especialmente por el rendimiento escolar de sus hijos. Este aspecto considera como prioritario el programa de apoyo que se propone en proyecto factible

2.7. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para realizar nuestra investigación formulamos la siguiente hipótesis "Al aplicar técnicas activas del lenguaje icónico se logrará cambios en el proceso de enseñanza aprendizaje"

A continuación presentamos los siguientes argumentos para demostrar que el contenido de la hipótesis es verdadero:

- El 100% de los maestros están dispuestos a diseñar sus propios iconos para mejorar la calidad de enseñanza.
- El 75 % de maestros si aceptan en su establecimiento educativo a trabajar con el lenguaje icónico.
- El 90% de Padres de familia están de acuerdo en que la enseñanza de sus hijos se utilice el lenguaje icónico, y el 73 % están interesados en recibir mayor información acerca de este lenguaje.
- Los estudiantes pasan ha ser los receptores del cambio que desea su institución, personal docente y padres de familia.
- Con los argumentos planteados esta hipótesis se confirma

CAPITULO III

PROPUESTA

“Considerad al hombre como una mina, rica en gemas de valor inestimable, solamente la educación puede hacerle revelar sus tesoros y permitir a la humanidad beneficiarse de estos. La actividad más hermosa del universo la de dirigir procesos de aprendizaje de niño y niñas inocentes, curiosos creativos, alegres, y risueños.”

3.1. TEMA

ESTRATEGIAS METODOLOGICAS PARA EL MANEJO Y APLICACIÓN DEL LENGUAJE ICONICO

3.2. INTRODUCCION

Como lo expresamos en páginas anteriores, nuestra propuesta aspira a ser un aporte para que los profesores de la institución que nos colaboro, desarrollen una innovación pedagógica que redunde en el mejoramiento de la calidad de la educación.

Esta innovación se realizará con el consenso de directivos, profesores, padres y madres de familia y estudiantes.

Comprometernos a la ejecución de este Proyecto no ha sido tarea fácil, Hemos tenido que reiteradamente volver a retomar etapas de Sensibilización, las mismas que deben ser permanentes. Hemos buscado estrategias para generar capacidad, crecimiento o desarrollo humano en las cuales el alumno sea más participativo y elabore sus propios íconos para sus conocimientos, concomitantemente con el interés de todo el Personal Docente, ponemos a vuestra consideración un abanico de Estrategias Metodológicas para el manejo y aplicación del Lenguaje Icónico dirigido a los profesores de Primero y Segundo Año de Educación Básica.

Procesos didácticos:

- Escuchar
- Discutir
- Conversar

- Narrar
- Dramatizar
- Describir

Técnicas:

- Memory
- Sociodrama
- Collage
- Onomatopeyas
- Lluvia de ideas
- Crear una historia
- El reporte
- Autobiografía
- Mi propio cuento
- Preguntas

Cuya práctica contribuirá a que los estudiantes logren aprendizajes significativos, aprendan con alegría y se sientan felices trabajando y jugando en el aula.

Este es un aporte de un grupo de profesoras que creen en la posibilidad de cambio, que tienen fe en el trabajo que realizan y que responden con optimismo a las exigencias y retos de la Educación del nuevo milenio.

3.3. JUSTIFICACION

El brindar una educación de calidad funcional y tecnificada es imperativo en nuestro país, si la metodología se usa con criterio humanístico y democrático, contribuirá a la solución de los problemas educativos que enfrentamos en la actualidad y estará acorde a nuestras necesidades e intereses.

El manejo del lenguaje icónico es importante dado el contexto cultural de nuestro tiempo en el cual el estudiante aprende a percibir y emitir mensajes estructurados con signos icónicos, tomando como ejemplo a la informática por ser un medio idóneo de comprensión internacional.

En el diagnóstico realizado fue evidente que la institución no cuenta con una cultura iconográfica, que los únicos actores del proceso educativo son los maestros.

En consecuencia, la formulación de Estrategias metodológicas para el uso del lenguaje icónico es una opción teórica, técnica y operativamente funcional.

Resultado de esta opción se introducirán cambios significativos en la enseñanza-aprendizaje.

Se Aplicara operativamente la Reforma Curricular, diseñado estrategias de aprendizaje iconográfico que permitan el cumplimiento de los objetivos planteados.

Lograremos el desarrollo de destrezas en los estudiantes, manejando metodologías activas.

Capacitar a los alumnos y alumnas a manejar de una forma adecuada la nueva cultura de íconos que han generado los medios de comunicación

Utilizando los recursos multimedia no solo en instrumentos de información sino en auténticos agentes de formación, eliminando la influencia negativa que ejerce la televisión, logrando una mejor utilización del tiempo libre de los estudiantes. Estos serán capaces de percibir, tanto los signos icónicos que emplean los medios, así como la estructura que los condiciona, propiciando su análisis crítico.

Usando las imágenes se hace referencia directa a la realidad y reemplaza a la palabra debido a la carga emotiva que conlleva el mensaje icónico.

3.4. OBJETIVOS

3.4.1 GENERAL

- Implementar Estrategias Metodológicas para el manejo del lenguaje icónico dirigido a niños de 2do y 3er. Año de Educación Básica de la escuela "Santa Clara de Asis", del Cantón Pedro Moncayo-Tabacundo para cumplir con el propósito de mejorar la calidad de la educación, logrando así estudiantes capaces de comunicarse con mensajes corporales, estéticos, escritos y otros. Con habilidades para procesar los diferentes tipos de mensajes de su entorno.

3.4.2. ESPECIFICOS

- Fomentar el desarrollo de una Cultura iconográfica en la Institución.
- Establecer líneas directrices de las Estrategias Metodológicas para el manejo del lenguaje icónico a los docentes
- Perfeccionar el manejo del lenguaje icónico, de conformidad con las experiencias recogidas.
- Introducir innovaciones pedagógicas de conformidad con los resultados de las estrategias metodológicas del lenguaje icónico.
- Concienciar al futuro maestro de la relevancia de utilizar las estrategias metodológicas en todas las áreas que tengan espacio cognitivo , como un aspecto básico dentro de su ejercicio profesional

3.5. FUNDAMENTACIÓN

Nuestra propuesta constituye un conjunto de estrategias metodológicas del lenguaje icónico, que al ser conocidas, analizadas y aplicadas por los y las docentes, estudiantes y padres de familia de la escuela Santa Clara de Asís posibilitaran la disminución de dificultades de aprendizaje. Esta propuesta esta relacionada directamente con el tema de nuestra tesis, realizada previo a la obtención de la licenciatura en Educación Básica, de acuerdo a los datos obtenidos de nuestro trabajo investigativo.

Partiendo de que la trilogía educativa la componen maestros, alumnos y padres de familia, diremos que la Educación es un proceso de crecimiento individual y social que no solo ocurre en la escuela sino fuera de ella, ocurre también en la familia y en la sociedad. Una educación así concebida y una escuela considerada como el espacio que orienta la enseñanza hacia los intereses del estudiante.

Esperamos que en la educación ya no se siga manejando el discurso verbal desatendiendo el lenguaje de las imágenes que, sin lugar a dudas, hoy en día constituye un lenguaje transcultural. De hecho, la mayor parte de la información referente al entorno espacial y temporal más próximo al estudiantado, llega por los diferentes medios de comunicación, que no corresponde con las prácticas tradicionales de la escuela.

Al profesorado actual le planteamos un reto imperioso e ineludible: el conocimiento del lenguaje iconográfico y de sus estrategias de comunicación para poderlos integrarlos a la enseñanza, utilizando nuevas tecnologías como recurso didáctico habitual en sus aulas.

El campo educativo encuentra en el lenguaje icónico una herramienta valiosa para cautivar la atención de las y los estudiantes. La imagen puede ser concebida como expresión de la facultad del ser humano para representar su entorno mediante íconos, en un lenguaje capaz de comunicar ideas, significados y conceptos.

Los beneficios que puede aportar el lenguaje icónico dentro de la educación son muy amplios, el enfoque por competencias los aprovecha a través del desarrollo de la interpretación, la imaginación y la creación de distintas representaciones y expresiones, a la vez que permite la aprehensión propia del conocimiento en las diferentes disciplinas.

3.5.1. FUNDAMENTACIÓN FILOSOFICA.-

La propuesta se fundamenta en que la construcción de un concepto supone una imagen: "Representación mental junto con el conjunto de propiedades asociadas a él", así como su definición "formulación verbal que explica el concepto con precisión".

Se pretende utilizar el desarrollo de la capacidad visual de los estudiantes que ofrecen el lenguaje iconográfico ya que está comprobado la influencia de las imágenes en los procesos de abstracción, para asociar, reconocer y transmitir mensajes.

3.5.2. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.-

Esta propuesta está fundamentada en métodos y técnicas participativas permitiendo la interacción entre los actores de proceso de enseñanza aprendizaje y cumplir con los objetivos propuestos.

3.5.3. FUNDAMENTACION AXIOLÓGICA.-

La propuesta se encamina a desarrollar y fortalecer los valores éticos y morales en la comunidad educativa: El mensaje de las imágenes crea en el estudiante el respeto hacia los demás, hacia el ecosistema, inculca la honestidad, la lealtad, el trabajo estimula el estudio y la investigación científica. Con la familia genera espacios de confrontación de actitudes, relaciona la experiencia con la realidad, crea nuevos modelos de comportamiento.

La interpretación de una imagen disminuye considerablemente; la indisciplina y la agresión de la comunidad al entorno donde se desenvuelven diariamente, valores que se encuentran perdidos casi en su totalidad.

