



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Bogotá

Maestría en Educación  
ME:032/09

Bogotá, junio 24 de 2009

Señores  
BIBLIOTECA GENERAL  
Pontificia Universidad Javeriana  
Ciudad

Estimados señores:

Cordialmente presentamos a ustedes el trabajo de grado “La actividad metabernal: proceso de pensamiento que favorece la argumentación oral de los estudiantes de grado octavo del colegio Alfonso López Michelsen, en cuanto a la comprensión de mensajes publicitarios” realizado por Ingrid Astrid Fonseca Fonseca y María Deyanira Hernández Hernández, aprobado por el director del trabajo Fanny Blandón y el respectivo jurado, como requisito para obtener el título de Magister en Educación.

Atentamente,

  
MARIA HELENA PERDOMO  
Secretaria  
Facultad de Educación

**Facultad de Educación**

## Maestría en educación

### Formato de descripción de trabajo de grado

**Nombre completo del autor(es):** Ingrid Astrid Fonseca Fonseca y María Deyanira Hernández Hernández

**Título y subtítulo del trabajo:** “La actividad metaverbal: proceso que favorece la argumentación oral en estudiantes de grado octavo

**Director trabajo de grado:** Fanny Blandón

**Ciudad:** Bogotá, D.C.

**Año de elaboración:** 2008 - 2009

**Número de páginas:** 169 páginas.

**Número de referencia:** 22

**Tipo de ilustraciones:** Tablas y gráficos

**Material acompañante:** ---

**Título obtenido:** Magister en Educación

**Facultad:** Facultad de Educación.

**Programa:** Maestría en Educación.

**Calificación:**

**Resumen:** Esta investigación describe los resultados obtenidos a partir de la implementación de una secuencia didáctica que tiene como hilo conductor la actividad metaverbal para el mejoramiento de la argumentación oral de estudiantes de secundaria. En este caso se tomó un grupo de estudiantes de grado octavo del colegio IED Alfonso López Michelsen.

Es un estudio cualitativo con el enfoque de la investigación acción participativa la cual plantea hacer comprensible más claramente el mundo social, sus problemas diarios e inmediatos y tiene como objetivo mejorarlos a partir de la autorreflexión emprendida por los participantes, desde sus propias prácticas, su comprensión y las situaciones que se llevan a cabo.

Los resultados de la investigación muestran que la secuencia didáctica basada en la actividad metaverbal mejora la argumentación oral de los estudiantes, lo que implica un cambio del rol del docente y de los estudiantes dentro de un aula de clase.

**Palabras clave:** actividad metaverbal, secuencia didáctica, argumentación oral, mediación didáctica y mensaje publicitario.

## Abstract

This is an investigation that describes the results obtained from the implementation of a didactic sequence which has as a common thread the metaverbal activity for the improvement of oral argumentation skills in students of secondary school. In this case, a group of eighth graders from the IED Alfonso López Michelsen school was taken for the study.

It is a qualitative study which used the Participation Action as its research approach and which poses, as its central inquiry, the making of social life, its daily and immediate vicissitudes, more clearly comprehensible for individuals; this study has, as well, as its main objective, to improve such problems on the basis of autoreflexión undertaken by the participants, from their own practices, their understanding and the situations they are involved in.

The results of the investigation show that the didactic sequence based on metaverbal activity improves the oral argumentation skills in the students, which implies a change in the role of the teacher and the students themselves in the classroom

Words key: metaverbal activity, didactic sequence, oral argumentation skills, didactic mediation and advertisement

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA,  
LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Bogotá, D.C., Julio de 2009

Marque con una X

**Tesis doctoral**

**Trabajo de grado**

Señores  
BIBLIOTECA GENERAL  
Ciudad

Estimados Señores:

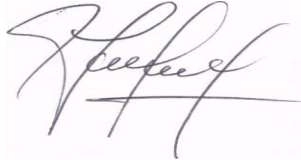
Los suscritos

**INGRID ASTRID FONSECA FONSECA** con C.C. No. **52.375.430 de Bogotá,**  
**MARÍA DEYANIRA HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ,** con C.C. No. **51.903.807**  
**de Bogotá,** autor(es) de la tesis doctoral y/o trabajo de grado titulado **LA**  
**ACTIVIDAD METAVERBAL: PROCESO QUE FAVORECE LA**  
**ARGUMENTACIÓN ORAL EN ESTUDIANTES DE GRADO OCTAVO,**  
presentado y aprobado en el año **2009** como requisito para optar al título de  
**MAGISTER EN EDUCACIÓN;** autorizo (amos) a la Biblioteca General de la  
Universidad Javeriana para que con fines académicos, muestre al mundo la  
producción intelectual de la Universidad Javeriana, a través de la visibilidad  
de su contenido de la siguiente manera:

- \* Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en Biblos, en los sitios web que administra la Universidad, en Bases de Datos, en otros Catálogos y en otros sitios web, Redes y Sistemas de Información nacionales e internacionales "Open Access" y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Javeriana.
- \* Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.
- \* Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva fa enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y et artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "**Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores**", ios cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Firma, nombre completo y documento de identificación del estudiante



INGRID ASTRID FQNSECA FONSECA C.C. No. 52.375.430 de BOGOTÁ

Firma, nombre completo y documento de identificación del estudiante



MARÍA DEYANIRA HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ C.C. No. 51.903.807

NOTA IMPORTANTE: El autor y o autores certifican que conocen las derivadas jurídicas que se generan en aplicación de los principios del derecho de autor.

C.C. FACULTAD DE EDUCACIÓN

PROGRAMA ACADÉMICO: MAESTRÍA EN EDUCACIÓN



**Facultad de Educación**  
Maestría en Educación

**Línea de investigación**  
**Sistemas didácticos en el Campo del Lenguaje**

**Proyecto de investigación**

**LA ACTIVIDAD METAVERBAL: PROCESO QUE FAVORECE LA  
ARGUMENTACIÓN ORAL EN ESTUDIANTES DE GRADO OCTAVO**

**Estudiantes**

Ingrid Astrid Fonseca Fonseca  
María Deyanira Hernández Hernández

**Director de Tesis**

Fanny Blandón

Bogotá, julio de 2009



Maestría en Educación

**LA ACTIVIDAD METAVERBAL: PROCESO QUE FAVORECE LA  
ARGUMENTACIÓN ORAL EN ESTUDIANTES DE GRADO OCTAVO**

**Estudiantes**

Ingrid Astrid Fonseca Fonseca  
María Deyanira Hernández Hernández

**Director de Tesis**

Fanny Blandón

Bogotá, julio de 2009

**Artículo 23, resolución N° 13 de 1946:**

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y porque las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.



## TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	10
<u>ANTECEDENTES</u>	11
<u>1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	13
<u>2. JUSTIFICACIÓN</u>	13
<u>3. OBJETIVOS</u>	15
<u>3.1. OBJETIVO GENERAL</u>	15
<u>3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	15
<u>4. REFERENTES TEÓRICOS</u>	16
<u>4.1. ACTIVIDAD METAVERBAL</u>	17
<u>4.2. MEDIACIÓN DIDÁCTICA</u>	21
<u>4.3. ARGUMENTACIÓN ORAL</u>	22
<u>4.3.1. La oralidad</u>	22
<u>4.3.2. La argumentación</u>	25
<u>4.3.2.1. Contexto argumentativo</u>	26
<u>4.3.2.2. Características discursivas</u>	27
<u>4.3.2.3. Estrategias discursivas</u>	27
<u>4.4. ANUNCIO PUBLICITARIO</u>	33
<u>4.5. SECUENCIA DIDÁCTICA</u>	38
<u>5. METODOLOGÍA</u>	40
<u>5.1. DISEÑO METODOLÓGICO</u>	40
<u>5.2. POBLACIÓN</u>	43
<u>6. ESTRUCTURA DEL PROYECTO DIDÁCTICO</u>	45
<u>6.1. INTERVENCIÓN DIDÁCTICA</u>	45
<u>6.2. DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA DIDÁCTICA</u>	48
<u>6.3. ESTRUCTURA DE LAS SESIONES GRABADAS EN VIDEO Y PRIMEROS RESULTADOS DESCRIPTIVOS</u>	56
<u>7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</u>	80
<u>7.1. METODOLOGÍA</u>	80
<u>7.2. CARACTERIZACIÓN DEL GRUPO</u>	81
<u>7.3. ANÁLISIS POR CATEGORÍAS</u>	92
<u>7.3.1. LAS ACTIVIDADES METAVERBALES: un hilo conductor en el proceso de mejoramiento de la argumentación oral de los estudiantes.</u>	92
<u>7.3.2. LA ARGUMENTACIÓN ORAL inicial y final: un proceso de comparación a partir de una intervención didáctica.</u>	116
<u>7.3.3. MEDIACIÓN DIDÁCTICA: intervención y negociación.</u>	137
<u>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	154
<u>9. BIBLIOGRAFÍA</u>	157
<u>10. ANEXOS</u>	160

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación realiza una propuesta metodológica, donde la actividad metaverbal juega un papel importante para evidenciar la cualificación de la argumentación oral en un grupo de estudiantes de grado octavo. Esta propuesta se desarrolló a través de la implementación de una secuencia didáctica, teniendo en cuenta las relaciones e interacciones que se presentan en el aula de clase, para determinar cómo estas relaciones promueven las actividades metaverbales y de esta forma, desarrollar habilidades que conlleven a mejorar los niveles de argumentación oral, adquiriendo un discurso más elaborado y planificado. Para ello, se eligió como temática los mensajes publicitarios, tema de gran interés para los estudiantes evidenciado en una encuesta realizada sobre el impacto del mensaje publicitario en los jóvenes y el deseo por querer conocer y profundizar un poco más acerca del mismo.

Teniendo en cuenta los bajos niveles de argumentación oral de los estudiantes y el poco interés que la escuela viene dando al manejo de la oralidad, este proyecto pretende desarrollar una propuesta fundamentada desde la teoría y la práctica, con procesos didácticos que ayuden a mejorar estos niveles de argumentación y darle a la oralidad mayor transcendencia en la escuela, de tal manera que se convierta en un tema de interés común y se pueda implementar en las diferentes disciplinas del conocimiento.

## **LA ACTIVIDAD METAVERBAL: PROCESO QUE FAVORECE LA ARGUMENTACIÓN ORAL EN ESTUDIANTES DE GRADO OCTAVO**

### **ANTECEDENTES**

Con relación al tema de la argumentación oral y su enseñanza se encontró un campo investigativo casi desierto, al igual que en lo relacionado con el concepto de actividad metaverbal, que es un término relativamente nuevo en la enseñanza de la lengua, pero que ha adquirido gran importancia en el campo de la didáctica.

Para la presente investigación se realizó una búsqueda bibliográfica en torno a los conceptos mencionados. Se hizo un rastreo de trabajos, investigaciones y documentos relacionados con el tema en los últimos cinco años. Entre los resultados se encontraron:

Arias, Alejandra y Tolmos, Daniel (2006). La actividad metaverbal en la enseñanza de la argumentación oral en niños de tercer grado. Esta investigación plantea una propuesta con base en la implementación de una secuencia didáctica como organizadora del discurso y de la expresión oral de los niños y cómo se reflexionaba frente a estos procesos. Concluyendo que la implementación de estas secuencias con una intención definida conlleva a resultados como la apropiación de un metalenguaje requerido y una cualificación de la argumentación oral; indicando que este proceso se puede realizar en cualquier grado de escolaridad.

Rojas, S. María A., Lozada, Faizuly y Cifuentes, Johana C. (2006). Enseñanza de la oralidad en la educación inicial. Un estado del arte. Nos muestra como ha sido la enseñanza de la oralidad en la escuela a través del estudio y análisis de RAES desde distintos enfoques, brindando aportes para mejorar la visión que se tiene del lenguaje oral, realizando

una reflexión acerca de lo importante e imprescindible de darle sentido a la oralidad en los niños desde la etapa inicial de escolaridad

Otras fuentes consultadas nos llevaron a textos de algunos autores conocidos en el campo de la investigación de la lectura, la escritura y la oralidad, entre ellos están:

Joaquín Dolz (2000). Las Actividades Metaverbales en la Enseñanza de los Géneros escritos y Orales. Explica estas actividades como una forma particular de la actividad verbal caracterizada por un distanciamiento y una objetivación del lenguaje a fin de adaptar el proceso peculiar a las actividades verbales.

Schneuwly, (1999); Dolz, (2000); Camps, (1994); Vilá, (1995 y 2004), investigaciones relacionadas con el tema de la oralidad, parten de una distinción entre escritura y la oralidad, sus relaciones y sus características haciendo énfasis en el desarrollo de la oralidad en las aulas de clase.

Por otro lado se encontró en el Plan de Desarrollo Distrital de la Secretaría de Educación del Distrito Capital 2008 – 2012, el proyecto PILEO (Proyecto Institucional de Lectura, Escritura y Oralidad) que se está implementando en las instituciones educativas públicas de Bogotá, brindando estrategias para fomentar la lectura, la escritura y la oralidad en todos los grados de escolaridad, haciendo más énfasis en los primeros grados que es donde se inicia el proceso lectoescritor y discursivo, para afianzarlo y facilitar su desarrollo en los grados posteriores.

## **1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo la argumentación oral de los estudiantes de grado octavo del colegio Alfonso López Michelsen es mejorada a partir de actividades metaverbales, teniendo como referente la comprensión de mensajes publicitarios?

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Uno de los sistemas de comunicación del ser humano que le permite interactuar con los otros se encuentra materializado en el lenguaje oral como forma de realización natural del hombre, lo que conllevó a que la escuela no la tuviese en cuenta como un contenido esencial en el currículo de Lengua Castellana. Sumado a esto, su estudio no había podido realizarse de manera sistemática por su gran complejidad, solo recientemente con los avances tecnológicos se ha podido capturar la palabra y convertirla en objeto que se puede manipular, describir, analizar para su estudio Calsamiglia y Tusón (2007).

Sin embargo, no todas las manifestaciones comunicativas orales son naturales y requieren de una preparación y un aprendizaje que le permitan un buen desempeño social. Por ello, esta investigación aborda el concepto de argumentación oral en el ámbito de la vida escolar y la oralidad como género discursivo, promoviendo en los estudiantes la producción de discursos más elaborados y especializados a partir de un control sobre lo que dicen y cómo lo dicen de acuerdo al contexto comunicativo, teniendo en cuenta, además, la planificación progresiva del discurso y las estrategias para captar la atención de los oyentes Vilá, (2005); esto para que los estudiantes logren exponer un trabajo, narrar experiencias reales o historias ficticias, defender un punto de vista, contraargumentar una tesis en un debate, etc.

Esta cualificación de la argumentación oral integra la implementación de la actividad metaverbal como un proceso que promueve la reflexión y la cooperación de los sujetos en colectivo frente a una actividad verbal. Por lo tanto, esta investigación presenta como propuesta metodológica la implementación de una secuencia didáctica en la que se desarrollan los procesos argumentativos a partir del mensaje publicitario, tema de gran interés para los estudiantes, como se evidenció en las clases de lengua castellana y de artes y se corroboró en una encuesta.