3.5.4. FUNDAMENTACION SOCIOLOGICA.-

La mala utilización de los medios audiovisuales, la televisión, los videojuegos, provocan especialmente en los niños y jóvenes agresividad, baja en el rendimiento escolar, los iconos en cambio provocan actitudes positivas.

Orienta al padre de familia para la formación integral de sus hijos.

3.5.5. FUNDAMENTACION PSICOPEDAGÓGICA.-

Esta encaminada al desarrollo de hábitos perceptivos que aproximan a la realidad. Al desarrollo funciones mentales, la imaginación, la memoria la inteligencia, formando niños creativos, críticos, reflexivos. A disminuir la angustia y la ansiedad por lo tanto la agresividad, en definitiva pretende desarrollar el pensamiento, como una herramienta básica para el conocimiento y utilización del mundo que le rodea.

El aprendizaje de un concepto supone su imagen: "representación mental junto con el conjunto de propiedades asociadas a él", así como su definición "formulación verbal que explica el concepto con precisión".

Para algunos conceptos solo tenemos su imagen para otros, solo su definición y para otros, a su imagen se suma su definición.

3.6. FACTIBILIDAD

La investigación realizada es factible de llevarse a cabo, porque la elaboración de la propuesta exige el planteamiento de un tema innovador, interesante de fácil comprensión y bajo costos; demanda de la capacidad de los docentes para conceptualizar el lenguaje icónico e integrar armónicamente el contenido científico con la consecución de la imagen para la creación de la historieta o cómic rescatando los iconos del entorno.

Los estudiantes no solo serán consumidores sino protagonistas de sus propias vivencias ya que a los personajes creados, se les adjudica determinados valores morales en concordancia con la cultura. La mencionada estrategia constituye un valioso aporte al currículo de la educación primaria para promover el desarrollo de la creatividad y análisis crítico.

La incorporación de estrategias metodológicas está basada en la comunicación y la informática. Para la ejecución del trabajo hemos contado con los recursos humanos, financieros y materiales, requerimos de una fuente variada de consulta debido a que el tema propuesto no había insertado aún en los programas educativos ecuatorianos, su conocimiento y investigación nos da una relevancia al manejar la historieta o cómic como una forma de visualizar el mundo de las imágenes con fines didácticos de manera divertida y práctica.

3.7. IMPACTO

Con la puesta en práctica de estas estrategias metodológicas. (Técnicas y procesos) para el manejo y aplicación del lenguaje icónico, pretendemos perseguir: Mejorar la calidad de enseñanza aprendizaje, los maestros se concientizarán y no se quedarán únicamente con la escuela tradicional (docente centrista, repetitiva, memorística, pasividad del estudiante, etc.).

Buscará actualizarse y por ende obtendrá estudiantes con espíritu crítico, creativo, dinámico, participativo, positivos, con hábitos de estudio, etc. Protagonistas de sus propias vivencias, permitiéndole así, alcanzar éxitos en sus estudios y actividades diarias.

3.8. PLAN DE EJECUCIÓN

“ESTRATEGIAS METODOLOGICAS PARA EL MANEJO Y APLICACIÓN DEL LENGUAJE ICONICO”

3.8.1. PROCESOS

PROCESO DIDÁCTICO PARA ESCUCHAR

ETAPAS	ESTRATEGIAS
Preparación	<ul style="list-style-type: none">➤ Cumplir con órdenes➤ Evocar experiencias➤ Introducir términos nuevos➤ Establecer normas
Percepción	<ul style="list-style-type: none">➤ Plantear el propósito➤ Expresar el mensaje➤ Escuchar con atención
Comprensión	<ul style="list-style-type: none">➤ Responder preguntas➤ Citar ejemplos
Interpretación	<ul style="list-style-type: none">➤ Comparar el mensaje➤ Distinguir hechos➤ Jerarquizar ideas
Reacción	<ul style="list-style-type: none">➤ Separar del mensaje las ideas principales
Integración	<ul style="list-style-type: none">➤ Responder con precisión➤ Autovalorar➤ Graficar➤ Formular

Fuente: UTE 2 SECTOR EDUCATIVO 3

PROCESO DIDÁCTICO PARA LA DISCUSIÓN

ETAPAS	ESTRATEGIAS
Identificación del asunto	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fijar inquietudes ➤ Especificar los objetivos ➤ Determinar normas ➤ Designar a los moderadores (grupos)
Investigación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer formas de investigación ➤ Recolectar información ➤ Seleccionar los datos ➤ Organizar las ideas ➤ Puntualizar los argumentos
Discusión	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizar la discusión ➤ Exponer opiniones ➤ Clasificar las exposiciones ➤ Realizar foros
Integración	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Discernir los argumentos ➤ Establecer conclusiones ➤ Transferir a situaciones similares

Fuente: UTE 2 SECTOR EDUCATIVO 3

PROCESO DIDÁCTICO PARA CONVERSAR

ETAPAS	ESTRATEGIAS
Preparación	<ul style="list-style-type: none">➤ Motivación➤ Provocar expectativas➤ Dialogar➤ Determinar normas➤ Formar grupos pequeños
Conversación	<ul style="list-style-type: none">➤ Determinar normas➤ Realizar la conversación➤ Orientar y corregir errores➤ Conocer el informe➤ Comentar los informes➤ Destacar la idea principal➤ Establecer conclusiones
Evaluación	<ul style="list-style-type: none">➤ Verificar el cumplimiento➤ Analizar las actitudes de cambio➤ Determinar recomendaciones➤ Formular

Fuente: UTE 2 SECTOR EDUCATIVO 3

PROCESO DIDÁCTICO PARA LA NARRACIÓN

ETAPAS	ESTRATEGIAS
Predisposición	<ul style="list-style-type: none">➤ Conversar, leer sucesos➤ Normas para narrar y escuchar➤ Buscar temas➤ Concatenar ideas➤ Especificar objetivos
Narración	<ul style="list-style-type: none">➤ Narrar sucesos➤ Ilustrar la narración
Evaluación	<ul style="list-style-type: none">➤ Comentar➤ Encontrar la idea central➤ Emitir opiniones➤ Corregir expresiones➤ Diferenciar elementos➤ Analizar las actitudes➤ Determinar recomendaciones

Fuente: UTE 2 SECTOR EDUCATIVO 3

PROCESO DIDÁCTICO PARA LA DRAMATIZACIÓN

ETAPAS	ESTRATEGIAS
Motivación	➤ Conversar, narrar, describir, observar y leer.
Comprensión	➤ Determinar el argumento ➤ Comentar ➤ Describir lugares
Organización	➤ Seleccionar personajes ➤ Asignar roles ➤ Elaborar guiones ➤ Caracterizar los personajes ➤ Coordinar las acciones
Ejecución	➤ Acondicionar el escenario ➤ Desarrollar la dramatización
Evaluación	➤ Extraer el mensaje ➤ Comentar

Fuente: UTE 2 SECTOR EDUCATIVO 3

PROCESO DIDÁCTICO PARA LA DESCRIPCIÓN

ETAPAS	ESTRATEGIAS
Preparación	<ul style="list-style-type: none">➤ Crear situaciones que exijan descripciones➤ Relacionar: a..... motivo a describirse➤ Especificar objetivos
Observación e interiorización	<ul style="list-style-type: none">➤ Observar➤ Destacar rasgos➤ Asociar➤ Comparar
Descripción	<ul style="list-style-type: none">➤ Señalar las características➤ Describir
Integración	<ul style="list-style-type: none">➤ Analizar➤ Establecer la validez➤ Corregir expresiones

Fuente: UTE 2 SECTOR EDUCATIVO 3

3.8.2 TÉCNICAS

MEMORY

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Formar parejas utilizando alternativas diferentes a enumerar a los participantes. ➤ Romper el hielo ➤ Crear confianza entre los participantes. ➤ Optimizar el tiempo del evento con e fin de mejora la dinámica grupal. ➤ Ejercitar la memoria, desarrollar la capacidad de concentración, para el mejor reconocimiento de colores, vocabulario y la expresión oral de los niños. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se utiliza tarjetas de memory ➤ Tiene que haber dos tarjetas de cada imagen ➤ Cada participante el uno coge una tarjeta luego el otro ➤ Buscar su pareja ➤ Si son iguales se forman la pareja ➤ Si son distintos debe tratar de memorizar su ubicación y encontrarlas ➤ Cuando se termina 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: maestro – estudiante ➤ Del medio Tarjetas con gráficos Cartulinas Marcadores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ No se debe perder tiempo formado la parejas ➤ Utilizar el mismo gráfico solo en 2 tarjetas. ➤ Se debe elaborar tantas tarjetas cuantas personas participan en el evento. ➤ Las imágenes en la tarjeta pueden ser: frutas, animales, plantas, colores, formas geométricas, etc. ➤ Su aplicación puede ser en cualquier área.

Fuente: Grupo Investigador

ARCHIVO DE IMÁGENES

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Afianzar conocimientos manejaban en clase. ➤ Desarrollar la capacidad de pensar e interpretar y estimular el lenguaje teórico. ➤ Analizar críticamente lo que se ve. ➤ Sintetizar frases 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sentar a los participantes formando un círculo. ➤ En el centro se colocará una mesa con una serie de imágenes (fotos, recortar de revistas o periódicos) ➤ El profesor escribe en la pizarra una pregunta. ➤ Cada participante escoge una o dos imágenes. ➤ Se forman grupos de 2 o 3 personas para comentar conjuntamente las imágenes escogidas. 	<p>Humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestros ➤ Alumnos <p>Del medio</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Imágenes (fotos) ➤ Revistas (recortes) ➤ Periódicos ➤ Afiches, etc. ➤ Silla ➤ Pizarra ➤ Marcador ➤ Tijeras ➤ Pega 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elegir imágenes que los niños lo reconozcan bien para que el juego les resulte divertido y no frustrante. ➤ Se debe participar de una pregunta cada participante escoge una imagen, la cual va a ser discutida conjuntamente. ➤ Las imágenes pueden ser de libros, fotos, periódicos o revistas en las que aparezcan personas o animales realizando diversas acciones por ejemplo: tomando un helado, bañándose en el mar, lanzando una pelota, etc. ➤ El maestro debe mostrar una imagen y enseñar a interpretar las acciones.

Fuente: Grupo Investigador

SOCIO DRAMA

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Representar situaciones de la vida real ➤ Criticar constructivamente. ➤ Realimentar actuaciones y formas de comportamiento ➤ Desarrollar la capacidad de traducir un mensaje verbal en un icónico. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elección del tema a representar. ➤ Conversar sobre el tema ➤ Hacer la historia o argumento ➤ Asignación de papeles a los miembros del grupo ➤ Elegir la forma de presentarse o de actuar. ➤ Actuar ceñidamente a la vida real. ➤ Ejecución del sociodrama ➤ Conclusiones (resumen) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: Maestros Alumnos ➤ Del medio Sombreros Pañuelos Tapetes Cartulinas Bigotes Lentes, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El tema debe ser claro ➤ No hacer alusiones personales ➤ Se deberá elegir temas con los que se retroalimentan positivamente. ➤ Es una actuación en la que se utilizan, gestos, acciones y palabras. ➤ Al finalizar debemos obtener conclusiones y recomendaciones. ➤ Los materiales deben ser fáciles de encontrar o realizar para que se haga más real la actuación

Fuente: Grupo Investigador

COLLAGE

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aprovechar los recursos del medio. ➤ Desarrollar la creatividad ➤ Desarrollar la motricidad ➤ Ejercitar la memoria, la capacidad de concentración, atención y expedición oral. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elección del tema a representar. ➤ Conversar sobre el tema ➤ Hacer la historia o argumento ➤ Asignación de papeles a los miembros del grupo ➤ Elegir la forma de presentarse o de actuar. ➤ Actuar ceñidamente a la vida real. ➤ Ejecución del sociodrama ➤ Conclusiones (resumen) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: ➤ Maestros ➤ Alumnos ➤ Del medio ➤ Recortes de revistas ➤ Periódicos ➤ Sombreros ➤ Papel brillante ➤ Pega ➤ Cartulinas ➤ Marcadores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Prever los materiales con la debida anticipación. ➤ Realizar el trabajo en grupo para intercambiar ideas. ➤ Es una técnica grabo plástica. ➤ Permitirá crear algo con materiales bidimensionales y tridimensionales, utilizando materiales recuperables. ➤ Esta actividad ejercito el sentido de la vista y desarrolla con habilidad de enfocar mejorar.

Fuente: Grupo Investigador

DISTINGAMOS SONIDOS

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Motivar a los participantes hacia la cooperación, integración y actividad en el proceso de aprendizaje. ➤ Fomentar la capacidad de reacción. ➤ Desarrollar y estimular el sentido del oído, y el ritmo y ejercitar la concentración – atención ➤ Diferenciar sonidos graves y agudos mediante los aplausos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los participantes están de pie y forman un círculo. ➤ Le profesor aplaude una vez y los demás empiezan a aplaudir uno detrás de otro, siguiendo el sentido de los manillas del reloj. ➤ Cualquiera de los participantes pueden ahora indicar un cambio de dirección y lo hace aplaudiendo rápidamente dos veces cambiando el sonido. ➤ Todos deben estar alerta a este cambio de sonido. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: ➤ Maestros ➤ Alumnos ➤ Del medio ➤ Animales ➤ Botellas ➤ Palos ➤ Llaves ➤ Medios de transporte ➤ Tambor etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se debe formar un círculo ➤ Se empieza a aplaudir en una dirección, hasta que en participante aplauda dos veces, indicando el cambio de sentido ➤ Con grupos numerosos se puede formar también varios círculos. ➤ Esta estrategia se recomienda de iniciar una nueva unidad. ➤ Se puede realizar en el campo: escuchando al canto de los pájaros, el viento sobre las hojas de un árbol una sirena de ambulancia, un avión, un moto, un perro, un gato, etc.

Fuente: Grupo Investigador

LLUVIA DE IDEAS

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estimular la creatividad y la capacidad de asociar ideas. ➤ Conocer el grado de conocimientos que el grupo trae acerca de un determinado tema. ➤ Desarrollar el pensamiento divergente base de la creatividad ➤ Fomentar la imaginación 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El profesor-a presenta una imagen relacionada con el tema que se va a tratar. ➤ Los estudiantes deben pensar en todo lo que se relacione con ese tema. ➤ Toda contribución debe ser aceptada ➤ Los estudiantes pasaran a escribir sus ideas en la pizarra. ➤ Encontrar algunas ideas brillantes. ➤ En el proceso de enseñanza-aprendizaje, estas ideas seleccionadas pasan a constituirse en suposiciones lógicas que permiten la crisis de los esquemas de partida y la expectativa y motivación de los estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: ➤ Maestros ➤ Alumnos ➤ Del medio ➤ Pizarra ➤ Marcadores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estimular la participación de la mayoría ➤ No crear un ambiente de tensión y competencia. ➤ No se debe discriminar negativamente opiniones no relevantes. ➤ La participación debe ser de todo el grupo ➤ Se debe dar preferencia a la cantidad de producción espontánea, sin dar relevancia en un comienzo al contenido.

Fuente: Grupo Investigador

CREAR UNA HISTORIA

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar la capacidad de captación de una central a partir de una serie de imágenes. ➤ Utilizar las imágenes para comprender mejor su significado. ➤ Desarrollar el pensamiento divergente base de la creatividad. ➤ Discriminar los personajes principales y secundarios ➤ Desarrollar la cooperación en grupo. ➤ Buscar la integración del grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los participantes forman un círculo ➤ El profesor coloca en el centro de una mesa, un número determinado de imágenes (sin por ejemplo son 10 los participantes coloca 15). ➤ Escoge una imagen y empieza a contar una historia, cuyo contenido tiene relación con la imagen escogida. ➤ Interrumpe su relato en cualquier momento, dando paso a cualquier persona en el círculo. ➤ Esta persona debe contar lo que escuchó de la historia, añadiéndolo algo, y así sucesivamente hasta que al final se vuelve a contar la historia completa conjuntamente sin olvidar ningún elemento de ella. 	<p>Humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestros ➤ Alumnos <p>Del medio</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fotos ➤ Recortes de revistas ➤ Periódicos, etc. ➤ Tijeras ➤ Goma ➤ Sillas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Que el grupo no sea mayor a 10 personas. ➤ Si hay un grupo mayor de 10 personas se forman 2 o 3 grupos. ➤ Es un juego que promueve la creatividad de los participantes y que, a través de la creación espontánea de una historia basada en imágenes dadas, busca la integración del grupo. ➤ Esta técnica se debe aplicar antes de tratar un nuevo tema.

Fuente: Grupo Investigador

EL REPORTE

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reflexionar críticamente sobre un problema. ➤ Captar los conocimientos ➤ Estimular y desarrollar la capacidad de comunicación. ➤ Desarrollar destrezas mediante el uso del lenguaje iónico. ➤ Estimular la capacidad de clasificación y pensamiento. ➤ Motivar a los participantes hacia la cooperación e integración 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elección del tema ➤ Elaboración de tarjetas con imágenes. ➤ Cada participante recibirá una tarjeta y debe hacer de reportero. ➤ Este debe imaginarse que se encuentra en una feria y debe hacer el mayor número de entrevistas formando así parejas y sus integrantes se preguntan mutuamente. ➤ Después de un rato hay cambio de pareja, luego los reporteros tienen tiempo de evaluar las respuestas recibidas, para luego presentarlas en una reunión plenaria. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: ➤ Maestros ➤ Estudiantes ➤ Del medio ➤ Tarjetas con imágenes ➤ Cartulinas ➤ Recortes de revistas ➤ Periódicos etc. ➤ Pega ➤ Marcadores 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se debe formar parejas ➤ En grupos grandes cada 2 o 3 personas reciben una tarjeta con una imagen para interrogar. ➤ Esta técnica se la debe utilizar para captar opiniones acerca de un tema determinado. ➤ En una fase de repetición o para evaluar los conocimientos.

Fuente: Grupo Investigador

AUTOBIOGRAFÍA

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar la capacidad de pensar e interpretar. ➤ Estimular y desarrollar la capacidad de comunicación. ➤ Desarrollar el vocabulario y el amor por las historias. ➤ Enriquecer la identidad y la autoestima ➤ Desarrollar la atención y concentración del niño. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cada participante debe llevar una fotografía suya. ➤ Traer también recortes que se relacione con su fotografía. ➤ Pegar la foto en un papelógrafo, dejando espacio para escribir una historia. ➤ Primero debe escribir su nombre. ➤ Se debe hacer preguntas e ir buscando en los recortes las respuestas. ➤ Comentar su trabajo en forma amena. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: ➤ Maestros ➤ Estudiantes ➤ Del medio ➤ Fotografía ➤ Pega ➤ Cartulinas ➤ Marcadores ➤ Recortes de revistas ➤ Periódicos etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las preguntas pueden hacer: ➤ ¿Qué es lo que más te gusta ser? ➤ ¿Cuál es tu comida favorita? ➤ ¿Qué te gustaría ser de grande? ➤ ¿Cuál es tu mascota favorita? ➤ ¿Cuál es tu deporte que practicas? ➤ ¿Qué medios de comunicación te gusta más? ➤ ¿En qué te transportas a tu escuela? ➤ Debe haber la guía permanente del maestro para que todos los alumnos realicen sus trabajos. ➤ Para aprovechar la ventaja de esta técnica debe planificar previamente. ➤ Las imágenes deben ser precisas.