La secuencia didáctica presenta como sustento la grabación en video de varias sesiones de clase, donde se observa cómo era la argumentación oral de los estudiantes al inicio de la misma y cómo a través de las acciones realizadas, el proceso mejoró en el manejo de relaciones en el aula de clase, la regulación que se alcanzó, la planificación y organización del discurso, así como la identificación de algunos elementos del mensaje publicitario.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

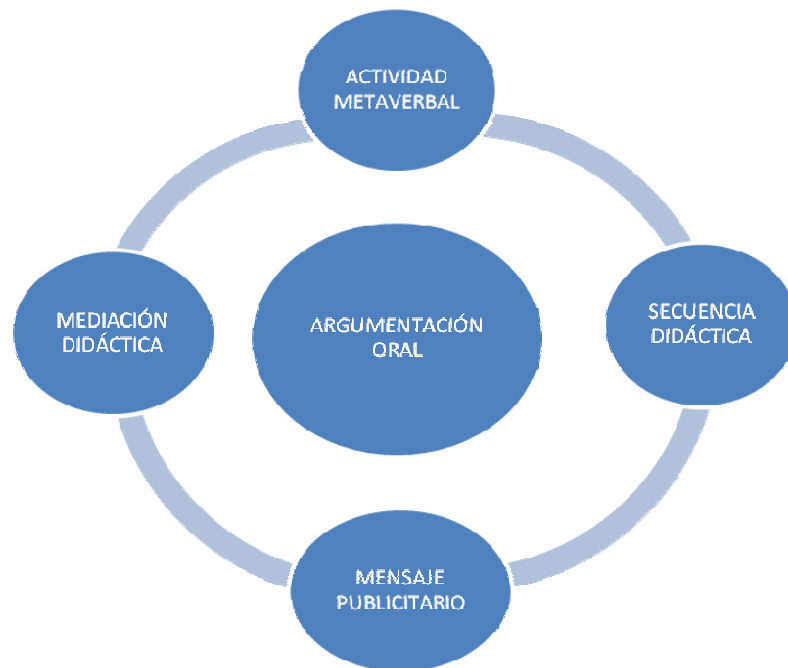
Analizar cómo la argumentación oral de un grupo de estudiantes de grado octavo del colegio Alfonso López Michelsen es mejorada a partir de las actividades metaverbales, teniendo como referente la comprensión de mensajes publicitarios.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Comparar los niveles de argumentación oral inicial y final de los estudiantes con el fin de evaluar el impacto de la secuencia didáctica desarrollada.
- Identificar los niveles de reflexión metaverbal emergentes que permiten mejorar la argumentación oral de los estudiantes.
- Contrastar los niveles de argumentación oral inicial y final de los estudiantes con el fin de reconocer la incidencia que tuvieron las reflexiones metaverbales en la mejora de ésta.
- Reflexionar sobre la incidencia que tiene el discurso docente en las diferentes actividades metaverbales presentadas por los estudiantes en el aula de clase.

#### 4. REFERENTES TEÓRICOS

En este capítulo se exponen los conceptos claves de la investigación. En primer lugar, la actividad metaverbal como eje articulador de la propuesta para evidenciar la cualificación de la argumentación oral. En segundo lugar, la mediación didáctica, compuesta por los tipos de relaciones e interacciones de los actores, maestro-estudiante y estudiante-estudiante en la secuencia didáctica, para indagar en qué medida dichas interacciones y relaciones promueven las actividades metaverbales. En tercer lugar, la argumentación oral como objeto de enseñanza, en el que se evidencian las características desde la oralidad, la argumentación y el género discursivo secundario, como un discurso que requiere mayor complejidad y planificación. En cuarto lugar, la secuencia didáctica como propuesta metodológica para la enseñanza de la argumentación oral. Por último el espacio de clase donde se trabaja el mensaje publicitario como el marco en el que se sitúa la argumentación oral.





#### 4.1 ACTIVIDAD METAVERBAL

La enseñanza de la lengua materna en las instituciones escolares ha estado caracterizada por prácticas mecánicas y descontextualizadas que han enmarcado a la lectura y la escritura en una serie de sin sentidos para los estudiantes. De la misma forma que ha olvidado el hablar y el escuchar en sus prácticas, por la dificultad de objetivar y evaluar las actividades de los alumnos.

Pérez, Abril M. (2005) afirma al respecto: “Hay un abismo que separa la práctica escolar de la práctica social de la lectura y la escritura lo que conlleva a prácticas no reales, en la medida que no está inscritas en prácticas sociales”.

Asimismo nos plantea, las nuevas propuestas de la didáctica de la lengua materna considerando que:

“Las prácticas de lectura y escritura académica escolar son prácticas sociales e institucionales, que hacen parte de una tradición y tienen un carácter situado en un tiempo y en un espacio. Es decir, son prácticas socioculturales que implica el dominio de ciertos géneros discursivos que le son propios, que a su vez varían en función de los diferentes grupos sociales”

De acuerdo a ello, Pérez, Abril (2005) propone un doble propósito de las prácticas de enseñanza en lengua materna:

“El primer propósito es el político-social que consiste en la inserción de los sujetos en prácticas socioculturales, enmarcado en un proyecto de formación de los sujetos para la participación de la vida ciudadana que no excluye las prácticas académicas. Este fin configura un objeto de enseñanza y aprendizaje referido a la identificación y análisis de prácticas socioculturales y prácticas socio discursivas académicas. El

segundo propósito se refiere a la apropiación/construcción por parte de los estudiantes, de conocimientos lingüísticos, textuales, semióticos y/o discursivos propios de los discursos y textos que se estudian, a propósito de las prácticas que son objeto de trabajo”.

En el marco de estos dos propósitos surge como proceso orientador la actividad metaverbal, un concepto que sirve como eje articulador de la secuencia didáctica planteada en esta investigación, tomando la actividad verbal como objeto de reflexión y verbalización con el fin de propiciar una cualificación de la argumentación oral en un grupo de estudiantes. Según (Dolz, J. 2000) puede ser considerada: “como una forma particular de la actividad verbal caracterizada por un distanciamiento y una objetivación del lenguaje a fin de adaptar el proceso peculiar a las actividades verbales”.

Este concepto en muchos autores tiende a confundirse con los conceptos de metalenguaje y metalingüística. Dolz (2000) al respecto establece una clara diferenciación:

“El concepto de metalenguaje, como el concepto de lenguaje, se refiere a la facultad de los seres humanos de elaborar discursos sobre el sistema de signos que utilizan para comunicarse. Además el concepto de metalenguaje y la terminología metalingüística aparecen generalmente entremezcladas con un conocimiento científico y técnico sobre los lenguajes, la escritura y la comunicación. La terminología metalingüística supone un sistema lexical técnico capaz de describir el lenguaje y las actividades verbales en el aula”

Mientras la actividad metaverbal desde el punto de vista psicológico proviene de la categoría actividad, expuesta por Leontiev, citado por Dolz, (2000) concebida como un modelo de comportamiento guiado por un motivo y de la categoría actividad verbal que actúa como mediación

social y materia, ordenando los intercambios en los seres humanos y su mundo, en un proceso de negociación continua, con las propiedades del contexto, siendo éstas una realización concreta de una producción oral o escrita.

En esa medida Dolz (2000) hace una mirada de la actividad metaverbal desde dos ángulos: La primera desde una perspectiva solipsista, se refiere “al sujeto reflexionando solo sobre el lenguaje y sus usos durante la actividad verbal donde aparecen actividades tales como la reflexión, el control conciente y la planificación, que conducen al sujeto sea conciente de sus propios procesos de uso lingüístico”.

La segunda, desde la perspectiva de la interacción: “la actividad metaverbal es una actividad colectiva realizada con elementos semióticos de cooperación observables (el sujeto dirige a otros, utilizando una forma discursiva y con la posible ayuda de otros apoyos semióticos).

Es decir, en palabras de Pérez, Abril (2005):

“Esta connotación de trabajo colectivo, de intercambio verbal colaborativo e intencional es un escenario propicio para la construcción de los conceptos sobre el texto y el discurso, que es una condición para el avance en la mejora de la producción y análisis de discurso y prácticas”

Desde esta configuración Dolz (2000) plantea tres elementos que hacen explícito las actividades metaverbales e intervienen en la apropiación de actividades verbales:

- El rol del docente como mediador.
- Las situaciones en que los alumnos colaboran entre sí.
- Los medios operativos utilizados por el docente y los alumnos.

De la misma forma, Dolz pone en observación la posible confusión de la actividad metaverbal con la actividad verbal, ya que esta es un subconjunto de la actividad verbal y busca a través de los discursos los rastros de distanciamiento y objetivación que son enmarcados desde la siguiente concepción:

“La actividad metaverbal se caracteriza por una interrupción de la actividad verbal y se hace evidente a través de un abrupto cambio de propósito. Puede ser reconocida a causa de sus funciones de regulación, evaluación, planificación o transmisión de una conducta verbal”. Para ello se definirá cada una:

Regulación: Halliday (1978) citado por Vilà (2005) considera que el lenguaje permite la introducción de los patrones de la cultura en cada niño, quien se socializa mientras aprende su lengua, principal medio de transmisión de los modelos de vida; mediante ella se adoptan modos de pensar y de actuar, creencias y valores de una cultura; y esto sucede de manera indirecta, por la experiencia acumulada de hechos cotidianos en los que se regula la conducta.

Planificación: Vilà (2004) nos habla de este concepto desde la oralidad, ya que a diferencia de la escritura la producción oral no es recursiva ni reversible. Cuando se habla no se puede ir hacia atrás ni cambiar algo, por esta razón la planificación en el aula frente a lo oral otorga recursividad y reversibilidad, mediante un proceso de reflexión metadiscursiva que repercute en el mejoramiento de la competencia oral.

Evaluación: Vilá (2005) es concebido como un proceso inherente al proceso de aprendizaje. Se debe disponer de instrumentos que faciliten la interacción y potencien la discusión sobre el contenido temático, discursivo, lingüístico, retórico y procedimental. La evaluación se fundamentará en los procesos que sigue cada estudiante, en los cambios

que el texto va experimentando y en los progresos que el estudiante va experimentando.

Estas funciones anteriormente mencionadas serán un punto transversal de análisis que atraviesa las categorías propias que intervienen en la apropiación del género seleccionado. En primer lugar serán definidas a nivel general, pero luego tendrán un carácter propio de acuerdo a la categoría en que subyacen.

#### **4.2 MEDIACIÓN DIDÁCTICA**

Esta categoría surge de los dos primeros elementos que hacen explícito las actividades metaverbales e intervienen en la apropiación de actividades verbales expuestos por Dolz (2000) como son el rol del docente como mediador y las situaciones en que los alumnos colaboran entre sí. En esta medida Brousseau concibe el contrato didáctico como el conjunto de comportamientos (específicos de los conocimientos enseñados) del maestro que son esperados por el alumno y el conjunto de comportamientos del alumno que son esperados por el maestro. En toda situación de enseñanza se establecen implícita o explícitamente un sistema de responsabilidades, lo que cada participante, el maestro y el alumno deben hacer frente a los otros. Aquí se establecen diferentes tipos de relaciones e interacciones de los diferentes actores, maestro-estudiante, estudiante maestro, y estudiante-estudiante que deben corresponder a unos niveles de responsabilidad y compromiso mutuos. Brousseau, G. (1981)

De igual manera, nos interesa la interacción del docente en el transcurso y desarrollo de la secuencia didáctica que muestre, en qué medida su actuación hizo que se produjera las actividades metaverbales, mejorarán los procesos de organización discursiva y de argumentación de los estudiantes. Teniendo en cuenta estos dos aspectos surge la mediación

didáctica, categoría que es analizada desde la dimensión interlocutiva expuesta por Calsamiglia y Tusón (2007), que permita analizar las diferentes posiciones que adopta cada interlocutor y el grado de control interactivo.

Esta dimensión tendrá en cuenta tres aspectos:

**Papeles comunicativos:** Se caracterizan por la reciprocidad de los agentes que intervienen en el proceso comunicativo (profesor – estudiante), el papel que cumple cada uno en la interacción del aula de clase.

**Capital verbal:** Tiene en cuenta el espacio interactivo ocupado, la manera de tomar la palabra y de pasar de un turno al siguiente.

**Modos de transición:** La forma como se producen las pausas en el discurso, el solapamiento o la interrupción frente a las intervenciones de otras personas, en este caso de la profesora con el fin de corregir, preguntar, sancionar etc.

## **4.3 ARGUMENTACIÓN ORAL**

### **4.3.1 La Oralidad**

En las diferentes esferas en que se desenvuelve el ser humano saber comunicarse es vital, no solo como individuo sino como ser social ya que le permite construir pensamiento, acceder al conocimiento, significar, resignificar el mundo a partir del establecimiento de nuevas relaciones consigo mismo y con los demás.

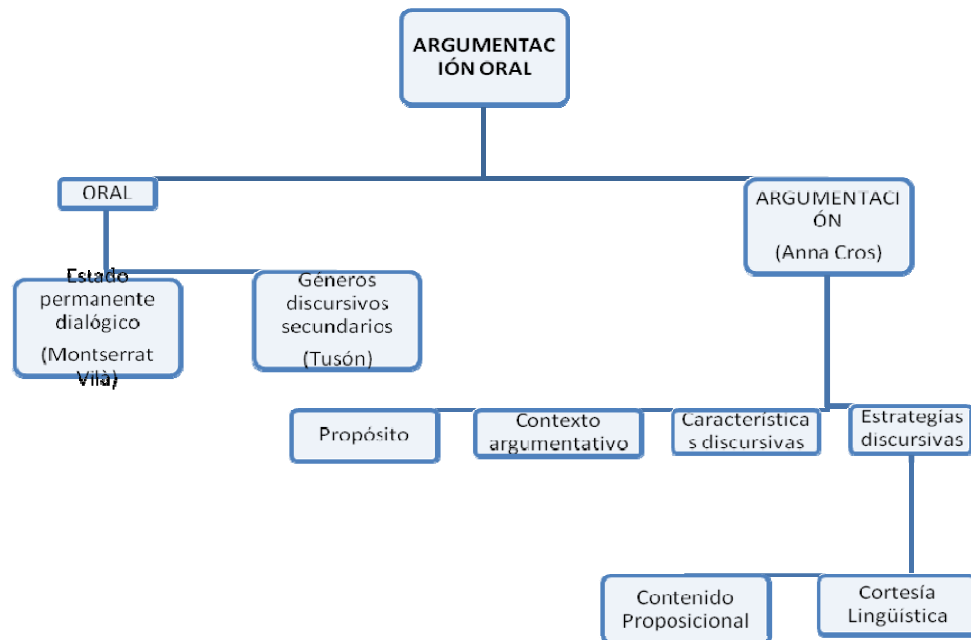
De acuerdo a ello, es vital que esta necesidad se evidencie en la escuela, donde actualmente se ha caracterizado por trabajar como punto central el desarrollo de las habilidades lingüísticas escritas, olvidando la oralidad, que ha venido identificándose con lo espontáneo, cotidiano e informal, que no necesita ser enseñado, pues se aprende de forma natural.

Al contrario de esta posición, se han dado presentado algunos aportes que han hecho repensar este ideal. En primer lugar, la Grecia Antigua que tenía como una de sus metas enseñar la oratoria y la retórica como formas adecuadas de convencer. En segundo lugar, la psicología y la pedagogía ponen de manifiesto la necesidad de que el aprendiz sea un sujeto activo dentro del proceso. Y por último, la lingüística (estructuralismo), que reconoce la importancia del estudio de la lengua oral.