Fuente: Grupo Investigador

MI PROPIO CUENTO

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar la capacidad creativa. ➤ Estimular la comprensión, la imaginación la expresión oral y el vocabulario. ➤ Enriquecer la memoria ➤ Utilizar las imágenes para elaborar el cuento. ➤ Desarrollar la ubicación espacial, la atención y la concentración. ➤ Desarrollar la inteligencia y abrir el campo para la curiosidad de leer y escribir cuentos. ➤ Utilizar diversos lenguajes como medios de expresión, comunicación creación y entretenimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recortar imágenes llamativas e interesantes para los niños. ➤ Hacerles pegar las imágenes en hojas. ➤ Incentivar a que te cuenten que es lo que están haciendo cada uno de los personajes y para que sirve ➤ Motíveles a que les pongan nombres a los personajes. ➤ Organizar cronológicamente las imágenes. ➤ Pedirle que te relate su cuento. ➤ Formar dos grupos. ➤ Solicitar al primer grupo que haga una historieta con las ideas que recuerden de las imágenes observadas. ➤ El segundo grupo debe realizar pictogramas con las ideas que recuerden, de las imágenes observadas. ➤ En base de lo que hagan los dos grupos se elaborara el cuento. ➤ Corregir su pronunciación 	<p>Humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Maestros ➤ Estudiantes <p>Del medio</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tarjetas ➤ Gráficos ➤ Siluetas ➤ Pega ➤ Hojas ➤ Cartulinas ➤ Marcadores ➤ Recortes ➤ periódicos ➤ Revistas, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los recortes de imágenes pueden ser niños realizando diferentes actividades, animales, personas, cosas, comida, etc. ➤ El Maestro debe hacerle algunas preguntas como: para qué sirve, de qué color es el tamaño, la forma, en qué se utiliza, si es de día, de noche, el clima, etc. ➤ Con todas estas preguntas se pretende desarrollar todas las áreas cognitivas. ➤ Las imágenes de las tarjetas deben estar de acuerdo al título que queremos para el cuento. ➤ Las imágenes deben ser sencillas y que llamen la atención a los niños. ➤ La maestra debe hacer de

	<p>➤ Felicitar su creatividad.</p>		<p>secretaria e ira copiando en la pizarra el cuento hecho por los niños.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La maestra leerá el cuento creado por los estudiantes con entonación, fluidez y emoción. ➤ Se crea un cuento solo con las imágenes presentadas y valiéndose de preguntas. ➤ Se puede también variar, proponemos el cuento y los estudiantes, pueden en cambio crear las imágenes. ➤ Nos podemos ayudar con la técnica de preguntas.
--	------------------------------------	--	--

Fuente: Grupo Investigador

TÉCNICA DE PREGUNTAS

OBJETIVOS	PROCESO	RECURSOS	RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajar un tema a través de preguntas generales e imprecisas. ➤ Centrar a los estudiantes en los puntos importantes del tema. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El profesor escribe las siguientes preguntas y las reparte a todo el grupo; <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es lo más importante de este tema? ¿Qué pasaría si no existiese este tema? ¡Intenta encontrar un título apropiado! ¡Intenta fijar algunos subtítulos! ¿Qué aspecto del tema domina bien? ¡Intenta descubrir este tema con dos o tres frases! En relación a estas imágenes; <ul style="list-style-type: none"> ¿Como podría ser el título de una película, un cuento o un libro? ¿Qué es lo más interesante de este tema? ¿Cómo podría ser en relación en relación a este tema, una posible caricatura, esquema o pictograma? ¿Qué aspecto de este tema te interesa personalmente? ➤ Se leen las preguntas y se dan las respuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Humanos: ➤ Profesor ➤ .Estudiantes ➤ Del Medio: ➤ Tarjetas, cartulinas, marcador, pizarra. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se puede trabajar en un solo grupo de 30 estudiantes o en grupos pequeños. ➤ Se debe elaborar las tarjetas con las preguntas enunciadas. ➤ Las tarjetas se utilizarán de acuerdo al tema y centrarse en lo relevante. ➤ Se sugiere hacer preguntas con imágenes, dependiendo del grupo. ➤ El maestro estará para aumentar más preguntas si así lo considera pertinente.

Fuente: Grupo Investigador

CONCLUSIONES

- La educación que imparten los maestros en la institución es la tradicional, no hay interés por cambiar su pedagogía para mejorar la enseñanza-aprendizaje de sus educandos.
- Existe inconsistencia entre la opinión docente y la realidad pedagógica al no utilizar materiales y procesos didácticos para despertar el interés y creatividad de los niños.
- Los Maestros en un porcentaje significativo si están dispuestos a diseñar sus propios íconos para mejorar la calidad de educación y despertar el interés de sus alumnos.
- Los maestros deben prepararse para la utilización de las nuevas tecnologías multimedia en la sociedad de la información ya que poco a poco va introduciéndose en la educación, como generadora de aprendizajes, el mismo que favorecerá la realización interpersonal y aprendizaje autónomo y significativo, para ser un receptor crítico y un emisor responsable.
- Los Padres de familia en un alto porcentaje muestran interés por recibir mayor información acerca del lenguaje icónico. Es evidente que muestran preocupación por todo lo que se relacione con la educación de sus hijos y están dispuestos a conocer más este lenguaje para la formación integral de sus hijos.
- La gran mayoría de estudiantes no tienen motivación e interés en sus actividades escolares por ende tenemos niños con problemas de aprendizaje en todas las áreas cognitivas.
- Podemos destacar que estamos frente a un grupo de estudiantes televisivos, lo que hace pensar que es una de las causas para la ausencia de hábitos de estudio, de buenas costumbres y en la mayoría de niños y si no son supervisados imitarán negativamente a personajes, acciones y lenguaje de la televisión, presentando agresividad, violencia, indisciplina, lenguaje inadecuado, pérdida de identidad, manifestado en su diario comportamiento.
- La calidad de educación requiere de esfuerzos deliberados de toda la comunidad educativa, para definir de manera colectiva las metas institucionales, priorizando las habilidades a trabajar, contando con sistemas claros de evaluación y de promoción de alumnos y maestros.

RECOMENDACIONES

- Promover y facilitar talleres de capacitación para maestros (as) sobre la aplicación de Estrategias Metodológicas, destacando el papel central que cumplen los docentes y los directivos en la calidad educativa.
- El Director del establecimiento debe hacer las gestiones pertinentes para incrementar, actualiza y facilitar recursos didácticos para mejorar las exposiciones del personal docente y por ende la calidad educativa.
- Los Maestros/as junto con los estudiantes deberían elaborar su propios iconos utilizando los medios de su entorno no costosos y aprovechando materiales de desecho.
- El Estado por intermedio del Ministerio de Educación, debería capacitar al personal docente de todas las instituciones educativas en los avances que la tecnología digital nos ofrece en el campo educativo ya que las empresas públicas y privadas exigen cada vez más conocimientos en los que la utilización del computador, el manejo del Internet y de una serie de programas se vuelven un imperativo cuyo manejo y familiaridad es ya de uso cotidiano e indispensable en este mundo post moderno en el que nos movemos.
- Realizar talleres de capacitación para padres de familia sobre el conocimiento del lenguaje icónico y la importancia de este para la motivación y creatividad de sus hijos en la educación
- El ambiente escolar, principalmente el aula debería ser llamativa y adecuada según el tema a tratarse, ya que este es el sitio idóneo donde se realicen trabajos en grupo, con la aplicación de estrategias metodológicas participativas, respetando las individualidades para que el alumno desarrolle destrezas cognoscitivas, afectivas y psicomotrices.
- Las Autoridades Educativas y de comunicación, censuren por lo menos los llamados programas infantiles. La salud mental de los televidentes sobre todo la de los más jóvenes sería beneficiada.

BIBLIOGRAFÍA

CITADA

- BABIN y GALLEGOS D. "medios Audiovisuales y recursos didácticos en el nuevo enfoque de la Educación. Madrid, 1993.
- BAZALGUETE, Elliot. " Los medios audiovisuales en la educación primaria", Madrid, Morata. 1991
- DONDIS D.A. "A primer of Visual Literary", Cambridge, Mit press, 1986.
- ECCO Humberto" Semiológica de los mensajes visuales y de la historieta", en Análisis de las imágenes , Buenos Aires, 1991
- FERRERO, Luis L. " Introducción a los medios de comunicación", PP. 469, Universidad Santo Tomas Bogota Colombia 1989
- GUTIERREZ, Martín, "Educación Audivisual ", Madrid-España. 1997
- MISRACHI C. "La historieta como medio Educativa y como medio de lectura, Editorial Nieramed. OEA. 1994
- RODRÍGUEZ, D., José L. "El comic y su utilización didáctica", Barcelona, 1988
- SALOMON G. "Las diversas influencias de la tecnología en el desarrollo de la mente", Madrid, 1992.
- TOSI "Prefacio escrito por Aart C. Gisolf, Presidente de la internacional Scientific Film Associatoni U.S.A., 1984.
- [Htp://galeon.com/razonespañola/r106-jul.htm](http://galeon.com/razonespañola/r106-jul.htm)
- www.iecu.uma.es/edutec97/edu97-c3/2-3-14htm-16k
- <http://www.galeon.com/razonespañola/r106-jul.htm>
- [ww.archivo-semitoica.com.ar/carolalmela.html-81km](http://www.archivo-semitoica.com.ar/carolalmela.html-81km)
- www.archivo-semitoica.com.ar/carolalmela.html-81k

CONSULTADA

- ◆ AGUILERA, M. DE (1990): *La infografía*, Madrid, Fundesco.
- ◆ ARROYO VARELA S. RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ J(1997) *El uso de las nuevas tecnologías educativas: la teleformación*, Universidad de Málaga, Edutec 97,
- ◆ BARTHES, R. (1970): *La semiología*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- ◆ BARAHONA, A.F. (1984) *Metodología de trabajos científicos*. Ediciones IPLER, Bogotá.
- ◆ BENSE, M. (1957): *Estética. Consideraciones metafísicas sobre lo bello*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- ◆ BLISS, CH. (1978): *Semantography-Blissymbolics*, Sidney (Australia), Semantography-Blissymbolics Publications.
- ◆ CABERO, J. DUARTE, A. BARROSO J (1997). *La Educación para los medios de comunicación*, Universidades de Sevilla, Huelva y Extremadura , España, Edutec
- ◆ COMA, J. (1982). *Diccionario de los comics, la edad de oro*. Editorial Plaza Anjames. Barcelona
- ◆ CANCELAS, L , Y OUVIÑ, P, (1997)*Realía o Material Auténtico ¿ Términos diferentes para un mismo concepto?*, Universidad de Cádiz, España

- ◆ CASTRO DE PAZ, J. AREA MOREIRA, M. *Los Materiales Curriculares Y Las Necesidades Educativas Especiales*, Universidad de La Laguna (España)
- ◆ CASTILLO VIDAL, J. (2002) *Fundamentos teóricos del análisis de contenido en la narración secuencial mediante imágenes fijas: el cómic*. Servicios de Teledocumentación Baratz.
- ◆ DONDIS, D.A. (1986): *A Primer of Visual Literary*, Cambridge, MIT Press.
- ◆ ESTRELLA MARTÍNEZ, (1997) Rodrigo : *Innovación Educativa y Enseñanza Virtual*, Universidad de Málaga,
- ◆ EISMER, W. (1984). *Los cómics y el arte secuencial*. Editorial Norma. Barcelona.
- ◆ FERNANDEZ, M. y DIAZ, O. (1990). *El cómic en el aula*. Editorial Alhambra. Madrid.
- ◆ FERNÁNDEZ MUÑOZ, R: (2004) *Nuevas Tecnologías Aplicadas A La Educación*. Departamento De Pedagogía Escuela Universitaria De Magisterio De Toledo
- ◆ FERNÁNDEZ GARRIDO, M. DÍAZ DEL TESO, O. (1990). "El cómic en el aula" Editorial Alhambra, Madrid
- ◆ GUTIERREZ, A. (1988) *Metodología y Técnicas de Investigación*, Luz de América, Ecuador.
- ◆ HERVÁS GÓMEZ ,C. ROMÁN GRAVÁN P. (2002)*El Trabajo Colaborativo Telemático Aplicado A La Formación*
- ◆ IRIGARAY, F. (2004): **DEL** *bisonte a la realidad virtual (cap. V y VI)*, Argentina.
- ◆ LÓPEZ QUINTÁS, A. (1987): *El secuestro del lenguaje*, Madrid,
- ◆ MARQUÈS GRAELLS, P. (2004)*La Tecnología Educativa: Conceptualización, Líneas De Investigación*, Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, Universidad Autónoma Barcelona
- ◆ MARQUÈS GRAELLS, P. (2004,) *Introducción Al Lenguaje Audiovisual*, Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, UAB
- ◆ MISRACHI C. "La historieta como medio Educativa y como medio de lectura, Editorial Nieramed. OEA. 1994
- ◆ MEC, DINAMEP, OEI, (2002) *Evaluación del los aprendizajes*. Orión Ecuador.
- ◆ MEC,(1996) "Reforma curricular para la Educación Básica Quito
- ◆ MISRACHI, C. ALLIENDE, F. LOLAS (1992) *La Historieta como medio para la socialización de la Bioética entre los jóvenes*, Universidad De Chile.
- ◆ <http://www.doe.uva.es/alfonso/web/webalftes/c3cumihm> RAMOS, J, (2000),*Hacia una teoría humanística del lenguaje*, Instituto Cervantes, España Edutec 97,
- ◆ RODRIGUEZ DIEGUEZ, J.L. (1988). El cómic y su utilización didáctica. Los tebeos en la enseñanza. Editorial Gustavo Gil. Barcelona.
- ◆ SALOMÓN.G. (1994) *Infancia y Aprendizaje*.
- ◆ SEDEÑO VALDELLÓS, A. (2002) *Inserción De Formatos Visuales En La Escuela: Videojuego Y Video Musical En El Aula*. Revista Electrónica De Tecnología Educativa, Edutec
- ◆ RODRÍGUEZ, D., José L."El comic y su utilización didáctica", Barcelona, 1988
- ◆ TIRADO MORUETA, R. "Marco conceptual para evaluar el valor didáctico de las tecnologías avanzadas en la formación ocupacional" Universidad De Castilla - La Mancha, España
- ◆ VARGAS, Laura, (1984) "Técnicas participativas par la educación Popular. Costa Rico
- ◆ <http://www.doe.uva.es/alfonso/web/webalftes/c3cumihm>

- ◆ <http://www.xtec.es/~pmarques/edusoft.htm>
- ◆ <http://www.ecolares.com.ar/paralaescuela/utilesdocentes/articulos/aviso.htm>
- ◆ <http://www.quadernsdigitals.net/articles/comunicar/comunicar5/com536.pdf>
- ◆ <http://www.doe.d5.ub.es/te/> http://www.doe.d5.ub.es/te/any96/cabero_bvte/
- ◆ <http://www.uib.es/depart/gte/edutec95.html>
- ◆ <http://dewey.uab.es/pmarques/artitec.htm>
- ◆ <http://dewey.uab.es/pmarques/artidis.htm>
- ◆ <http://nti.uji.es/docs/nti/edutec95.html>
- ◆ <http://www.uv.es/aidipe/metodo21.html>
- ◆ <http://www.uv.es/~aliaga/bordon2.html>
- ◆ <http://sauce.pntic.mec.es/~alglobal>
- ◆ <http://www.pangea.org/org/espinal/>
- ◆ <http://www.cnice.mecd.es/>
- ◆ <http://www.civila.com/universidades/wwwricardo.html>
- ◆ <http://webpages.ull.es/users/manarea>
- ◆ <http://www.ucm.es/info/circulo/no3/olmedo.htm>

REVISTAS Y DICCIONARIOS

- EL UNIVERSO. (2003) "Aprende Jugando" Colección de Educación Temprana. Editorial "El Comercio S.A. Quito-Ecuador
- Educanews (2004), Fundación Fidal.
- Estrategias Metodológicas UTE 3 Sector 2 Folleto, 1998
- DICCIONARIO ENCICLOPEDICO ESPASA
- DICCIONARIO ENCICLOPEDICO SALVAT
- GRAN ENCICLOPEDIA LARROUSE
- <http://www.elmundo.es/diccionarios/4k>
- <http://www.spaish-scientologyhandbool.org/sh4-21K>
- co/fenomino/aprenda/castellano/castellano_4.html.13k

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
MODALIDAD A DISTANCIA
LICENCIATURA EN EDUCACION BASICA
ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DOCENTE

Señor Profesor-a

- EL OBJETIVO DE ESTA ENCUESTA ES CONOCER SI AL APLICAR EL LENGUAJE ICONICO MEJORARA EL RENDIMIENTO ESCOLAR
- DESDE LUEGO LOS DATOS SON CONFIDENCIALES

INSTRUCCIONES

- DIGNESE CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS CON ABSOLUTA CLARIDAD Y SINCERIDAD, LAS RESPUESTAS OBTENIDAS SERVIRAN PARA EL MANEJO RESERVADO DEL GRUPO INVESTIGADOR

1.- Durante la hora clase usa signos icónicos

SIEMPRE () CASI SIEMPRE () RARA VEZ ()

2.- Estaría usted dispuesta ha diseñar sus propios iconos para mejorar la enseñanza-aprendizaje

SI () NO ()

3.- Cree usted que su establecimiento educativo aceptaría la propuesta de trabajar con lenguaje icónico

SI () NO ()

4.- Utiliza los recursos multimedia

SIEMPRE () A VECES () NUNCA ()

5.- Los recursos multimedia lo utiliza como medios de información

SI () NO ()

6.- Cree usted que los recursos multimedia son auténticos agentes de formación

SI () NO ()

7.- Desarrolla la creatividad de sus alumnos mediante el manejo de iconos

SIEMPRE () CASI SIEMPRE () RARA VEZ ()

8.- Cree que el lenguaje icónico debe ser aplicado solo en niños de 5 a 7 años

SI () NO ()

9.- Al utilizar el lenguaje icónico mejora la percepción del niño

TOTALMENTE () PARCIALMENTE ()

10.- Representa la secuencia lógica de los hechos mediante iconos

SIEMPRE () FRECUENTEMENTE () RARA VEZ () NUNCA ()

Gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
MODALIDAD A DISTANCIA
LICENCIATURA EN EDUCACION BASICA

TEST DIRIGIDO A LOS NIÑOS DE PRIMER AÑO DE EDUCACION BASICA

OBJETIVO: Conocer el grado de icónocidad que emplean los niños.