Estos aportes muestran la necesidad que tiene el estudio de la lengua oral y la reflexión que se puede hacer sobre sus especificidades, condiciones y contenidos, para la configuración de secuencias didácticas en la escuela, que promuevan en los estudiantes la producción de discursos más elaborados y especializados, a partir de un control sobre lo que dicen, cómo lo dicen de acuerdo al contexto comunicativo, teniendo en cuenta además, la planificación progresiva del discurso y las estrategias para captar la atención de los oyentes. Vilà (2005)

Por lo tanto, la argumentación oral será vista desde la categoría de comunicación oral, enunciada por Roulet (1991) citado por Vilá (2005) que muestra a la comunicación oral en un estado permanente dialógico, es decir, se construye en cooperación, en negociación permanente, siendo una construcción conjunta en tiempo real de un contenido, de una situación y de una relación en interacción con el otro. Esta habilidad está relacionada directamente con la habilidad de escuchar, donde es

necesario brindar un espacio al otro, seguir un proceso de inferencia, selección y de construcción de interpretación, dando indicios de su escucha e interés.



Teniendo en cuenta que el uso lingüístico se da en contexto, es parte del contexto y crea contexto; se dan múltiples manifestaciones lingüísticas que es necesario observar y elaborar, por ello se aborda como unidad básica el Enunciado, entendido como el proceso concreto y tangible de un proceso de enunciación realizado por un enunciador y destinado a un enunciatario, que permite tener en cuenta que dicho enunciado no podrá ser entendido no sólo por el contexto en que se emite, sino, por el escenario en que este intercambio tiene lugar y por sus protagonistas.

Estos enunciados se combinan entre sí, para constituir textos que forman una unidad comunicativa, intencional y completa, que además de asociarse con un tiempo y un espacio, lo integra lo verbal y lo no verbal. Este conjunto de componentes se va disponiendo en cada ocasión de acuerdo a las prácticas sociales que va constituyendo en **géneros**



**discursivos** identificables por unas pautas y unas convenciones que los hablantes siguen según el evento comunicativo. Tusón (2007)

Tusón (2007) retoma una clasificación enunciada por Bajtin donde diferencia los géneros discursivos primarios de los secundarios. Los primeros aparecen en una comunicación inmediata, espontánea e informal; mientras que los secundarios son propios de las situaciones de comunicación más reflexivas y formales, que pueden adoptar algunos elementos de la escritura. Esto no quiere decir que sea una distinción inflexible, sino al contrario, se puede dar una reelaboración y transformación de los mismos; esta distinción es importante para Tusón, porque permite tener claridad sobre la didáctica de la oralidad, de la argumentación oral como un género discursivo secundario que requiere mayor complejidad y planificación.

#### **4.3.2 La argumentación**

La argumentación es una actividad verbal que se encuentra en diferentes ámbitos de nuestro entorno Van Eemeren (2006) plantea la argumentación como una actividad verbal, social y racional que apunta a convencer a un crítico razonable de la aceptabilidad de un punto de vista, adelantando una constelación de una o más proposiciones para justificar este punto de vista.

El propósito de la argumentación según Van Eemeren (2006) es siempre defender un punto de vista. Si este es positivo, la defensa consiste en la justificación de la proposición respecto de la cual aquel se refiere, si la argumentación es empleada para defender un punto de vista negativo, entonces se trata de la refutación de la proposición. La argumentación es, pues, siempre un intento de justificar o de refutar algo. Los enunciados que integran la argumentación están siempre relacionados con un cierto punto de vista. El primer paso hacia el reconocimiento de la

argumentación es identificar ese punto de vista. Cros, A. (2005) agrega a estos postulados, que la argumentación no parte de lo que es cierto o falso, sino de lo que pueda resultar más verosímil, teniendo en cuenta un destinatario que tiene un sistema de valores y creencias donde las conclusiones son refutables.

Es así como la argumentación es definida por Cros, A. (2005) como “una actividad discursiva que tiene una intencionalidad determinada que es influir sobre las creencias, los valores, las actitudes, los conocimientos , etc., de los destinatarios para modificarlos si es preciso, para que concuerden con los del emisor y para que se atenúe o se elimine una posible controversia, que se desarrolla a partir de unos mecanismos discursivos y lingüísticos característicos y de la utilización de una serie de estrategias también características, como el análisis del contexto en el que se produce, de los rasgos discursivos y lingüísticos a través de los cuales se manifiesta y de las técnicas que se utilizan para incidir en la opinión del destinatario”: Estos son los rasgos que permitirán describir y organizar los contenidos sobre argumentación oral.

#### **4.3.2.1. Contexto argumentativo**

La existencia del contexto argumentativo la define una situación de controversia, donde existen opiniones divergentes sobre una cuestión o cuando es necesario ganar y mantener la adhesión de un público a un punto de vista y evitar la discrepancia, en diferentes situaciones y características que tenga el auditorio y la eficacia de los argumentos del enunciador para adecuarse a este, es decir, hacerse una representación de los conocimientos, los valores que poseen para luego establecer unas previsiones en cuanto a objeciones que puedan presentarse, puntos de acuerdo que pueda encontrar, la apelación a otras voces para dar mayor autoridad a sus opiniones.

#### 4.3.2.2. Características discursivas

La característica discursiva, es considerada como la estructura textual y lógica de la argumentación, la cual se basa en que ésta puede suceder en cualquier situación y de diversas formas: como hablar de discurso argumentativo y de argumentación en el discurso, o la existencia de argumentación en otros géneros. Aunque esto suceda no hay un acuerdo en que la argumentación sea un tipo de texto, con una estructura y unos rasgos característicos, pero existe en el discurso clásico retórico una estructura tripartita que consiste en:

- Introducción: presentar el tema e intentar crear una disposición favorable en el receptor.
- Desarrollo: articular la exposición y la justificación con argumentos que defiendan la tesis y la refutación de los argumentos contrarios.
- Conclusión: realiza una síntesis o refuerzo de lo que se ha dicho y de lo que se defiende y a partir de ello, las partes evalúan la extensión que alcanzó la resolución de la diferencia de opinión y a favor de quien.

Cros (2005) a su vez afirma que estas estructuras no tienen un orden lineal y que se pueden hacer cambios de orden progresivo o regresivo, donde las premisas que apoyan pueden ser deductivas o inductivas.

#### 4.3.2.3 Estrategias discursivas

Como lo menciona Cros, A. (2005) la argumentación se desarrolla por una serie de estrategias con la intención de persuadir. Para ello ponen a disposición unos procedimientos que aseguran la coherencia y la cohesión del discurso, las cuales deben ser inferidos por los interlocutores de acuerdo a sus conocimientos lingüísticos y socioculturales y la intencionalidad argumentativa.

Se establece de acuerdo al contenido proposicional y la cortesía Lingüística:

- Contenido proposicional del discurso

Se articulan a partir de los tipos de argumentos los cuales sirven para llevar a los destinatarios a aceptar dichos razonamientos. Estos argumentos parten de premisas verosímiles que se construyen desde lo deductivo o inductivo.

En este caso se parte de la clasificación que hace Perelman y Olbrecht \_ Tyteca, citados por Cros A. (2005) a partir de tres clases:

- Argumentos casi lógicos: Tienen relaciones similares con los que se producen en los sistemas lógicos y matemáticos, los cuales son a priori, donde no se tiene como base la experiencia; entre ellos están los argumentos de incompatibilidad, de transitividad, de relaciones lógicas, de igualdad, de diferencia, etc.

Esta tipología no se desarrolló en la secuencia porque se tenía una visión más dialógica, con la pretensión de propiciar estrategias en el ámbito de lo verosímil y no de lo verdadero.

- Argumentos basados en la estructura de la realidad: se establece una relación de dependencia entre los juicios aceptados y los que se quieren hacer aceptar, tomando en cuenta la experiencia y las relaciones entre las cosas. Entre ellos están:

Tipos de argumentación	Concepto	Ejemplos
De causa y consecuencia	Se trata de describir una situación visible o invisible previendo las razones y las consecuencias que pueda tener	Me parece que las prisiones deberían ser eliminadas y que las personas convictas deberían ser obligadas a trabajar para compensar a la sociedad y a las personas que han sufrido por sus acciones. Sostengo esto por una variedad de razones. Primero, las

		prisiones no rehabilitan. Segundo, hacen a los prisioneros más resentidos y los condicionan para cometer más crímenes. Tercero, las prisiones educan a los prisioneros en métodos más sofisticados de delinquir.
De autoridad	Se cita a una persona que es una autoridad en la materia y que con sus palabras apoya la tesis. Puede ser un libro o la Historia.	“como ha señalado el Ministro...”.
De modelo	la imagen o palabras de un personaje bien valorado socialmente	Bam Bam Zamorano lo afirma...”.
Del beneficio	Se enuncia algunas consecuencias favorables	Si se deciden por esta campaña, lograrán posicionar su productos, elevar las ventas

- Argumentos destinados a fundamentar la estructura de la realidad: se construyen a partir de razonamientos basados en la inducción de un hecho concreto que se puede generalizar, no se toma como base lo real, sino, que se crea a partir del establecimiento de relaciones entre ellos.

<b>Tipos de argumentación</b>	<b>Concepto</b>	<b>Ejemplos</b>
De analogía: Metáfora Comparación Ejemplo	se establece una semejanza entre dos conceptos, seres o cosas diferentes y se deduce que lo que es válido para uno es válido para el otro	“las vasijas encontradas en este sector son similares en figura y materiales a los empleados en esta otra, por lo tanto, pertenecen a la misma cultura

Se encuentra la existencia de otros argumentos que no están dentro de la clasificación anterior, pero que han sido contemplados en otros ámbitos.

- Argumentos afectivos: se dirigen a los sentimientos del auditorio, especialmente sus dudas, deseos y temores, con el fin de conmover y provocar una reacción de simpatía o rechazo.

Ejemplo:” en una campaña para recolectar dinero para combatir una enfermedad, se puede aludir a que nadie está libre de padecerla”.

Tipos de argumentación	Concepto	Ejemplos
Argumentos por lo concreto: 3.Confianza del emisor: Ejemplo:” Yo, compañeros, defiende sus derechos”.	Se emplean ejemplos familiares a los oyentes, porque les afectan directamente.	Ejemplo:” como padres, todos sabemos lo que cuesta criar a un hijo”.
Argumento slogan:	Se trata de una frase hecha, un tópico o palabra que se repite constantemente y resume el tema o simplemente invita al receptor a creer en lo que se expone.	“Poderoso caballero es don Dinero”. (Pertenece a un poema de Quevedo).
Fetichismo de masas:”.	Se sustenta en la idea de que la mayoría elige lo correcto o está en la opinión acertada.	Ejemplo: “todos tus amigos lo prefieren, úsalo tú también
Uso de prejuicios:		Ejemplo: “si vas mal vestido eres un vago”.
Recurso a la tradición:	La idea expuesta se apoya en máxima, proverbios y refranes conservados por la tradición, y cuyo valor de verdad se acepta sin discusión.	Ejemplo: “El fin justifica los medios”.

Por último, se encuentran las falacias argumentativas que consisten en utilizar falsos razonamientos con apariencia de correcto, basados en la ambigüedad o actúan sobre las emociones y los afectos de la persona. Entre ellos están:

Tipos de falacia	Concepto	Ejemplos
Ataque y descalificación personal	Razonamiento que, <b>en vez de presentar razones</b> adecuadas para rebatir una determinada posición o	Ejemplo: "Los ecologistas dicen que consumimos demasiado energía; pero no hagas caso porque los ecologistas siempre exageran".

	conclusión, <b>se ataca o desacredita la persona</b> que la defiende	
El recurso de la misericordia	se pretende que se acepte una argumentación apelando a la piedad	Un caso extremo, es la argumentación de una persona, quien había asesinado a sus padres e intentaba acudir a la piedad del jurado por ser "huérfano".
Falsa autoridad	Se comete esta falacia cuando para validar un argumento, se citan palabras de una autoridad, pero que posee relevancia en otro campo.	Si se alude a la opinión de Jorge L. <u>Borges</u> en <u>materia informática</u> para validar un argumento.
Argumentos demagógicos	Razonamiento o discurso en el que <b>se omiten las razones adecuadas</b> y se exponen <b>razones no vinculadas</b> con la conclusión pero que se sabe serán aceptadas por el auditorio, <b>despertando sentimientos y emociones</b> . Es una argumentación demagógica o seductora	<i>"Tenemos que prohibir que venga gente de fuera. ¿Qué harán nuestros hijos si los extranjeros los roban el trabajo y el pan?"</i>
Argumentos basados en el poder	Recibe este nombre la argumentación compuesta por enunciados que aluden a <u>medios</u> de coacción; dichos enunciados son formulados a efectos de fundamentar la conclusión que se pretende hacer aceptar	<i>"No vengas a trabajar a la tienda con éste piercing; recuerda que quién paga, manda".</i>
Falsa causalidad	Razonamiento que a partir de la <b>coincidencia entre</b>	<i>"El cáncer de pulmón se presenta (frecuentemente) en personas que fuman cigarrillos; por lo tanto, fumar cigarrillos es la</i>

	<b>dos fenómenos</b> se establece, sin suficiente base, una relación causal: <b>el primero es la causa y el segundo, el efecto</b>	<i>causa de este cáncer"</i>
Metáforas y comparaciones que no se relacionan con la tesis	Se establecen ejemplos, comparaciones que no tiene relación con la tesis o no tienen la suficiente validez	Según la estadística presentada en televisión donde los jóvenes en su 75% no estudian, es por ello que debemos cambiar de rectora para que esto se pueda resolver

De acuerdo a ello, la argumentación puede ser, según Van Eemeren (2006) de mayor o menor complejidad, dependiendo del número de argumentos únicos y la relación entre estos. La argumentación puede ser simple o compleja

- ✓ La argumentación más simple consiste en un único argumento de un punto de vista.
- ✓ La argumentación múltiple consiste en más de una alternativa de defensa del mismo punto de vista.
- ✓ La argumentación coordinada, varios argumentos juntos forman la defensa del punto de vista
- ✓ Argumentación subordinada, con argumentos que apoyan otros argumentos

Por otro lado la cortesía lingüística, como estrategia que regula la interacción, permitiendo salvaguardar la imagen del emisor y no agredir al destinatario en una situación controvertida, donde se debe mantener una situación de cooperación favoreciendo formas de acuerdo que permitan conducir sin tensiones una situación argumentativa.



#### 4.4 ANUNCIO PUBLICITARIO

Su origen se podría remontar a los inicios de nuestra civilización, pero fue en el siglo XIX cuando empezó a cobrar verdadero auge. Su desarrollo es paralelo a la industrialización y a la evolución de los medios de comunicación. Hacia mediados de siglo se crearon las primeras cadenas de tiendas para la venta de productos. Cada fabricante quiso demostrar que su producto era el mejor y para ello tuvo que darle una identificación – una marca – a su artículo. Por otra parte, a finales de siglo, la prensa adquiere un notable auge gracias a la creciente alfabetización y escolarización de las grandes masas; la publicidad ocupaba muchas páginas en los periódicos. En ellos y en las revistas, los fabricantes encontraron un importante medio de difusión de sus productos. A principios del siglo XX la publicidad se va extendiendo.