INSTRUCCIONES:

- Realice las diferentes actividades que a continuación le presentamos

ACTIVIDADES:

1.- Encierre en un círculo lo que más le gusta

ver la T.V.



escuchar radio



2.- Ponga una cruz en el cuadro que representa el día



3.- Subraye el objeto mediano



Pequeño

mediano

grande

4.- Tache con una X el recipiente que contiene algo caliente

caliente

fría



5.- Encierre en un círculo el conejo que se encuentra lejos del árbol



lejos

cerca

6.- Encierre en un cuadrado el bus que indica que los niños que van a la escuela



7.- Señale con una + al semáforo que nos indica cuando debo cruzar la calle



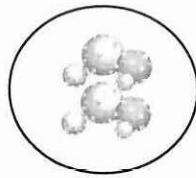
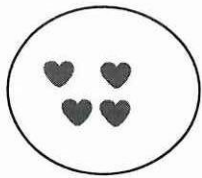
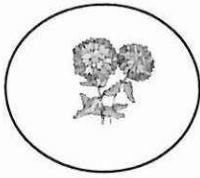
8.- Pinte el gráfico que crea conveniente y que muestre como está el día



9.- Pon una cruz encima del pato que va en dirección contraria a los demás



10.- Encierre en un círculo al conjunto que tenga muchos elementos



11.- Dibuja una pelota encima de la casa

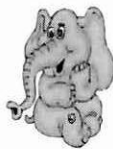


12.- Ponga una cruz sobre el animal más grande.

Pato



elefante



Gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
MODALIDAD A DISTANCIA
LICENCIATURA EN EDUCACION BASICA

TEST DIRIGIDO A LOS NIÑOS DEL SEGUNDO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA

OBJETIVO

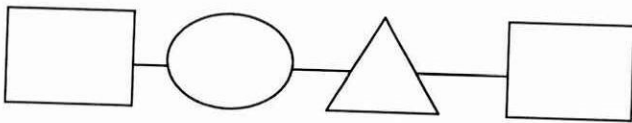
- ◆ Conocer el grado de icónocidad que emplean los niños

INSTRUCCIONES

- ◆ Realice las diferentes actividades que a continuación le presentamos

ACTIVIDADES

1.- Siga la secuencia lógica



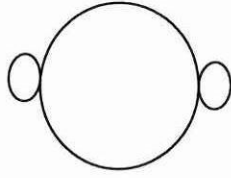
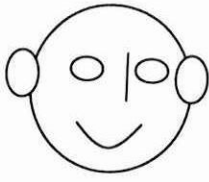
2.- Ponga una cruz en el cuadro que representa el día



3.- Encierre en un círculo la imagen que empiece con la vocal e



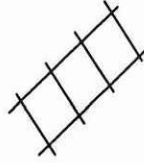
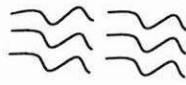
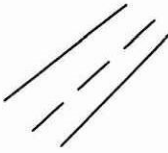
4.- Dibuje lo opuesto



5.- Señale con una cruz el animal que es distinto a los demás



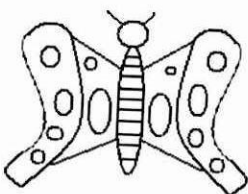
6.- Encierre la vía por la que transita el tren



7.- Señale con una cruz el balde que esta por llenarse



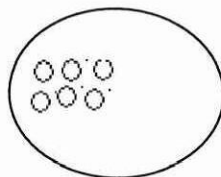
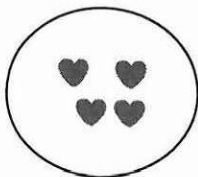
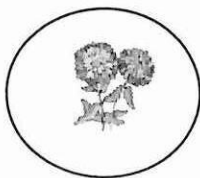
8.- Pinte de azul el lado derecho de la mariposa



9.- Dibuje una pelota sobre el árbol



10.- Ponga una X sobre el conjunto que tenga algunos elementos



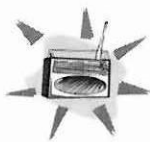
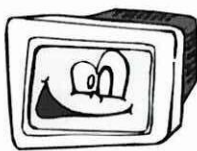
11.- Señale con una + cuál de estos medios de comunicación utilizas más

televisión

radio

computadora

teléfono



12.- Subraye el objeto mediano



Pequeño

mediano

grande

Agradecemos su colaboración

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
MODALIDAD A DISTANCIA
LICENCIATURA EN EDUCACION BASICA

ENCUESTA DIRIGIDA A PADRES DE FAMILIA DEL PRIMER Y SEGUNDO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DEL COLEGIO "SANTA CLARA DE ASÍS"

OBJETIVO

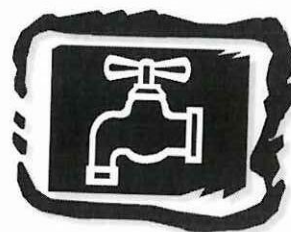
- ◆ Llegar a la reflexión de los padres de familia que al emplear el lenguaje icónico mejorara el rendimiento de sus hijos.

INSTRUCCIONES

- ◆ Dígnese contestar las siguientes preguntas con absoluta claridad y sinceridad. Las respuesta obtenidas servirán para el manejo reservado del grupo investigador.
- ◆ Señale con una X en las alternativas correspondientes.

ACTIVIDADES

1. **¿Reconoce estas imágenes?**



TOTALMENTE ()

PARCIALMENTE ()

2. **¿Utilizaría usted este lenguaje , basado en imágenes?**

SI ()

NO ()

3. **¿Sabe usted que este lenguaje icónico lo utiliza en su vida cotidiana?**

SI ()

NO ()

4. **¿Cree usted que se debería utilizar el lenguaje icónico en la educación de sus hijos?**

SI ()

NO ()

5. ¿Con que frecuencia utiliza el lenguaje icónico para comunicarse con los demás?
FRECIENTEMENTE () RARA VEZ () NUNCA ()
6. ¿Conocía que usted puede expresar sus ideas a través de imágenes?
SI () NO ()
7. ¿Sabía usted que al utilizar el lenguaje icónico desarrolla sus cinco sentidos?
SI () NO ()
8. ¿Cree usted que al utilizar el lenguaje icónico desarrolla la creatividad?
SI () NO ()
9. ¿El lenguaje icónico le ayuda en el aprendizaje de nuevos conocimientos?
TOTALMENTE () PARCIALMENTE ()
10. ¿Le gustaría recibir mayor información acerca del lenguaje icónico?
SI () NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

PROYECTO DE INVESTIGACION

1.- TEMA: EL LENGUAJE ICONICO COMO ESTRATEGIA METODOLOGICA EN LA EDUCACION DE LOS ALUMNOS DE PRIMERO Y SEGUNDO AÑO DE EDUCACION BASICA DEL COLEGIO "SANTA CLARA DE ASIS" DEL CANTON PEDRO MONCAYO - TABACUNDO

2.-LA PROBLEMATIZACIÓN

La educación en nuestro país enfrenta en la actualidad un alto índice de heterogeneidad; por una parte grandes sectores marginados, comunidades rurales que solo cuenta con escuelas unitarias: amplias zonas en las que se realizan valiosos intentos por optimizar los proceso de inter aprendizaje, pero que desafortunadamente no se cuenta con los recursos necesarios. En contrapartida, en las grandes ciudades hay acumulación e incluso desusos de los recursos didácticos y en el entorno una eclosión generada por la tecnología , la misma que ha ocasionado una nueva visión de la naturaleza y de los valores humanos, así como una saturación de estímulos que nos invitan a ser consumidores.

En este marco la maestra o el maestro del nivel primario, tiene que recurrir a múltiples estrategias para generar aprendizajes significativos, la difícil situación económica de los hogares, el bombardeo de una sociedad de consumo y la incidencia de los llamados medios de comunicación: radio, televisión, cine, prensa; cuya cobertura es tan amplia que abate a su paso: edad, sexo condición socio económica, escolaridad, cultura y que es recibido por un aspecto pasivo " mensajado". Son factores preponderantes en el inadecuado manejo del tiempo libre y el cumplimiento de las tareas escolares, acaparando la atención de los educandos. En tales circunstancias es necesario buscar una nueva alternativa para mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje, propiciar su interés y brindar una educación en función a sus intereses y necesidades.

Toda la problemática descrita no puede ni debe ser ignorada por la comunidad educativa. Los docentes al igual que todos vivimos una realidad iconográfica y no hemos aprendido a decodificarla pese a que la manejamos a diario, carecemos de las herramientas que nos faciliten la comprensión de variados mensajes.

Nuestro compromiso como educadores ante nuestros alumnos y alumnas es "Educarnos en la vida para la vida".

Los avances tecnológicos no deberán transformarse en limitante sino más bien en fortalezas que fijen y apuntalen los contenidos programáticos si consideramos que la evolución de la humanidad tiende al desarrollo de las capacidades comunicativas y la regulación de la vida social mediatizada por el uso de imágenes.