El cartel anunciando un producto adquiere importancia. También los transportes anunciando un producto se convierten en medios móviles de publicidad, al igual que el cine. Entre los años 20 y 40 es la radio la reina de la publicidad donde se escuchaban con el mismo placer los programas y los anuncios. Pero la verdadera revolución se produjo en los años 50/60 con la llegada de la televisión. Por primera vez se unían la imagen y el sonido, el resultado fue asombroso, ya que la combinación de luz, movimiento y sonido atrae la atención, y produce estímulos internos que impulsan a la acción, y que determinan una **pulsión escópica**. Asimismo se evidencia la televisión como el medio que tiene mayor impacto en una gran cantidad de audiencia, instalándose en el centro familiar y en la vida cotidiana de las personas.

De esta forma surge como producto propio de la televisión el spot o anuncio publicitario, definido como una pieza única y compacta, que combina texto lingüístico con imágenes que incitan a la compra de un determinado artículo, realizar acciones encaminadas hacia el consumo o para influir sobre el comportamiento del receptor.

Es así como el fin de la publicidad es doble, el primero es lograr informar al receptor sobre algo e impulsar al receptor a que actúe en el sentido que se sugiere el anuncio publicitario. Para ello, cumple con las características de originalidad (innovación, creatividad), brevedad (mantiene la atención del receptor, sin cansarlo, siendo conciso) y sugerencia o estrategia (no informa objetivamente sobre las características de un producto, sino lo rodea de connotaciones positivas como el éxito, prestigio, masculinidad, etc., Castelló, E. (2002).

El destinatario del mensaje publicitario, se concibe como un potencial consumidor que adquiere los productos para satisfacer necesidades, por ello es necesario que exista una necesidad estimulada y que tales estímulos encajen con sus opiniones y creencias. Por ello la comunicación publicitaria debe ser abordada y analizada desde varios puntos de vista. La primera es el conocimiento de las características sociales del grupo destinatario, sus necesidades, valores, creencias, actitudes, etc. y la representación de los mismos en el contenido del mensaje publicitario son premisas vitales para la consecución de los **objetivos publicitarios**. Lo que es lo mismo, “lograr la sintonía con el público objetivo”. De tal forma, la esencia de la publicidad consiste en “saber determinar quienes son las personas a que se debe dirigir cada uno de los anuncios y obrar en consecuencia, emitiendo mensajes comprensibles, significativos, estimulantes, e insertados en los medios adecuados.” Ayala, A. Remedios y Hernández, M. (2003)

Se distinguen cuatro grandes grupos de funciones del mensaje publicitario:

- Función informativa: dan a conocer determinados datos. La existencia de un producto, marca, puntos de distribución, modificación de los precios, etc.

- Función económica: potencia y activa el consumo de productos al crear en el individuo una necesidad que satisfará mediante la compra, considerada como un acto agradable.
- Función estereotipadora: pretenden crear y difundir de forma masiva opiniones, juicios de valor, gustos, ideales y actitudes en el público.
- Función desproblematizadora: al presentar un mundo divertido, lúdico, fascinante, en el que la mayoría de los productos se consumen en momentos de ocio.

Para conseguir la finalidad básica del anuncio, éste se refuerza con diferentes mecanismos de seducción: cuanto más deseable sea el mensaje, más se detendrá en él el consumidor potencial. Este objetivo de la seducción se busca, normalmente, a través de la imagen. Para ello se debe tener en cuenta una serie de elementos que contribuyen a “seducir” a los posibles compradores del producto como:

Los anuncios suelen presentar cuerpos y objetos deseables.

- Los gestos de los actores pretenden expresar el goce absoluto que se presupone viene derivado de la posesión del objeto anunciado.
- El producto anunciado se ofrece como deseable mediante su presentación en primer plano, con una anormal densidad cromática y en muchas ocasiones con la abstracción del fondo y el emplazamiento en el centro del recuadro.
- El espacio es cada vez menos realista y se construye con la única función de procurar el goce de la mirada del receptor.
- A través de la imagen se interpela permanentemente al destinatario junto con formas verbales exhortativas.

Pero para conseguir las finalidades de persuadir y seducir al consumidor potencial, los textos publicitarios recurren en muchas ocasiones a la manipulación, inventando, ocultando o deformando la información los cuales pueden ser:

- Se omiten datos que podrían ser de interés para los consumidores.
- Se hace creer en la existencia de cosas que no existen: objetos (un regalo por la compra de un producto), propiedades, peligros (que la compra del producto remediaría), testimonios (que alguien afirme algo falso de un producto).
- Se deforma la información utilizando falacias:
  - Exagerando.
  - Minimizando.
  - Disimulación o publicidad encubierta dentro de otros espacios no específicamente publicitarios

Teniendo en cuenta que el mensaje publicitario se concibe como entidad de comunicación estructurada, desde el punto de vista del sistema de la lengua, así como por reglas semánticas y pragmáticas, para ser puestas en uso en una situación comunicativa de interacción entre emisor y destinatario, van Dijk, (1998) citado por Peña, G. (2007). En el análisis del mensaje publicitario se tiene cuenta sus elementos internos y externos; expuestos por Marques, Pere (2000). (Ver anexo 1)

**Análisis objetivo:** proporciona una descripción detallada del audiovisual. Actúa sobre los aspectos denotativos, todo lo que se puede observar en él mensaje: identificación del medio donde aparece. Descripción del producto: características, destinatarios, precio. Descripción objetiva de las imágenes: objetos, personajes, escenarios. Características de las imágenes. Aspectos sintácticos: encuadre, centros de interés, tipo de planos, angulación, profundidad de campo, ritmo, movimientos, tiempo. Elementos simples de las imágenes: puntos, líneas, formas, luces, colores. Texto (escrito y verbal): contenido, tipo de letras, situación del texto, tiempo y personas verbales. Música y efectos

**Análisis subjetivo:** se refiere a la interpretación del mensaje y depende de factores ajenos a la propia imagen. Actúa sobre aspectos

connotativos, lo que la imagen sugiere: impacto, presentación del producto, cualidades que se destacan. Estrategia comunicativa y persuasiva, convence razonablemente o seduce. Función que realiza el texto (escrito y verbal): expresión básica del mensaje, refuerzo del mensaje que presenta la imagen. Función de la música y los efectos. Público al que se dirige: sexo, nivel social, nivel cultural, edad, ideología. Valores que transmite, éxito, belleza, etc.

De estos elementos no todos fueron trabajados con los estudiantes por su grado de complejidad y por tiempo. Solamente se analizaron los concernientes a los elementos externos que se encuentran dentro del análisis objetivo, a considerar:

**Campaña publicitaria:** Es la forma como los publicistas dan a conocer un producto o servicio después de haber realizado un estudio de mercado y conocer el público objetivo.

**Piezas de campaña:** Son piezas gráficas visuales que trabajan en conjunto y hacen parte de una campaña publicitaria.

**Cartel o afiche:** Pieza publicitaria de carácter visual, por medio del cual se promocionan productos o servicios; son bastante sugestivos y tienen un gran impacto en el público.

**Logotipo:** es un símbolo que identifica una marca. Puede estar conformado por letra, imagen o los dos combinados y que representan una marca. Es sencillo y fácil de recordar.

**Eslogan:** es una frase corta y concisa que apoya y refuerza una marca, generalmente resaltando alguna característica o valor de la misma. Es de fácil recordación.

**Imagen:** Es una forma de comunicación gráfica visual, que brinda información total o parcial de un producto y generalmente está formado por una composición.

**Marca:** nombre de la empresa o producto que se promociona.

**Planos:** Está relacionado con el enfoque que se le da a la imagen dependiendo del interés del publicista. Encontramos primeros planos, planos generales, planos sucesivos, en picada y contra picada.

**Tipografía:** Se refiere a los tipos de letras que se encuentran en diferentes escenarios y que en publicidad cumplen una función importante, ya que permite ampliar la información sobre un producto o servicio

Estos elementos fueron reconocidos en diferentes tipos de mensajes publicitarios en carteles, como una de las piezas comunicativas de mayor acceso para los estudiantes, que es además la reproducción de la información publicitaria vista por televisión.

#### **4.5 SECUENCIA DIDÁCTICA,**

La secuencia didáctica es entendida según Camps, Ana citada por Vilà, (2005) como una estructura de acciones e interacciones relacionadas entre sí, intencionales, que se organizan para alcanzar algún aprendizaje”. Esta secuencia no debe ser entendida como instrumento, sino, como una organización de acciones de enseñanza, no lineal, orientadas al aprendizaje, a las características de la interacción, los discursos y materiales, donde se reivindicuen propósitos, condiciones de inicio, desarrollo y cierre, proceso y resultados.

Las secuencia didácticas como propuestas metodológicas han sido implementadas para la enseñanza de la lengua de donde se deriva el trabajo por tareas para la enseñanza en general, Vilà i Santasusana, (2005 -118). Esto ha desencadenado el trabajo por proyectos y resulta pertinente para la enseñanza del discurso oral, requiriendo la coordinación y la integración de distintos objetivos y de contenidos que le den sentido y los hagan significativos para los estudiantes. Hay algunos

autores que han realizado algunos intentos de trabajos por tareas y proyectos y proponen la programación en unidades amplias llamadas secuencias didácticas. Entre ellos están Camps, Vilà, Dolz, entre otros, al respecto Dolz (2000) define: “las secuencias didácticas consisten en pequeños ciclos de enseñanza y de aprendizaje formados por un conjunto de actividades articuladas y orientadas a una finalidad, es decir a la producción de un texto oral o escrito”.

Las características que debe tener una secuencia didáctica según Vilà, (2005) son:

- Pequeño ciclo de enseñanza y aprendizaje orientado a una finalidad y articulado en forma de secuencia temporal.
- Los objetivos son concretos, limitados y compartidos con el alumnado
- Los procedimientos lingüísticos constituyen el eje de la secuencia. Se centran en el uso de la lengua y la reflexión sobre el uso.
- Incorpora las cuatro habilidades lingüísticas (hablar, escuchar, leer, escribir) aunque se priorice en una de ellas.
- Las actividades se planifican desde una perspectiva bilateral: la función del emisor y de los receptores.
- Integra los distintos tipos de evaluación: evaluación inicial, formativa y sumativa.
- Prevé el uso de parrillas o pautas de observación o valoración tanto durante el proceso de planificación del discurso como para la producción final.
- Tiene una duración de 6 a 10 horas de clase.

Por lo tanto con la implementación de esta secuencia didáctica se pretende dar un paso significativo en la experimentación de actividades y en la reflexión teórica sobre el tratamiento de la oralidad en el aula; realizando un trabajo interdisciplinario con un mismo objetivo.

## 5. METODOLOGÍA

### 5.1 DISEÑO METODOLÓGICO

Este proyecto se basa en la investigación acción participativa un enfoque de la investigación cualitativa, ya que por un lado plantea hacer comprensible más claramente el mundo social, sus problemas diarios e inmediatos, con el objetivo de mejorar la calidad dentro de ella a partir de la autorreflexión emprendida por los participantes, desde sus propias prácticas, su comprensión y las situaciones que se llevan a cabo.

De esta forma se tienen en cuenta los siguientes aspectos expuestos por James McKernan (1999):

- Definición de un problema que se desea mejorar. En este caso es el bajo nivel de argumentación oral que poseen los estudiantes del grado octavo. Para su mejor definición, se realizará un diagnóstico con el fin de encontrar el nivel de argumentación que tienen los estudiantes actualmente, por medio de debates grabados en video para su respectivo análisis
- Especificar un plan de acción que incluya el examen de hipótesis para la aplicación de la acción del problema. diseñar y aplicar una secuencia didáctica, basadas en las actividades metaverbales como acción e hipótesis principal, utilizando grabaciones de video que permitan observar y retroalimentar el proceso de argumentación de los estudiantes.
- Emprender una evaluación para comprobar y establecer la efectividad de la acción tomada. Con las grabaciones se hará el análisis sobre el impacto que tuvo la secuencia, las reflexiones metaverbales que emergen en cada uno de los momentos y el mejoramiento de la argumentación oral de los estudiantes.



- Reflexión y explicación por parte de los participantes sobre los progresos presentados, comunicando los resultados a la comunidad de investigadores de la acción, hacer la evaluación y redactar las conclusiones.

Por otro lado, se considera de tipo cualitativo por cuanto busca comprender la realidad a partir de las conductas y actitudes que guían el comportamiento de los individuos en un contexto específico. Como bien afirma Bonilla, E. y Rodríguez, P. (1997:40) “la principal característica de la investigación cualitativa es su interés por captar la realidad a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada”.

Por lo tanto, la investigación cualitativa estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. Es un método de investigación basados en principios teóricos tales como la interacción social, lo cual requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan., busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo se tomó una decisión.

#### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA

Fraenkel y Wallen (1996) presentan cinco características básicas que describen las particularidades de este tipo de estudio.

1. El ambiente natural y el contexto en que se da el asunto o problema, es la fuente directa y primaria y la labor del investigador constituye ser el instrumento clave en la investigación.
2. La recolección de los datos es principalmente verbal.
3. Los investigadores enfatizan tanto los procesos como lo resultados.
4. El análisis de los datos se da más de modo inductivo.

5. Es muy importante saber cómo piensan los sujetos en una investigación y que significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

Durante el proceso investigativo algunas particularidades que se deben considerar: Fraenkel y Wallen (1996)

- Identificación del problema a investigar: no estricto a unas variables específicas, el mismo problema o asunto se reformula a medida que se lleva la investigación en sus inicios.
- Identificación de los participantes: generalmente es una muestra seleccionada, no aleatoria, ya que el investigador procura por una muestra que concierne más a los propósitos específicos de la investigación.
- La formulación de hipótesis: contrario a los estudios cuantitativos, las hipótesis no se formulan al inicio de la investigación, sino más bien que surgen a medida que se lleva a cabo la investigación. Las mismas pueden ser modificadas, o surgen nuevas o descartadas en el proceso.
- La colección de los datos: no se someten a análisis estadísticos o que los mismos se manipulen como en los estudios experimentales. Los datos no se recogen al final al administrar instrumentos, sino que se van recogiendo durante el proceso que es continuo durante toda la investigación.
- El análisis de los datos: es fundamentalmente de síntesis e integración de la información que se obtiene de diversos instrumentos y medios de observación. Prepondera más un análisis descriptivo coherente que pretende lograr una interpretación minuciosa y detallada del asunto o problema de investigación.

- Conclusiones: se derivan o se infieren continuamente durante el proceso. Contrario a los estudios de índole cuantitativas que resultan al final de la investigación, en el estudio cualitativo se reformulan a medida que se vaya interpretando los datos.