Las ciudades no son espacios reducidos en las cuales los vínculos familiares facilitan la intercomunicación e interrelación entre sus miembros, por el contrario, las grandes urbes obligan a disponer de medios artificiales para facilitar la relación entre sus ciudadanos como el uso de iconos que los ayuden a identificar servicios públicos como: farmacias, policía, centros de salud, lugares turísticos, etc. Esta marcada diversidad se manifiesta en una creciente escalada expansionistas de modelos iconográficos unos ya convencionales y otros nuevos que pugnan por convertirse en símbolos reconocidos por un conglomerado, creándose así un sistema de comunicación masiva.

3.-SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

El desconocimiento del lenguaje icónico como estrategia metodológica en los docentes, ha limitado la interpretación del mundo gráfico y simbólico, la creatividad y la comprensión lectora del estudiante, siendo de fácil acceso la influencia de programas televisivos no acordes con su edad o realidad socio-cultural así como una serie de propagandas de toda índole promocionando variados productos y servicios.

Esto conlleva a que como educadores, utilicemos los mismos recursos que se están generando en el entorno, nuestra labor, jamás podrá ser reemplazada por vídeos, computadores, u otras porque a demás de brindar conocimientos, fomentaremos la práctica de valores. Y propendemos a la formación integral del individuo.

4.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la escuela, Santa Clara de Asís se ha observado que este es un problema que afecta a todas las instituciones educativa, en especial aquellas que se encuentran ubicadas en las áreas urbanas y suburbanas de nuestro país. El personal docente del Colegio "Santa Clara de Asís" de Tabacundo, se encuentra motivado e interesado en la aplicación del lenguaje icónico como una estrategia metodología con la historieta o cómic en la enseñanza, debido a la necesidad urgente de superar el modelo curricular en vigencia y avanzar hacia un paradigma que permita a los niñas y niñas estructurar y desarrollar su pensamientos en el contexto de actitudes positivas y valores con la finalidad de brindar una educación de calidad.

5.-FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ◆ ¿Qué interés puede generar en los educando y educadores el problema planteado?
- ◆ ¿Por qué es importante para los maestros y maestras del nivel primario, el manejo del lenguaje icónico?
- ◆ ¿Qué incidencia tiene la aplicación del lenguaje icónico en la calidad de los procesos de interaprendizaje?
- ◆ ¿Cuál sería el impacto de la aplicación de esta propuesta en la educación Primaria?

6.-OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1.-OBJETIVO GENERAL

- ❖ Fomentar la aplicación del lenguaje icónico como un estrategia metodológica en los alumnos del Primero y Segundo Año de Educación básica de la Escuela "Santa Clara de Asís" a través de herramientas como: cómic o historietas cumpliendo con el propósito de mejorar la calidad de los procesos de enseñanza – aprendizaje.

6.2.-OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- ❖ Utilizar el lenguaje icónico como estrategias metodológicas para crear en los alumnos el interés en el aprendizaje.
- ❖ Desarrollar la creatividad mediante los íconos para mejorar la capacidad perceptiva de los alumnos.
- ❖ Proponer alternativas o estrategias para mejorar el lenguaje icónico.

7.-JUSTIFICACIÓN

TEÓRICO

Los cambios tecnológicos producidos en la sociedad en los últimos años han dado un nuevo giro al enfoque general del mundo, la información que antes se demoraba mucho tiempo en ser procesada, hoy se lo transmite en cuestión de segundos gracias a los medios de difusión colectiva. En consecuencia los sistemas educativos deben ser adaptados a esta realidad. El brindar una educación de cálida funcional y tecnicada es imperativo en nuestro país, si la metodología se usa con criterio humanístico y democrático, contribuirá a la solución de los problemas educativos que enfrentamos en la actualidad y estará acorde a nuestras necesidades e intereses.

El tema es importante dado el contexto cultural de nuestro tiempo en el cual el alumno o alumna aprende a percibir y emitir mensajes estructurados con signos icónicos, tomando como ejemplo a la informática por ser un medio idóneo de comprensión internacional.

METODOLOGICO

La computadora lleva al estudiante a un reconocimiento rápido de lo que necesita a través de los íconos, pues basta ver la figura existente en esta para saber la función que desempeña, esta herramienta se ha convertido en la vía para recibir, interpretar, analizar y organizar la información reduciendo enormemente los tiempos en los que hacían estas tareas, trasladando el mismo mecanismo a los procesos de interaprendizaje, los educadores y educandos podrían diseñar sus propios íconos para representar conceptos, actitudes y valores, omitiendo la teoría, los tediosos dictados o ejercicios sobre el mismo contenido

La escuela cumplirá su misión de agente formativo en tanto se vincule con el entorno que le rodea al alumno o alumna, capacitándolo para interrelacionarse con su medio en forma crítica, prepositiva, autodeterminante y creativa.


PRACTICO

El conocimiento e interpretación del mundo gráfico y simbólico permitirá:

- Capacitar a los alumnos y alumnas a manejar de una forma adecuada la nueva cultura de íconos que han generado los medios de comunicación.
- Utilizar los recursos multimedia no solo en instrumentos de información sino en auténticos agentes de formación, eliminando la influencia negativa que ejerce la televisión, logrando una mejor utilización del tiempo libre de los niños y niñas.
- Lograr que los estudiantes sean capaces de percibir, tanto los signos icónicos que emplean los medios, así como la estructura que los condiciona, propiciando su análisis crítico.

El lenguaje icónico utilizado como estrategia metodológica en el currículo, contribuirá a una mejor comprensión de los contenidos programáticos, desarrollará destrezas y a la vez servirá como un instrumento de evaluación de los conocimientos incidiendo en la calidad de los procesos de interaprendizaje.

Al presentar un icono generalizado en nuestro entorno a través de los medio de comunicación

como es el logotipo de la  a un niño o niña de Primero y Segundo año de Educación Básica e inmediatamente lo lee, traduce su significado, distingue su color, forma, tamaño y su utilidad, etc. sin antes de haber concurrido a un establecimiento educativo: lo ideal sería que el educador con solo presentar el gráfico de una planta, sol ,mapa, etc.. el alumno o alumna es capaz de determinar todas sus características, establecer semejanzas y diferencias, describir con eficiencia sus beneficios, y a través de una serie de iconos crear su propia historia, cómic.

El uso de las imágenes hace referencia directa a la realidad y reemplaza a la palabra debido a la carga emotiva que conlleva el mensaje icónico, su impacto en el aprendizaje y capacidad de suscitar sentimientos, convirtiendo estas emociones en portadoras de significación.

Los maestros y maestras de nivel primario tendrán en sus manos un valioso instrumento de expresión y comunicación a través del cual podrán organizar estrategias metodológicas con el concurso de los recursos que la misma tecnología ha creado, de bajo costo y alta incidencia en el desarrollo de la inteligencia a nivel del pensamiento creativo, práctico y teórico como esta estipulado en uno de los objetivos de la Educación Básica Ecuatoriana.

8.- MARCO TEORICO

ESQUEMA TENTATIVO DE CONTENIDOS

CAPITULO I

1.- RECOPIACION BIBLIOGRAFICA

- 1.1.- El lenguaje y la imagen
- 1.2.- Clasificación de la imagen
 - 1.2.1.- Por la experiencia
 - 1.2.2.- Por la relación conceptual
- 1.3.- El Lenguaje icónico
- 1.4.- Semejanzas y diferencias entre el lenguaje icónico y el verbal
- 1.5.- Funcionalidad de las destrezas
 - 1.5.1.- Funcionalidad de las destrezas de observar en el lenguaje icónico
 - 1.5.2.- Funcionalidad de las destrezas de escribir en el lenguaje icónico
 - 1.5.3.- Funcionalidad de la destreza criticar en el lenguaje icónico
 - 1.5.4.- Funcionalidad de la destreza ilustrar en el lenguaje icónico

- 1.6.- La historieta
 - 1.6.1.- La historieta y su génesis
 - 1.6.2.- Estructura de la historieta
 - 1.6.3.- Estructura del Lenguaje en la historieta
 - 1.6.3.1.- La viñeta
 - 1.6.3.2.- El plano
 - 1.6.3.3.- El encuadre
 - 1.6.3.4.- El formato o forma del Encuadre
 - 1.6.3.5.- La angulación o perspectiva visual
- 1.7.- Palabrotas o enfados
- 1.8.- Códigos cinéticos
- 1.9.- Estereotipos
- 1.10.- Gestos: cólera, risa, juramento
- 1.11.- Reconocimiento de los componentes de historieta o comic
- 1.12.- Proceso didáctico para la lectura de historieta. Etapas, Estrategias

CAPITULO II

- 2.- Análisis e Interpretación de Resultados

CAPITULO III

- 3.- Propuesta

9.-FORMULACION DE HIPÓTESIS

Al aplicar técnicas activas del lenguaje icónico, Se logrará cambios en el proceso de enseñanza aprendizaje.

10.-VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

10.1.-VARIABLE INDEPENDIENTE

Aplicación de técnicas activas del lenguaje icónico

10.2.-VARIABLE DEPENDIENTE

Se logrará cambios en el proceso de enseñanza aprendizaje.