## **5.2 POBLACIÓN**

La población con la cual se realizó el trabajo de investigación presenta las siguientes características: Un grupo de estudiantes de grado octavo del colegio Alfonso López Michelsen Jornada mañana, sus edades oscilan entre los 12 y 16 años. El grupo está conformado por 40 estudiantes; 28 niñas y 12 niños, que pertenecen a un nivel socioeconómico 2. La mayoría de los estudiantes viven cerca del colegio en la ciudadela el Recreo, proyecto de vivienda organizado arquitectónicamente, que cuenta con espacios para recreación y deportes

La Institución Educativa Distrital Alfonso López Michelsen se encuentra ubicada en la localidad 7ª de Bosa, es uno de los mega colegios de Bogotá inscrito en la política pública de colegios para la excelencia, fue creado por la Secretaría de Educación de Bogotá mediante resolución 4601 del 16 de noviembre de 2007, que le concedió licencia de funcionamiento para prestar el servicio educativo en los niveles de preescolar, básica y media académica. Su inauguración fue en diciembre de 2007, este colegio se construyó en el marco del Plan de desarrollo “Bogotá sin indiferencia, un compromiso social contra la pobreza y la exclusión” del Alcalde Luis Eduardo Garzón y del Plan sectorial de Educación “Bogotá una Gran escuela” liderado por Abel Rodríguez Secretario de Educación.

Para entender la vida institucional del Colegio Alfonso López Michelsen, es necesario referirse a la institución educativa La Libertad de la cual formó inicialmente parte el colegio recibiendo las siguientes denominaciones:

- ✓ Colegio la Libertad sede C, en el año 2006, funcionando en casetas prefabricadas para los grados 1° a 9° el preescolar cumplió sus labores en unas instalaciones comunales en el barrio el Recreo.
- ✓ Colegio Portal del Sol, en el año 2007, hasta el mes de septiembre, funcionando en las aulas nuevas entregadas por los arquitectos de la SED, dependiendo administrativamente del Colegio Carlos Pizarro León Gómez inaugurado a finales de junio del 2007
- ✓ Colegio Alfonso López Michelsen, en honor al doctor Alfonso López Michelsen. En el 2008, se da a conocer ya con su nombre definitivo, y es en este mismo año funciona con su planta física completa.

## **6. ESTRUCTURA DEL PROYECTO DIDÁCTICO**

El proyecto didáctico se compone de dos partes: la primera, es la intervención didáctica que se hace a partir de su génesis y de los ejes que la estructuran. La segunda, consiste en la evaluación que permite contrastar la argumentación inicial y final para evidenciar el impacto de la secuencia didáctica y de la actividad metaverbal.

### **6.1 INTERVENCIÓN DIDÁCTICA**

La intervención didáctica tiene como hilo conductor la actividad metaverbal que toma la actividad verbal como objeto de reflexión y verbalización en un contexto de cooperación, con el fin de propiciar una cualificación de la argumentación oral en un grupo de estudiantes.

Pérez, Abril (2005) siguiendo a Dolz hace referencia a este proceso:

“Esta connotación de trabajo colectivo, de intercambio verbal colaborativo e intencional es un escenario propicio para la construcción de los conceptos sobre el texto y el discurso, que es una condición para el avance en la mejora de la producción y análisis de discurso y prácticas”

De acuerdo a ello se propone una secuencia didáctica la cual está transversalizada por tres ejes:

**DIAGNÓSTICO:** Se consideran dos momentos

En el primero, surge el tema del mensaje publicitario planteado en la clase de artes y lengua castellana, que provoca un interés en los estudiantes por querer conocer y profundizar un poco más acerca sobre el; esto, complementado con una encuesta hecha a los estudiantes sobre el impacto del mensaje publicitario en los jóvenes; (Ver anexo 1) lo cual reafirmó que es un tema pertinente para este trabajo.

El segundo momento, es un punto de referencia de cómo inician los estudiantes en los procesos de reflexión y argumentación oral para luego contrastarlos y poder evidenciar el impacto de la secuencia didáctica. Para ello se realizaron dos sesiones: la primera consistió en la propuesta de un debate de dos comerciales, donde el grupo se dividió en dos y cada grupo debía defender una postura de lo negativo y el otro de lo positivo en los mensajes publicitarios. Allí se observó, cómo fueron los procesos de organización y negociación del discurso en grupo, que luego fueron llevados a la clase.

La segunda sesión consistió en un diálogo acerca de los dos mensajes publicitarios previamente vistos, que evidenció los conocimientos que ellos tenían acerca de este tema y los posibles temas que se podían trabajar en la secuencia didáctica.

**REFLEXIÓN:** Consiste en momentos de habla reflexiva en un contexto de colaboración Dolz (2000) en cuanto a su desempeño en las diferentes actividades planteadas. Para ello se usó el video como formas de hacer miradas sobre lo realizado y poder generar más conciencia sobre elementos que les permitan mejorar en próximas intervenciones sobre lo que va a decir y sobre lo que está diciendo. Este proceso estuvo presente en toda la secuencia didáctica de acuerdo a las actividades planteadas, aunque explícitamente se usó como propuesta metodológica así:

- Observar en el video el desempeño de cada uno de los participantes, en el diálogo realizado sobre mensaje publicitario.
- Observar en su desempeño, la planificación, defensa y contraargumentación de la situación planteada en el juego de roles.

**NUTRICIÓN Y PRODUCCIÓN:** Se consideró necesario plantear actividades de explicación, de exposición, de juego de roles, etc., que permita a los estudiantes conocer elementos y características de la

publicidad y de la argumentación, que los lleve a tener más criterios en los procesos de reflexión, planeación y argumentación y puedan pasar de un discurso oral espontáneo a un discurso oral un poco más formal. El proceso se realizó de la siguiente manera:

1. Explicaciones por parte del docente de los elementos de la comunicación y del mensaje publicitario a nivel externo e interno a partir de la exposición en diapositivas de carteles publicitarios.
2. Exposiciones de carteles publicitarios con los elementos vistos en sesiones anteriores.
3. Elaboración de carteles para un concurso “Piezas comunicativas de derechos Humanos” donde se aplicarían los elementos del mensaje publicitario y las condiciones de impacto.
4. Escogencia de seis carteles que fueron repartidos en los diferentes grupos conformados para la organización de una exposición usando una lista de conectores lógicos y unas pautas dadas por la docente.
5. Explicación de los conceptos de falacia y algunos tipos de argumentos por parte de la docente
6. Realización de un juego de roles por parte de un grupo de estudiantes
7. Identificación de tipos de argumentos y falacias usados en el juego de roles por medio de una ficha de seguimiento
8. Elaboración de un mensaje publicitario por cada grupo para presentarlo en clase y escoger las dos mejores propuestas.
9. A partir de ello escoge cada grupo uno y elabora la defensa a partir de todos los elementos vistos.

## 6.2 DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA DIDÁCTICA

La secuencia didáctica se desarrolló, del 1 de agosto a 3 de Diciembre de 2008, en el transcurso de la misma hubo necesidad de realizar algunas variaciones por las condiciones del contexto, de recursos, de tiempos, etc. Para ello se muestra lo planeado, lo realizado y las respectivas observaciones

FECHA SESIONES	ACTIVIDAD GENERAL	PLANEADO	DESARROLLADO	OBSERVACIONES
<p style="text-align: center;"><b>Agosto 1 - Sesión 1 Video No. 1</b></p>	<p>Diagnóstico (Organización de un debate con base en dos comerciales de tv)</p>	<p>Mostrar dos videos de comerciales previamente seleccionados- 5'</p> <p>Dividir el grupo en dos, asignándole a uno mirar los aspectos positivos y al otro los aspectos negativos de los comerciales.</p> <p>Cada grupo discutirá y buscará sus argumentos - 15'</p> <p>El primer grupo expone sus argumentos y luego el otro hará lo propio. Cada grupo tiene un tiempo de 10'</p> <p>Se dará un espacio para la contra argumentación, alternando la participación de los grupos - 10'</p>	<p>La actividad se desarrolló según lo planeado.</p> <p>Hubo variación en los tiempos ya que les era difícil escucharse y organizarse.</p>	<p>El espacio en el cual se realizó la actividad no fue el adecuado ya que por la gran cantidad de estudiantes había mucha interferencia entre uno y otro grupo.</p> <p>También se tuvo dificultad en cuanto a iluminación del recinto y la resolución de imagen de la cámara, lo que no permitió tener una buena grabación.</p> <p>Estos aspectos nos hace tomar las siguientes decisiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cambiar de espacio y de cámara.</li> <li>2. Realizar una nueva grabación de diagnóstico pero enfocado a evidenciar el análisis previo de los estudiantes frente a los mensajes publicitarios.</li> </ol>



<p style="text-align: center;"><b>Agosto 15 - Sesión 2</b> <b>Video No. 2</b></p>	<p>Diagnóstico (Análisis del mensaje publicitario)</p>	<p>Diálogo guiado de los diferentes elementos de los mensajes publicitarios.</p>	<p>Hubo la necesidad de hacer un recuento de los mensajes publicitarios ya que en la anterior sesión no asistieron algunos estudiantes.</p>	<p>El cambio de espacio mejoró la atención de los estudiantes.</p> <p>Se evidenció mayor participación de los estudiantes.</p> <p>Persiste la no escucha de muchos estudiantes y la atención en otras actividades.</p> <p>Las sesiones 1 y 2 al comienzo no estuvieron contempladas dentro de la planeación de la secuencia didáctica, ya que sólo fueron planteadas como diagnóstico para la planeación de la secuencia. Pero luego de un análisis con la tutora se decidió que es parte fundamental de la misma y nos permitirá establecer comparaciones en el análisis.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Agosto 29 - Sesión 3</b> <b>video No. 3</b></p>	<p>Observación de la sesión anterior en video  (Reflexión metaverbal)</p>	<p>Mostrar el video de la sesión anterior.</p> <p>Realizar la discusión frente a lo visto.</p>	<p>Se realizó una introducción sobre el tema de argumentación oral y algunos requisitos por parte de la profesora para guiar la discusión y que no desviara a un solo punto.</p> <p>Se desarrollaron los puntos planeados</p> <p>La discusión permitió generar unos acuerdos al interior del grupo con respecto al trabajo que se estaba realizando.</p>	<p>Hubo mayor receptividad en la actividad,</p> <p>Se notó el interés en ver su desempeño de cada uno y del grupo. De igual forma se percibió risa provocada por pena, nervios, sorpresa, etc.</p>

<p><b>Septiembre 12 - Sesión 4</b> <b>Sin video</b></p>	<p>Explicación de elementos de la comunicación</p>	<p>Mostrar diapositivas de carteles donde se explique e identifique los elementos de la comunicación.</p> <p>Diferenciar en ellos los signos, clases de signo y las partes de un signo</p> <p>Identificar los elementos constitutivos del producto como (marca, slogan, logotipo)</p>	<p>Se dio la explicación sobre el cartel y sus elementos con la identificación de varios de ellos.</p> <p>La actividad se realizó según lo planeado</p>	<p>El tema es de interés para los estudiantes por lo cual se notó atención tanto a la explicación como al trabajo de identificación</p> <p>El trabajo estuvo asesorado todo el tiempo respondiendo a inquietudes de los grupos y despejando dudas.</p>
<p><b>Septiembre 26 - Sesión 5</b> <b>Sin video</b></p>	<p>Explicación y análisis de elementos morfológicos (estructura narrativa, planos, encuadres, movimiento)</p>	<p>Mostrar diapositivas de carteles donde se expliquen los elementos morfológicos</p> <p>Identificar los elementos explicados en otros medios (diapositivas, revistas, carteles)</p>	<p>La actividad se realizó según lo planeado</p>	<p>Trabajar con video permite desarrollar en los estudiantes mayor atención frente a la actividad.</p> <p>En el análisis de cada cartel hubo necesidad de demorarse un poco para que quedarán claros los conceptos</p>
<p><b>Octubre 3- Sesión 6</b> <b>Sin video</b></p>	<p>Continuación de elementos morfológicos (color, contraste, tratamiento lingüístico, escenario, texto escrito, tipos de letra, música y efectos sonoros)</p>	<p>Sugerir algunos temas a los cuales debían elaborar el slogan y viceversa entregar un slogan para que ellos identifiquen el producto. Explicar el significado de los colores al igual que la tipografía. Elaborar slogans y logotipo en relación con colores y tipografía según el mensaje que se quiera transmitir.</p>	<p>Después de esta actividad, los estudiantes crean y sustituyen en diferentes mensajes las imágenes, eslóganes y temas, para valorar la importancia semántica que adquieren estos elementos dentro del mensaje.</p>	<p>Esta actividad se había planeado para unas sesiones más adelante pero se determinó que era pertinente aquí para que tuvieran una mayor comprensión de estos elementos con lo semántico.</p>

<p><b>Octubre 17 - Sesión 7</b> Sin video</p>	<p>Estructura interna del mensaje publicitario relacionado con la sugerencia (impacto del anuncio, presentación del producto, público al que se dirige, valores y estereotipos )</p>	<p>Analizar el impacto que tienen el mensaje publicitario, teniendo en cuenta sus elementos externos, lo que sugieren, intencionalidad a quien va dirigido, en varios carteles escogidos en clase.</p>	<p>La actividad se hizo como estaba planeada</p> <p>Para realizar este análisis se entregó una ficha que fue trabajada por grupos quienes discutieron sobre los elementos a analizar y decidieron cual era la mejor opción. Sus apreciaciones las consignaron en el cuaderno.</p>	<p>Hubo necesidad de hacer seguimiento a los diferentes grupos para explicitar los diferentes elementos. Pero se notó receptividad frente a la actividad la cual generó muchas preguntas que fueron resueltas en el transcurso de la clase.</p>
<p><b>Octubre 29 - Sesión 8</b> video No. 4</p>	<p>Análisis y exposición de mensaje publicitario</p>	<p>Seleccionar un mensaje publicitario donde deben identificar los elementos enseñados.</p> <p>Exponer el análisis hecho por cada grupo.</p> <p>Valorar por los demás compañeros la pertinencia del análisis hecho</p>	<p>La actividad se realizó como estaba planeada.</p>	<p>Las personas que expusieron comenzaron haciendo el análisis según lo planeado en su grupo pero al final de la explicación se notó más su opinión personal y no la del grupo.</p>
<p><b>Noviembre 5 - Sesión 9</b> Sin video</p>	<p>Elaboración de un cartel publicitario con un tema definido</p>	<p>Plantear una situación donde los estudiantes participen en el concurso "Piezas Comunicativas" para elaborar un cartel con el tema de los "Derechos Humanos", de manera individual teniendo en cuenta los elementos internos y externos del mensaje publicitario.</p>	<p>La planeación y el diseño del cartel fueron hechos en clase, pero el cartel como tal fue terminado en casa.</p>	<p>Hubo la necesidad de continuar con la orientación con respecto a algunos elementos que se necesitaban para la elaboración del cartel.</p>

<p style="text-align: center;"><b>Noviembre 13 - Sesión 10</b> ñVideos No. 5</p>	<p>Planeación de exposición argumentativa del cartel</p> <p>Primera parte</p>	<p>Elegir los carteles más creativos en grupo.</p> <p>Planear una exposición para el resto de grupo donde se tenga en cuenta los parámetros de la situación comunicativa (tiempo, conocimientos de los destinatarios, etc.) la selección de ideas principales y secundarias; además pensar en una introducción y una conclusión que serán organizadas mediante un esquema.</p> <p>Escoger algunos esquemas que serán valorados por todos en pro del mejoramiento de la presentación de su producto.</p> <p>Escribir una parte de su exposición utilizando una lista de conectores que les permitirá ampliar y organizar mejor su texto.</p>	<p>La elección de los carteles se hizo con todo el curso, escogiendo seis, los cuales fueron asignados a cada grupo.</p> <p>Se hizo una explicación de la estructura de una exposición y se entregó una ficha con el esquema de una planeación, acompañada de una lista de conectores lógicos. (este tema se había trabajado en bimestres anteriores)</p> <p>Cada grupo discutió los argumentos que se iban a utilizar y elaboró su escrito utilizando la lista de conectores y la ficha entregada.</p>	<p>Esta actividad se realizó en un primer momento y se continuó en la siguiente sesión.</p> <p>el objetivo final se llevó a cabo que era elaborar un escrito teniendo en cuenta una buena planeación, con un orden y una organización .</p>
--	---	---	---	---

<p style="text-align: center;"><b>Noviembre 14 - Sesión 11</b>  <b>^çVideos No. 6</b></p>	<p>Planeación de exposición argumentativa del cartel</p> <p>Segunda parte</p>	<p>Revisión del texto escrito con otros grupos para hacer sugerencias</p> <p>Escoger algunos grupos para que lean el primer texto, luego hablar acerca de sus sugerencias y el por qué de ellas.</p> <p>Leer el texto con los cambios planteados.</p> <p>Finalmente realizar la exposición que será valorada por un grupo de estudiantes que harán el papel de la empresa que va a escoger la propuesta más creativa.</p>	<p>Se intercambiaron los textos con otros grupos quienes les hicieron aportes.</p> <p>Cada grupo reescribió su texto y eligió dos personas de cada grupo para exponer su cartel y convencer a la empresa (jurado) publicitaria.</p> <p>El jurado era el encargado de escuchar las exposiciones y verificar la validez de los argumentos por medio de una ficha previamente entregada. Al final entregaron al grupo sus apreciaciones con sus respectivas explicaciones</p> <p>Finalmente cada grupo nombró una persona que contraargumentó los argumentos dados por el jurado.</p>	<p>No se tuvieron en cuenta algunos pasos de revisión y de lectura por el tiempo y por la disposición del grupo</p> <p>Al finalizar la actividad, la sensación que quedó en los diferentes grupos con respecto a las apreciaciones del jurado sobre la exposición de cada grupo no fue satisfactoria, aunque compartieron la decisión del grupo ganador</p> <p>En general la actividad cumplió su objetivo.</p>
---	---	---	--	---

<p style="text-align: center;"><b>Noviembre 20 - Sesión 12</b> <b>Video No. 7</b></p>		<p>Entregar a los estudiantes una situación que será estudiada y planeada para su respectiva representación.</p> <p>Realizar el juego de roles frente al grupo.</p> <p>Identificar los argumentos y las falacias utilizadas en el juego de roles.</p> <p>Escuchar a los estudiantes que participaron en el juego de roles.</p>	<p>Explicación de clases de argumentos con ejemplos y ficha de apoyo.</p> <p>Entrega de fichas (clases de argumentos y falacias) a todos los estudiantes.</p> <p>Entrega de situación a representar únicamente a los estudiantes elegidos, los cuales discutieron y planearon la representación con los argumentos que utilizarían frente al grupo</p> <p>Se hizo identificación de clases de argumento y falacias utilizadas en la representación por medio de la ficha entregada</p>	<p>La representación del juego de roles no se dio como se esperaba y se tornó repetitiva en el uso de argumentos, lo cual limitó la respectiva identificación.</p> <p>A pesar de la explicación y de la ficha los estudiantes no lograban clarificar los tipos de argumentos. Sin embargo se logró comprender la diferencia entre argumento y falacia.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Noviembre 27 - Sesión 13</b> <b>Video No. 8 y 9</b></p>	<p>Debate</p>	<p>Dividir el grupo en posturas opuestas (con base en el juego de roles).</p> <p>Escribir o pensar diferentes argumentos por parte de cada integrante que servirán de apoyo para la organización del discurso argumentativo a partir de un esquema.</p> <p>Elegir un representante por grupo quien hará la defensa de su postura.</p> <p>Identificar posibles falacias que pueden ser contra argumentadas.</p> <p>Elaborar los argumentos y justificaciones que les permitan hacer la contraargumentación, los cuales se expondrán por turnos.</p>	<p>Explicación por parte de la profesora de esquema de la argumentación y de organización de argumentos y contraargumentos teniendo en cuenta el destinatario.</p> <p>La división del grupo se hizo por género y luego se realizó el resto de la actividad según lo planeado.</p>	<p>En el momento de exponer sus argumentos el grupo de las niñas se vio organizado, mientras que los niños se afanaron en atacar y no expusieron lo planeado.</p>

<p style="text-align: center;"><b>Diciembre 01 - Sesión 14</b> <b>Video No. 10</b></p>	<p>Reflexión metaverbal</p>	<p>Observar en los videos anteriores como fue la realización del debate, la utilización de argumentos y contraargumentos además y realizar los comentarios haciendo una reflexión sobre estos hechos.</p>	<p>La actividad se realizó según lo planeado</p>	<p>Para los estudiantes volver a verse fue nuevamente motivo de sorpresa, porque aunque anteriormente ya se había hecho la reflexión sobre sus actuaciones, se dieron cuenta que todavía se mantenían algunas cosas que no hacían posible que el debate se llevara de la mejor manera. Reconocieron sus errores y los de sus compañeros y adoptaron una actitud de cambio.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Diciembre 02</b> <b>Sesión 15 - sin video</b></p>	<p>Producción de video</p>	<p>Por grupos elegir un producto o servicio, sobre el cual harán una planeación de los diferentes recursos y estrategias publicitarias que usarán.</p> <p>Previamente a la grabación realizar diferentes ensayos con video que luego observarán para hacer las respectivas mejoras y ser grabado el video.</p> <p>Presentar el video (Con una previa planeación) al resto de compañeros para que ellos hagan una valoración argumentativa del trabajo realizado.</p>	<p>La planeación se realizó por grupos de la cual se obtuvo una producción</p>	<p>Es de aclarar que esta propuesta se había hecho en el mes de Noviembre y que el día de hoy debían presentar los ensayos, Los ensayos programados y grabados en video no fueron posibles por la falta de cámara de video por parte de los estudiantes y del colegio; por lo tanto las sugerencias y mejoras que se querían hacer no se pudieron realizar.</p> <p>De la misma forma algunas producciones no fueron presentadas en video sino empleando otros programas más asequibles para ellos</p>

<p style="text-align: center;"><b>Diciembre 03 - Sesión 15</b> <b>Video No. 11</b></p>	<p>Defensa de la mejor propuesta publicitaria</p>	<p>Exposición de dos mensajes publicitarios realizado por el grupo, elegidos previamente por ellos mismos, del total de propuestas presentadas</p>	<p>La actividad se realizó según lo planeado</p>	<p>Se observó una apropiación del trabajo, tal vez porque era la producción del grupo. Se notó organización y planeación de las personas que expusieron y atención, respeto y escucha por parte del resto del grupo. Se observa un gran avance frente a los trabajos presentados anteriormente.</p>
--	---	--	--	---

### **6.3 ESTRUCTURA DE LAS SESIONES GRABADAS EN VIDEO Y PRIMEROS RESULTADOS DESCRIPTIVOS**

En este apartado se presenta la estructura de las actividades realizadas en cada video y los resultados obtenidos, para realizar un análisis basado en la observación sistemática de los estudiantes seleccionados.

Video 1 sesión 1

Tema: Primer debate

FECHA: 1 de agosto de 2008

#### **Objetivo**

Determinar el nivel de argumentación que tienen los estudiantes de grado octavo del colegio Alfonso López Michelsen Jornada mañana, frente a los mensajes publicitarios presentados en televisión, antes de la aplicación de secuencia didáctica.

#### **Materiales**

Cámara de video

Video Beam

Videos

DVD



## **Desarrollo de la actividad**

1. Se hace una introducción a la actividad, enunciando el tema y los objetivos. Luego de ello se hace la presentación de dos comerciales, uno de DESODORANTE AXE, en el cual se hace una comparación del desodorante con el chocolate, según el slogan "Tan irresistible como el chocolate"; y otro de DAVIVIENDA con el niño que es interrogado por su madre en cuanto al rendimiento académico en el colegio y él contesta como si estuviera en un contexto futbolístico. Con el Slogan "estas en el lugar equivocado". Esta actividad se repite varias veces para que exista más fijación en algunos detalles de los comerciales.

## **Resultados**

Los estudiantes recordaron inmediatamente el eslogan, la música, las imágenes y el producto al ver los mensajes publicitarios, acompañados de risas y comentarios sobre otros mensajes que hablaban del mismo producto.

"ese es bueno"

"ay si yo ya lo había visto"

"se acuerda el del pescado de Axe"

2. el curso se divide en dos grupos, los cuales deben discutir y buscar unos argumentos para defender lo positivo y lo negativo de los mensajes publicitarios, teniendo en cuenta las ideas de todos los participantes.

## **Resultados**

Cada grupo queda integrado aproximadamente de 22 estudiantes donde surge una persona líder que toma en sus manos la organización del grupo. En cada grupo se muestra las dificultades que tiene el líder para la actividad por la falta de escucha, poca participación e interés de muchos estudiantes en el cual se evidencian diferencian tres grupos. Uno es de los observadores que tal vez querían participar pero no se atrevían,

aunque estuvieron atentos, los otros que fueron apáticos al trabajo y se dedicaron a otras actividades y por último los participantes que se limitaron a dar ideas sin tener en cuenta lo previamente dicho y los turnos de palabra que trataba de organizar el líder. Esto ocasiona que el tiempo dado se acaba y no se organice lo que se va a decir.

3. Cada grupo expone los argumentos dados durante la discusión en grupo. Al tiempo el grupo contrario escucha los argumentos dados para las posibles contraargumentaciones.

### **Resultados**

Teniendo en cuenta la organización, la persona líder es quien expone los argumentos, donde se evidencia más su opinión y no la del grupo.

ANSELMO: Bueno lo que yo digo ahí es que se quiere lograr es que busquemos un banco mejor...

De la misma forma no hay claridad en el propósito de la tesis que se defiende ni realiza una conclusión que permita reafirmar su propósito.

ANSELMO: El primer comercial es que nosotros como el primer comercial se dio es como algo positivo es como hacer que el antitranspirante para el uso de nosotros para nuestra higiene. El segundo comercial no está muy positivo porque...

PROFESORA: solo debes hablar de aspectos positivos

ANSELMO: ¿solo de aspectos positivos?

En el grupo contrario en su mayoría se dedican a hacer otras actividades que provocan desorden y poca escucha. Por lo tanto hubo poca contraargumentación de un grupo a otro.

PROFESORA: frente a eso ¿qué pueden decir sobre lo que acaba de decir Anselmo? ¿Están de acuerdo con lo positivo?

YOULIN: creo que le faltó decir más cosas positivas

La argumentación de los estudiantes presenta un nivel básico, muchos repiten lo dicho por otros compañeros, sin tener un criterio propio o claridad en lo que se quieren expresar, hay poca profundidad en sus cuestionamientos, elementos como argumentación sustentada y contraargumentación no se vio de manera definida.

Según lo visto en el desarrollo del taller, se observa que hace falta trabajar mucho la parte de análisis y contenido de los anuncios publicitarios, ya que los estudiantes se fijan mucho en lo superficial, las imágenes, la música, los modelos, el producto, pero no se cuestionan sobre la intencionalidad, el mensaje y otros elementos que hacen parte de la publicidad.

En el análisis que se hizo se consideró, que los resultados pudieron estar influenciados por las condiciones del espacio, la poca iluminación para la cantidad de estudiantes que estaban presentes en cada grupo de discusión, que provocando interferencia entre uno y otro grupo.

Video 2 sesión 2

Tema: Diagnóstico en cuanto al mensaje publicitario

FECHA: agosto 15 de 2008

### **Objetivo**

Determinar los conocimientos que tienen los estudiantes en cuanto al mensaje publicitario antes de la aplicación de secuencia didáctica.

### **Materiales**

Cámara de video

Video Beam

Videos

DVD

## **Desarrollo de la actividad**

1. Se realizó un diálogo acerca de los diferentes elementos externos e internos del mensaje publicitario, el cual fue dirigido por la docente, teniendo en cuenta el análisis del contenido (información verbal, visual y auditiva), los objetivos de la publicidad, valores y a quien va dirigido a partir de preguntas orientadoras

## **Resultados**

Teniendo en cuenta los resultados de la sesión anterior, se dispuso un espacio diferente lo cual mejoró las condiciones de iluminación y de interferencia. El diálogo se inicia con preguntas donde existe la libertad de participar. Nuevamente se observa los tres grupos de estudiantes. Los participantes quienes se regularon más en la toma de palabra, tal vez por la forma de organización en el espacio (se encontraban en un auditorio viendo hacia el frente donde estaba la docente) y la escucha. El segundo grupo que no participa, pero que respeta la palabra del otro. Y finalmente el tercero donde se encuentran los poco interesados en el tema y se dedica a otras actividades. Esto lo perciben también los estudiantes cuando afirman:

Hasbleidy: "pues que que muchos de nosotros participaran pero otros no se quedaron callados y los que no se quedaban callados estaban haciendo otra cosa"

Transcripción 3

De igual forma, se percibe en algunos estudiantes interés en la actividad, la cual muchos la encontraron más agradable, de cambio y de compañerismo.

Carlos Murillo- "Pues a mí me parece que fue bueno porque a la vez que cambiamos de rutina no siempre estar escribiendo a la vez aprendíamos y estamos más relajados y no tenemos que estar escribiendo" Transcripción 3

En cuanto al tema, hubo la necesidad de recordar los comerciales ya que algunos estudiantes no habían asistido la sesión pasada. Hablaron

de los elementos más evidentes en cuanto a la imagen, el mensaje, algunos recursos usados en la publicidad y el objetivo principal de promover la compra.

### Mensaje

Lina: "Que que pues la demostración del chocolate pues ahí si sería que digamos pues cuando uno ve el chocolate no se resiste las ganas de comérselo si? entonces pues será lo mismo con la loción no se resiste las ganas de irse ahí detrás de ellos." Transcripción 2

### Elementos que utilizan

Profesora: "Ok bueno entonces ese sería como la idea que nos presentan en ese en ese mensaje publicitario que elementos utilizan eh los publicistas para que nosotros veamos ese mensaje utilizan que figuras

Jessica: El hombre" Transcripción 2

### Recursos (uso de cosas irreales y reales en un mismo plano)

DIEGO: "Pues más o menos porque a veces las propagandas mienten entonces puede que sea mentira puede que sea verdad (ruido)" Transcripción 2

### Uno de los propósitos

DIANA: "Eso es pura competencia"

### Video 3 sesión 3

Tema: Primera mirada

FECHA: agosto 29 de 2008

### Objetivo

Realizar una primera mirada en grupo del desempeño de cada uno, de sus compañeros y en general del grupo en cuanto a la actitud y su discurso.

## **Materiales**

Cámara de video

Videos

TV

DVD

Desarrollo de la actividad

1. La docente hizo una pequeña introducción sobre el tema de argumentación, de algunos requisitos que se necesitaban en la argumentación oral. Luego de ello se mostró el video número 1 a todo el grupo para que ellos a partir de allí se vieran y analizaran en cuanto su actuación y la de los demás.