10.3.-OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Al aplicar técnicas activas del lenguaje icónico se logrará cambios en el proceso enseñanza aprendizaje. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ INDEPENDIENTE ◆ Aplicación De técnicas activas del lenguaje icónico 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Falta de íconos ◆ Bajo rendimiento escolar por falta de técnicas icónicas ◆ Mal manejo de los medio que los rodean ◆ Mala información de los medio de comunicación con relación al lenguaje icónico. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ¿Cuántas veces debemos utilizar los iconos con los niños? ◆ ¿Cuál será el rendimiento escolar por falta de la aplicación del lenguaje icónico? ◆ ¿Cómo manejamos los medios que los rodean? ◆ ¿Con qué frecuencia los medios de comunicación nos ayudan a mejorar el lenguaje icónico?
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ DEPENDIENTE ◆ Se lograr cambios en el proceso de Enseñanza aprendizaje 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Estimular la capacidad de percepción. ◆ Expresar a través de iconos nuevas historias ◆ Mejoramiento de la creatividad. ◆ Despertar el interés en el niño ◆ Manejar adecuadamente los iconos en el procesos de enseñanza –aprendizaje. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ¿Hay una mayor percepción utilizando iconos? ◆ ¿Representa la secuencia lógica de los hechos mediante iconos? ◆ ¿Con qué frecuencia el alumno desarrollará su creatividad al aplicar sus propios iconos? ◆ ¿Cómo los iconos despiertan el interés en los niños? ◆ ¿El maestro emplea con metodología pedagógica los iconos

METODOLOGÍA

El presente trabajo investigativo tiene el carácter de cuasiexperimental para los cual emplearemos las estrategias, técnicas más acordes para comprender de mejor el tema antes mencionado, y dar repuesta al problema de estudio y así alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.

METODO.- La metodología a aplicarse para la investigación será:

 Método Deductivo

 Método Inductivo.

Método deductivo.- aplicaremos este método dentro de la investigación ya que partimos de los general para llegar a los particular y que deberá ser confirmado por medio de l observación.


Método Inductivo.- Este método es el contrario de lo deductivo, ya que partiremos de los particular para llegar a la general. Este está más relacionado con la comprobación de la hipótesis

TÉCNICAS.- Las herramientas que nos ayudará a recolectar los datos seleccionando instrumentos de medición, validos y confiables para obtener resultados positivos.

Las técnicas que utilizaremos en nuestro trabajo investigativo son las siguientes:

 Encuesta

 Entrevista

 Observación : Directa e Indirecta

 Recopilación bibliográfica.

ENCUESTA .- Esta técnica investigativa aplicaremos sobre la muestra poblacional a investigarse, empleando como instrumentos cuestionario debidamente estructurado , con preguntas cerradas dirigidas a estudiantes, padres de familia y docentes contestando: SI o No; V o F, etc.....

ENTREVISTA. Es un técnica aplicada a un población homogénea, individual con el fin de obtener información oral significativa del tema a investigarse estará dirigida a docentes y autoridades del plantel, para lo cual utilizaremos. Entrevistas estandarizadas y no estandarizadas.

LA OBSERVACIÓN.- Es una de las técnicas más antiguas que se ha ido tecnificando con el tiempo mediante el cual abstraeremos la información de los datos previamente establecidos y obtenidos mediante la utilización de instrumentos como Registros de observación y fichas de observación que aplicaremos a los niños.

La observación a aplicarse será de dos tipos directa por medio de las observaciones que nosotros realizaremos dentro del aula en la aplicación pedagógica de la técnica icónica. Indirecta cuando nos colaboren nuestras compañeras de los otros paralelos llevando las mismas matrices de registros y fichas de observación.

RECOPIACIÓN BIBLIOGRÁFICA.

Fase heurística.- Se procederá a la búsqueda y recopilación de la fuente de información, que puede ser de muchas características y diferente naturaleza como: **Primarias** si contienen información original no abreviada ni traducida. Secundarias obras de referencia que auxilian el proceso de investigación.

Fase hermenéutica: Esta fase supone que cada uno de las fuentes investigadas debe ser leída, interpretada y clasificada de acuerdo con su importancia dentro del trabajo de investigación, a partir de allí, se seleccionarán los puntos fundamentales y se llenarán las fichas bibliográficas.

VALIDEZ DE CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS.

Estas nos determinan la honradez y sin perjuicio por aún adulteración de la información. Las técnicas e instrumentos han sido debidamente analizados, como a la vez se ha desarrollado pruebas pilotos experimentales para con ella evita errores, fallas, para ir perfeccionando e ir aplicando ya en nuestra investigación de campo en la escuela "Santa Clara de Asís" Tabacundo.

RECOPIACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

Previa a una revisión crítica de información, recogida a través de los instrumentos previamente seleccionados procederemos a la limpieza de la información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente.

En caso de duda sobre los datos obtenidos procederemos a un retest.

Una vez analizados los resultados procederemos a levantar documentos y cuadros estadísticos para una mejor comprensión y análisis de los mismos.

POBLACIÓN Y MUESTRA

En base a datos estadísticos obtenidos de la Escuela Santa Clara de Asís los datos de Población y muestra a manejarse en nuestra investigación son:

UNIVERSO	POBLACIÓN	MUESTRA
ESTUDIANTES	160	114 (PRIMER AÑO PARALELO "B") Y (SEGUNDO AÑO PARALELO "B")
MAESTROS	4	4
PADRES/MADRES DE FAMILIA	114	100

La población a investigarse estará constituida por una muestra que se calculará mediante la aplicación de 2 fórmulas que son las más utilizadas.

◆ PRIMERA FORMULA

$$1. n = \frac{N}{E^2(N-1)+1}$$

2. Donde:

- ◆ n = tamaño de la muestra
- ◆ N = Universo
- ◆ E = Máximo error posibles

$$3. n = \frac{160}{(0.05)^2 (160 - 1) + 1}$$

$$4. n = \frac{160}{0.025 (159) + 1}$$

$$5. n = \frac{160}{0.3975 + 1}$$

$$6. n = \frac{160}{0.3975 + 1}$$

$$7. n = 114.49$$

◆ SEGUNDA FÓRMULA

$$1. \quad n = \frac{PQN}{\frac{(N-1) E^2}{K^2} + PQ}$$

2. Donde:

- ◆ n = Tamaño de la muestra
- ◆ PQ = Constante de probabilidad = 0,25
- ◆ K = Constante de corrección de error = 2

$$3. \quad n = \frac{0,25 \times 160}{\frac{(160-1) (0,05)^2}{2^2} + 0,25}$$

$$4. \quad n = \frac{40}{\frac{(159) (0,0025)}{4} + 0,25}$$

$$5. \quad n = \frac{40}{\frac{(159) (0,000625)}{4} + 0,25}$$

$$6. \quad n = \frac{40}{0,099375 + 0,25}$$

$$7. \quad n = \frac{40}{0,349375}$$

8. $n = 114.49$

En el caso de maestros se trabajará con todo el universo por ser 4 docentes

GLOSARIO

- Aprendizaje.-** Adquisición de una nueva conducta en un individuo a consecuencia de su interacción con el medio externo.
- Icono.-** es un signo que hace referencia a su objeto en virtud de una semejanza: un retrato, un dibujo, un mapa, el cine. **Tlaxcala** (ciudad), ciudad de México, cabecera del municipio homónimo y capital del estado de Tlaxcala. **Códices.-** Escritos de los antiguos mayas que realizaban en papel de amate (corteza de árbol) o en pergaminos de piel de venado curtida
- Jeroglíficos.-** caracteres de cualquier sistema de escritura en el que los signos son figuras, esto es, representan objetos reconocibles.
- Pictograma, ideograma.-** De un objeto es la de traer a la mente una imagen o una sensación que antes se ha expresado por medio de la lengua oral.
- Monosemia.-** La mayor parte de los signos lingüísticos son monosémicos, para un solo significante hay un solo significado: casa, niño, hombre.
- Polisemia.-** varios significantes: el significado de la palabra perro puede expresarse con distintos significantes, como can, chuchó...
- Realidad virtual.-** sistema que permite a uno o más usuarios ver, moverse y reaccionar en un mundo simulado por ordenador o computadora.
- Multimedia.-** en informática, forma de presentar información que emplea una combinación de texto, sonido, imágenes, animación y vídeo.
- Internet.-** interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse
- Método.-** (Del lat. *methōdus*, y este del gr. *μῆθοδος*). m. Modo de decir o hacer con orden. Procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.
- Imagen.-** imagen. (Del lat. *imāgo*, *-inis*). f. **Figura, representación, semejanza y apariencia de algo. II. Conjunto de rasgos que caracterizan ante la sociedad a una persona o entidad.**
- Técnica.-** (Del lat. *technicus*, y este del gr. *τεχνικὸς*, de *τεχνη*, arte). Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte. II Pericia o habilidad para usar de esos procedimientos y recursos.
- Estrategia.-** (Del lat. *strategia*, y este del gr. *στρατηγία*). Militares. II Arte, traza para dirigir En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- Expo.-** siglas de la Feria de Exposición.

PRESUPUESTO (INGRESOS Y EGRESOS)

RUBROS	COSTO/UNITARIO	CANTIDAD	VALOR
Fotocopias de libros	0,4	60	24
Encuadernación de guías	1,4	10	14
Copias de cuestionario de encuestas	0,4	360	144
Formulario de entrevistas	0,4	50	20
Diskettes	1	3	3
Audio cassetes	0,6	20	12
CD para grabar	2	3	6
Original de Tesis	5	1	5
Copias de Tesis	0,5	240	120
Empastado de tesis	0,05	960	48
Imprevistos	6	5	30
Pesmas de Papel bon.	30	1	30
Transporte	5	3	15
Alimentación	40	1	40
Alquiler de computadora	40	1	40
TOTAL	0,8	240	192
			743