## **Resultados**

Se notó el interés en ver su desempeño de cada uno y del grupo, lo cual hizo que hubiese un gran silencio y un rostro de expectativa de cómo se podían ver. De igual forma se percibió risa provocada por pena, nervios, sorpresa, etc.

## **Desarrollo de la actividad**

Se realizó una discusión sobre lo visto en el video en cuanto a unas preguntas por parte de la docente y algunas intervenciones en cuanto a lo requerido en algunos aspectos. Se hicieron diferentes reflexiones sobre las condiciones, las actitudes, lo percibido, etc.

Condiciones

JOSE NEISA: tener orden

JOSE NEISA: para poder comunicarse con los otros y poder tener ideas claras

Beneficios de la actividad

JESSICA: el video también nos va a ayudar pues para saber que palabras a ver que estamos diciendo o sea

## Actitudes

JHON FREDDY: lo hacían enredar a uno es que uno iba a opinar por lo menos empezaban a hablar y ah ah ah y así y eso provocaba el desorden

En el capítulo siguiente se harán más explícitas las reflexiones metaverbales que se dieron.

## Video 4 sesión 8

Tema: Análisis y exposición de mensaje publicitario

FECHA: Octubre 29 de 2008

### **Objetivo**

Realizar una exposición de un cartel publicitario teniendo como base lo comprendido en las anteriores sesiones en cuanto a los elementos del mensaje publicitario.

### **Materiales**

Revistas

Hojas blancas

Cámara de video

### **Desarrollo de la actividad**

1. Se organizaron grupos de 6 y 7 personas para seleccionar un mensaje publicitario que les llame la atención, para identificar los elementos enseñados (elementos de la comunicación y del mensaje publicitario a nivel externo). Luego cada grupo nombró un representante que debía exponer las conclusiones a que habían llegado.

Se conformaron seis grupos que se organizaron libremente y escogieron cada uno su cartel, donde empezaron a ver los apuntes para recordar. De los seis pasaron a exponer cuatro. El primero expuso sobre una crema antiarrugas, el segundo sobre el celular Sony Ericson, el tercero sobre seguros Colpatria y el cuarto sobre el desodorante Axe.

## Resultados

En la exposición se desarrollaron aspectos en cuanto al mensaje que se quería presentar, los elementos utilizados (imagen, letras,) el mensaje y los signos. Ya algunos hablaban con propiedad de algunos términos propios del mensaje publicitario y otros aún los confundían.

### Apropiación de Términos

LEIDY: “El cartel que elegimos fue el de Colpatria Seguros pues aquí o sea el el signo que utilizaron fue pues el carro que se estrelló y pues la señora que esta aquí ella antes era joven y se iba a casar pero pues como el carro se estrelló nadie la vino a auxiliar porque no tenía seguro entonces se volvió vieja y pues no se pudo casar”

### Confusión de términos

LINA: “el significante es que al tener el celular va a tener más aceptación en la sociedad el mensaje es que si uno quiere ser quiere ser más importante en una sociedad debe tenerlo yyy los elementos de comunicación son que el emisor utiliza colores fuertes llamativos para que las personas se fijen más rápido en él y pues con la tecnología como es el último modelo casi todos lo quieren tener y hacen lo posible para tenerlo alguien tiene alguna pregunta

Hubo grupos que expusieron al comienzo según lo planeado en su grupo, pero al final de la explicación se notó más su opinión personal y no la del grupo.

“LINA: ...el mensaje es que si uno quiere ser quiere ser más importante en una sociedad debe tenerlo yyy los elementos de comunicación son que el emisor utiliza colores fuertes llamativos para que las personas se fijen más rápido en él y pues con la tecnología como es el último modelo casi todos lo quieren tener y hacen lo posible para tenerlo”



En las exposiciones la profesora tuvo que intervenir a partir de preguntas para guiar la discusión en varios aspectos del análisis que no fueron tenidos en cuenta.

LEIDY: Pues los elementos fueron el carro y la señora porque el carro fue el que se estrelló y la señora que está así (gesto imitando el gesto de la señora) se volvió vieja.

PROFE: Para quienes está pensado este mensaje

LEIDY: Para las personas que

PROFE: Que características tendría ese tipo de mensaje

LEIDY: Para las personas que utilizan automóvil que tienen carro

### **Desarrollo de la actividad**

2. Después de cada exposición, el resto de compañeros debían valorar por los demás la pertinencia del análisis hecho

### **Resultados**

Existieron preguntas por parte de los compañeros más hacia el mensaje de cada cartel y los argumentos interpretativos que ellos planearon y dejaron atrás los otros elementos.

LINA: Pues yo quería hacer decir algo sobre lo que dijo Yeny que si creían en el olor pues digamos yo como mujer a veces uno siente atracción por los perfumes que utilizan los hombres uno digamos dice uy que ese perfume tan rico pero digamos hay algunos que son pachuli de 10.000 pesos pachuli pero entonces digamos el axe el axe ese axe si de verdad huele a rico es de no no huele a chocolate pero (voces ininteligibles) (Voz: No tiene que ser necesariamente chocolate)

PROFE: Bueno listo eehh Anselmo me estaba pidiendo desde hace rato la palabra

ANSELMO: Ahora tengo la palabra bueno eehh pues John Freddy yo voy a hacer como un un digamos si usted en una época cierta época no tuviera novias y estuviera así bien asado mejor dicho estuviera en su época de no tener novias usted utilizaría utilizaría ese producto con confianza o lo duda dudaría

Video 5 sesión 10

Tema: Planeando un discurso para convencer

FECHA: Noviembre 13 de 2008

### **Objetivo**

Realizar un discurso argumentativo de un cartel publicitario hecho por sus compañeros para ser escogido como la mejor campaña para el concurso de "Piezas Comunicativas en Derechos Humanos"

### **Materiales**

Carteles escogidos

Hojas blancas

Esferos

Cámara de video

### **Desarrollo de la actividad**

1. Se hizo una explicación de la estructura de una exposición y se entregó una ficha con el esquema de una planeación, acompañada de una lista de conectores lógicos. (Este tema se había trabajado en bimestres anteriores) y de los elementos vistos anteriormente de publicidad. Luego de ello cada grupo discutió los argumentos que se iban a utilizar y elaboró su escrito.

### **Resultados**

Se notó interés por la actividad y el reto de ser escogido por un grupo causó mayor expectativa. Había en cada grupo participación de la mayoría de los integrantes, mayor regulación en los turnos de palabra. Se muestra además la participación de los grupos de niñas y niños que se les dificulta hablar en público.

NEISA: Bueno que hacemos

PAULA MARTÍNEZ: La crítica

LADY GONZALES: no mentiras el eslogan y logotipo

PAULA MARTÍNEZ: Pues el eslogan es aprender es avanzar

LILIANA: No así /el logotipo es este/este es el eslogan y este el logotipo (a ja)

LADY GONZALES: Entonces hay que escribir esto ahí entonces tú escribes eso  
(voces ininteligibles)

PAULA MARTÍNEZ: Ya está el eslogan y el logotipo

NIÑA: Ya escribo

De la misma forma, tenían claro cual es la intención de la actividad y crearon argumentos que pudieran impactar al jurado

LINA: Para seguir estudiando uno puede estudiar y trabajar al tiempo

ANSELMO: Por eso te digo es lo mismo solo que tu le metiste más palabras  
(risas)

LINA: o sea usted dijo el sentimiento toca meterle el sentimiento de culpa o sea  
(aaahh)

LINA: Si por que uno dice vea nosotros tenemos muchos privilegios y los del campo no se ve nosotros tenemos que hacer tener el sentido de culpa

Se muestran procesos de negociación a partir de la complementariedad y de la contraposición de ideas en el grupo

INGRID: Toca hacerlo en una hoja cierto miren niñas el logotipo viene siendo la D y la L porque tiene derecho a la libertad

LAURA: No pero ese no es el estereotipo ese es el eslogan (por eso) Por eso  
(risas)

HASBLEIDY: El estereotipo viene siendo este (señala)

JESSICA: Campanita por que es severo cuerpazo está así o sea

LAURA: No no esa no es la idea lo que pasa mi idea es hacer una hada eeh fue que ese es un ser humano si me entiende tiene alas las alas significan la libertad

Video 6 sesión 11

Tema: Planeando un discurso para convencer (continuación de la actividad anterior)

FECHA: Noviembre 14 de 2008

## **Objetivo**

Realizar un discurso argumentativo de un cartel publicitario hecho por sus compañeros para ser escogido como la mejor campaña para el concurso de “Piezas Comunicativas en Derechos Humanos” en un contexto de corrección y cooperativismo

## **Materiales**

Carteles escogidos

Hojas blancas

Esferos

Cámara de video

## **Desarrollo de la actividad**

1. Cada grupo intercambió los textos con otros grupos quienes les hicieron aportes. De acuerdo a ello se mejoró el texto y se eligió dos personas de cada grupo para exponer su cartel y convencer a la empresa (jurado) publicitaria. Finalmente pasaron las dos personas elegidas de cada grupo para presentar su discurso argumentativo.

## **Resultados**

Las correcciones que se hicieron fueron más hacia complementar elementos de la publicidad, como el logotipo, el eslogan, explicación de los colores y de la imagen. Se notó en la exposición de cada uno de los grupos una presentación, algunas más completas que otras.

MURILLO: Buenos días queridos jueces eeh compañeros eh pues nosotros eh pues queremos mostrar eh un cartel que queremos promocionar si eeh este cartel aquí eh expresa nuestros derechos

ANSELMO: Mi grupo Milton Alex y Yenny los representantes del grupo somos Lina y yo eeh les venimos a de a mostrar o sea a dar a conocer eeh una cosa que pasa aquí frecuentemente en Colombia eeeh la discriminación con los niños que no pueden estudiar por falta de recursos

En cuanto a los argumentos creados se nota ya un uso de los conocimientos de publicidad y sus interpretaciones para convencer al jurado

MURILLO:...una ventaja que yo le veo al cartel es que no se enfoca en un solo derecho se enfoca en cuatro eh la razón el eslogan es una lucha por lo tuyo por que por tuyo por que cada uno tiene derecho de de o sea cada uno tiene sus derechos si entonces o sea nosotros queremos como justificar que o sea que luchen por ellos si eh que más en el cartel se puede identificar o sea eh que está que está tiene dibujado con que el país con esta bandera por que porque o sea nosotros queremos que que que todo el país reaccione si que no sea solo una persona eh que más.

Algunos de los argumentos tenían relación con lo que se veía en el cartel pero otros no lo tenían, sino eran más argumentos creados fuera del cartel.

JHON FREDY: Haber porque la esta esta banderita paz Colombia y aquí está o sea La paz Colombia también es un derecho también pues es un derecho no? Todos tenemos derecho a la paz y en Colombia no hay casi tanta paz sino casi todo es una guerra absurda entonces hay que tener un derecho nuestro derecho es la paz

LINA: Bueno primero ustedes que que pueden notar en esta imagen por favor opinen

ELIANA: Como una azafata

LADY J: Como una persona preguntándose algo

LINA: Si pero como se encuentra la persona (Voz: triste) O sea es una persona confundida una persona triste es una persona que que se está imaginando en un colegio en unos materiales que puede utilizar allí pero esa persona no lo puede tener o sea y esa persona lo que se pregunta es que porque hay personas que lo tienen y no lo aprovechan prosigamos

## **Desarrollo de la actividad**

2. El jurado era el encargado de escuchar las exposiciones y verificar la validez de los argumentos por medio de una ficha previamente entregada. Al final, entregaron al grupo sus apreciaciones con sus respectivas explicaciones. Finalmente cada grupo nombró una persona que contraargumentó los argumentos dados por el jurado.

## **Resultados**

Los argumentos que dieron los jurados al respecto de cada exposición estuvieron basados más en la opinión de ellos, y poco utilizaron la ficha dada. De igual manera no se evidenció un consenso en las justificaciones de sus decisiones.

LISETH B: Una desventaja del Gualteros es que bueno de Erick es que se le dificultó mucho por que paso solo no hubo nadie que por ejemplo lo ayudara cuando el necesitara que dijera algo mal alguien lo complementara le tocaba solo una desventaja

YOULIN: ...el grupo dos el grupo dos este estuvieron muy bien este comentaron con el público pero no les preguntaron se les interesaría comprar el zapato bueno si pero te gusta te como animar al público les faltó eh la eh ventajas eh pues el logotipo el logotipo tenía mucho que ver eh eh el el eslogan eh pues que más

Los grupos escucharon atentamente estos argumentos con los cuales no estuvieron de acuerdo, evidenciándose una mejora en la escucha comprensiva generándose una contraposición.

MARCELA: Yo o sea opino que un buen grupo o sea cualquier persona que hubieran escogido tiene tiene unos buenos argumentos pero lo que no me gusto a mi grupo ¿si? fueron que pues ellas ganaron y todo súper bien y todo pero no nos gustó que no les dijeran las desventajas a ellas o sea todos tu tu tu pero a ellas que?

GUALTEROS: Eh que ellos no tenían muy claro lo que iban a decir en el momento de pasar empezar empezar a pensar a pensar así mas o menos que fue lo que hicimos

Video 7 sesión 12

Tema: Identificar de clases de argumentos y falacias para fortalecer el proceso de argumentación

FECHA: Noviembre 20 de 2008

### **Objetivo**

Reconocer y utilizar argumentos de carácter contextual y detectar las falacias relacionadas.

### **Materiales**

Fichas de seguimiento

Esferos

Cámara de video

### **Desarrollo de la actividad**

1. Se realiza una explicación por parte de la docente acerca de clases de argumentos y de falacias con ejemplos y ficha de apoyo que se entregó a cada estudiante. Luego, se escogen algunos estudiantes a quienes se les entrega una situación a representar. Ellos debían crear argumentos basados en hechos concretos y creíbles. Para ello el grupo tuvo un tiempo para discutirlos y organizarlos.

### **Resultados**

Fue una situación divertida y de cambio para la clase. Los estudiantes hicieron la representación de acuerdo a lo comprendido, donde crearon argumentos válidos como otros más descalificativos y de ataque.

DIANA: Haber haber no espera comencemos de nuevo mira mi nombre es Martha somos matemáticas de automotriz y queremos alquilar suuu

LAURA: espere espere respeto no llevamos 7 años especializándonos a parte de que ya estudiamos y que somos súper juiciosas en todo estamos interesadas ¿nos lo va a alquilar?

ANSELMO: Pues díganme díganme una cosa en este pueblo ¿Quién se le va a ocurrir ir a un taller de mujeres? ¿A quien? Que le ponen alzar una llanta y no pueden puh y que ya puh ¿si me entienden?

De igual manera se evidenció la repetición de estos argumentos en el juego de roles tal vez por nervios o falta de preparación e hizo que la identificación de argumentos por parte de los otros compañeros solo estuvieran enmarcados en unos pocos.

ANSELMO: Yo soy un señor que busca el bien para todos para todos yo no puedo

ANSELMO: No yo no soy machista sino que a mi me gusta el bien para todos si digamos eh ustedes alquilan esto por ejemplo diciendo nadie va a venir sean realistas ustedes no pueden no pueden con este trabajo

### **Desarrollo de la actividad**

Mientras se daba el juego de roles, el resto de compañeros con ayuda de la ficha estuvieron identificando las clases de argumentos y falacias utilizadas por sus compañeros. Ya al terminar la docente interviene

### **Resultados**

Se mostró interés en ese proceso de identificación, lo cual llevó a procesos de discusión entre diferentes compañeros, entre los que se identificaron la explicación, la corrección y la complementariedad.

### **La corrige**

INGRID: Ahí también hay un prejuicio por que él también se deja llevar por las apariencias que porque son mujeres no pueden son menores de edad tal vez no hallan estudiado lo suficiente para mantener el taller (es interrumpido)

LINA: Tenían 30 años y estaban en la universidad

INGRID: ahí decían que eran menores

ESTUDIANTES: No, no



La complementa

YOULIN: Bueno ya sé porque hay confianza en el emisor por lo que ellas decían yo puedo yo soy estudiada yo soy (interviene otra estudiante)

LINA: Yo tengo 7 años de experiencia

Video 8 sesión 13

Tema: Organización de debate

FECHA: Noviembre 27 de 2008

### **Objetivo**

Organizar un discurso argumentativo de manera clara y ordenada, previendo las objeciones del destinatario.

### **Materiales**

Hojas blancas

Esferos

Cámara de video

### **Desarrollo de la actividad**

1. En primer lugar, se hace una explicación por parte de la profesora del esquema de la argumentación, de organización de argumentos y contraargumentos, teniendo en cuenta el destinatario. Luego se escucha a las personas que intervinieron en el juego de roles y a partir de allí se organizan dos grupos con posturas opuestas (grupo de hombres y grupo de mujeres). Cada integrante escribe o brinda diferentes argumentos que sirven de apoyo para la organización del discurso argumentativo en grupo.

## Resultados

Se encuentra en esta etapa de organización una idea del destinatario a partir de sus concepciones culturales y crean los argumentos que puedan afectar la posición del grupo opuesto

LADY: Muchos hombres piensan que nosotras somos el sexo débil pero no es así por que hay muchas mujeres cabeza de hogar

LINA: Que los hombres creen que nosotras no somos capaces de ser independientes y solo vivimos de ellos no piensan que nosotras xxx no los hombres nos ven como un objeto sexual

De la misma forma se observa en la planeación que se tiene en cuenta los posibles contraargumentos que pueden utilizar en su contra.

LINA: Los hombres lo que van a utilizar en contra de nosotras ¿sabe cual es? Que nosotras somos más delicadas y somos más limpias que ellos y por eso ellos lo van a utilizar en contra de nosotras entonces nos toca que argumento vamos a utilizar que al menos nosotras podemos ser limpias y organizadas pero podemos ser pensantes no tenemos que estar sucias para pensar

2. Allí se elige a unos representantes por grupo quienes hacen la defensa de su postura ante el resto del grupo. Los demás estudiantes están atentos y toman apuntes de los argumentos y falacias presentadas que puedan ser contraargumentadas.

## Resultados

Ya en la acción argumentativa, se nota una organización del discurso en cuanto el uso de diferentes presentaciones, las niñas lo hacen enunciando la tesis, mientras que los niños lo hacen enunciando la tesis y la clase de argumentos que va a utilizar

ANSELMO: Buenos días niñas niños pues nosotros vamos a vamos a hablar sobre sobre el porque las mujeres no deben trabajar o sea no pueden trabajar en en trabajos que pues sean de fuerza xxx vamos a emplear vamos a utilizar los siguientes argumentos causa y consecuencia que es la primera beneficio que

es la segunda de autoridad que es la tercera confianza y beneficio que es la cuarta prosiga con causa y consecuencia

HASBLEIDY: Pues nosotros vamos a hablar sobre los diferentes las diferentes sobre las mujeres y las diferentes capacidades que tenemos para desarrollar en los diferentes trabajos así sean de fuerza o más que todo como su nombre lo denomina varoniles

De la misma forma sucede con el desarrollo de argumentos. La conclusión aún se nota que se concluye y luego aparece otro argumento que lleva a la conclusión a un papel secundario.

HASBLEIDY: Bueno y para concluir básicamente todo se da se da que por parte de nosotras se da que la conclusión que nosotras también tenemos las mismas capacidades las mismas capacidades que los hombres para desarrollar diferentes trabajos.

LINA: Y otra también es que cuando pues que los hombres también aprendan que que no deben de pordebajiar a las mujeres por que las mujeres pueden hace las cosas mejor que ellos así les duela (ahhh) porque es verdad

El grupo de los hombres al pasar a realizar su presentación no se guiaron por lo que estuvieron planeando, sino llegaron a contraargumentar guiados por la afectación que esto les había producido y se inició un diálogo lleno de argumentos de descalificación personal y falacias, mostrando una mera improvisación y afán de defenderse.

MURILLO: Eh bueno el argumento que vamos a utilizar o sea si con lo básico que ahí el problema central es que es que por que las mujer no puede trabajar /como dijo Lina y Hasbleidy pues si nosotros aceptamos que ustedes tienen más de esto (señalando la cabeza) pero nosotros tenemos de esto (señalando los músculos de los brazos) eso si lo aceptamos (comentarios) también que que o sea o sea ellas buscan un trabajo fácil si? Las mujeres básicamente siempre se desempeñan en trabajos que no sean de fuerza entonces por eso lo del oficio ANSELMO: ...las mujeres como decían ustedes son una parte de las mujeres que sostienen sus hogares sin hombres o sea o sacan a los hombres se sostienen sin nosotros pero por que en en la televisión muestran que las mujeres utilizan a los niños a los niños para llevarlos a un semáforo a pedir

plata otra otra que las mujeres (bulla) (suave niñas suave relájense) por favor me dejan hablar yo las escuché/ otra es que las mujeres dicen que pueden hacer un trabajo un trabajo de

Video 9 sesión 13 (es una continuación de la anterior actividad)

Tema: Contraargumentación

FECHA: Noviembre 27 de 2008

### **Objetivo**

Organizar un discurso argumentativo de manera clara y ordenada, previendo las objeciones del destinatario

### **Materiales**

Hojas blancas

Esferos

Cámara de video

### **Desarrollo de la actividad**

3. Después de la presentación del discurso por parte de cada grupo se da un espacio para las contraargumentaciones. Se inicia con el grupo de los hombres que continuó con la tensión de defenderse a costa de todo sin pensar en la validez de los argumentos. De la misma forma ocurre con el grupo de las niñas que entran en ese juego y que los lleva inclusive a las contradicciones o desviaciones del tema con respecto a lo anteriormente argumentado.

### **Desviación del tema**

LINA: Usted dice que el aborto es algo que nos gusta mi pregunta era según usted por qué abortamos y por qué razones dígame

Falta de relación con lo nombrado anteriormente

ANSELMO: listo yo respondo yo creo que primero que para fecundar un niño no es solamente el hombre el que lo hace lo hace la mujer y el hombre si me entiende...

Video 10 sesión 14

Tema: Analizando la contraargumentación

FECHA: Diciembre 01 de 2008

### **Objetivo**

Reflexionar acerca de las actividades de argumentación y contraargumentación

### **Materiales**

Televisor

DVD

Cámara de Video

### **Desarrollo de la actividad**

Se presentaron los videos de los discursos argumentativos de cada grupo y el proceso de contraargumentación basados en unas pautas de valoración dadas por la docente. Cada grupo tomó apuntes de cada momento, luego fueron compartidas en cada grupo, para luego discutir las en la clase.

### **Resultados**

Se discutió acerca de la presentación del discurso argumentativo en cuanto a la claridad de la tesis, la forma de introducción, la validez de los argumentos utilizados y de las posibles objeciones por parte del destinatario. A partir de ello vieron

NEISA: Tuvieron ideas buenas pero no supieron ampliarlas

INGRID: Que las niñas se desviaron cada vez del tema y pues empezaron a hablar muchas cosas

LINA: Pues también lo que paso era que mientras estábamos hablando de un tema y ahí digamos algún hombre interrumpía y hablaba entonces ya nosotras cambiamos de una vez el tema entonces también era por la interrupción de ellos

De la misma forma, se habló si la actitud y el lenguaje verbal y corporal que se tuvo eran convincentes, al respecto dijeron:

LADY: No había un buen lenguaje corporal por que digamos empezaban usted usted (realiza gestos corporales) ya eso no se hace en una presentación

MURILLO: Por que o sea cuando iban a exponer no se xxx explicar entonces no se entendía bien lo que se iba a decir

LEIDY: (No se entendió habló muy pasito) pues a veces interrumpían

En cuanto a la validez de los argumentos

HASBLEIDY: Pues profe la verdad fue la argumentación de ellos pues para mi concepto no parecía que estuviera bien planeada ¿por qué? Porque digamos ellos se basaban en lo que habíamos dicho nosotras para darle una nueva explicación más no se veía organizado lo que ellos había propuesto con el grupo  
INGRID: A mi no me gusto la parte en que Gualteros llegó y comparó (si) la mamá con todas las mujeres y

LINA: Pues haber pues / pues primero ellos así tuvieran los temas ellos no buscaron como defenderse ellos sino como pelear con nosotras por que ellos sabían que si se ponían en contra de nosotras ya nosotras nos íbamos a rebotar y xxx y también fue que Anselmo no sabía ni que era lo que decía el hablaba y hablaba y hablaba y no se sabía de que estaba hablando y el cambiaba mas de tema que nosotras siempre que alguien interrumpía y de una vez era ay espérense y le explico y después lo hacía mal

Video 11 sesión 15

Tema: Debate final

FECHA: Diciembre 03 de 2008

### **Objetivo**

Organizar y presentar la defensa de una propuesta publicitaria hecha por sus compañeros

## **Materiales**

Televisión

DVD

Cámara de Video

Video Beam

Computador

## **Desarrollo de la actividad**

Cada grupo presentó los mensajes publicitarios creados al resto de la clase. Donde se escogieron las dos propuestas más impactantes, que cumplían con las condiciones de la publicidad. A partir de esto cada grupo selecciona la propuesta que va a defender. Surge un grupo que quiere hablar de ambas propuestas y se autodenomina “neutro” que va a cumplir con las funciones de un público.

Se repiten la presentación de ambos videos para que se inicie la preparación de los argumentos en defensa de cada comercial, los cuales son anotados y organizados como guión para el debate. Después de esta organización cada grupo presenta su discurso.

## **Resultados**

Ya hay un lenguaje más pensado, medido, cordial con el destinatario, donde se busca defender una postura.

LINA: Eh pues el mensaje publicitario está basado en algo muy importante lo cual estudia la ciudad por ello nos parece importante y pertinente escoger ese tema y tomar una posición favorable frente a ello

Aunque persisten algunas características descalificativas que no fueron pensadas y que surgen de la improvisación y deseos de convencer

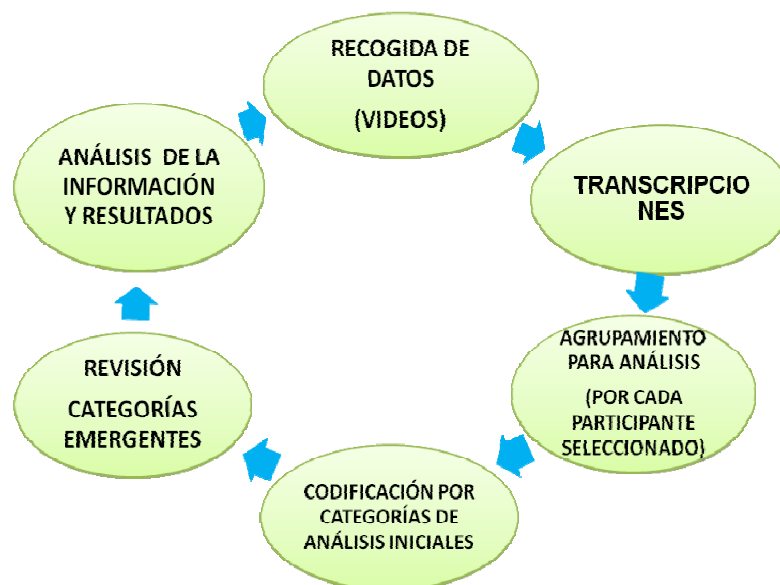
ANSELMO: Pues ya por terminar lo último que decimos es que pues ustedes sean más más pensativas y pues que a la próxima al realizar un mensaje publicitario utilicen XXX las XXXX que afecte una parte del planeta o algo así

## 7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 7.1 METODOLOGÍA

Para hacer el análisis de datos se realizó el siguiente procedimiento:

1. Transcripción de los videos
2. Caracterización del grupo y subdivisión del mismo
3. Selección de los estudiantes a ser analizados según unas categorías establecidas (calidad y cantidad de habla) en los videos dos y tres.
4. Agrupamiento de la información por participante para su análisis
5. Codificación de la información según las categorías iniciales
6. Revisión de la información por las categorías
7. Análisis de la información y conclusiones





Las transcripciones de los videos se hicieron en su totalidad ya que consideramos que se podría requerir información de algunas personas a las cuales hicieran referencia los estudiantes seleccionados, además para tener el contexto completo. En total fueron 11 videos con diferente duración, para un total de grabación de 266 minutos.

## 7.2. CARACTERIZACIÓN DEL GRUPO

Para seleccionar a los estudiantes a los cuales se les haría seguimiento y análisis teniendo como base esta caracterización, se hizo una revisión de los videos 2 y 3 para hacer un rastreo de sus intervenciones y seleccionarlos primero por cantidad de habla, destacando dos categorías: número de toma de palabras y número de palabras utilizadas. Con esta selección escoger los estudiantes a quienes se les haría análisis de calidad de habla.

**Número de toma de palabras:** Mayor número de espacios de habla que ocupa un participante en una conversación. (Calsamiglia y Tusón, 2007)

**Número de palabras utilizadas:** Cantidad de palabras utilizadas en las intervenciones de los participantes.

Se realizó el seguimiento y análisis a los estudiantes participantes en los videos No. 2 y No. 3, teniendo en cuenta la categoría de cantidad de habla. Luego se hizo una compilación de la información de estos videos, donde se observa a los estudiantes participantes con mayor cantidad de habla y mayor número de tomas de palabra y el total de estudiantes participantes. (Tabla No. 1)

CANTIDAD DE HABLA – VIDEOS 2 Y 3				
No.	PARTICIPANTES	TOMA DE PALABRA	NÚMERO DE PALABRAS	TIEMPO 43' 09"
	PROFESORA	131	1616	100%
1	CARLOS ANSELMO	13	469	50%

2	LINA GUTIERREZ	11	453	60%
3	LADY JARAMILLO	17	450	100%
4	DIANA MARCELA	18	296	100%
5	HASBLEIDY MARTÍNEZ	12	239	100%
6	JHON FREDY MARTÍNEZ	14	228	100%
7	YINETH CALVO	13	215	50%
8	LAURA NIETO	7	213	50%
9	INGRID ANGEL	11	193	100%
10	ALEX DE DIEGO	11	190	100%
11	MICHAEL HERNANDEZ	19	189	100%
12	ELIANA FRANCO	11	182	100%
13	JESSICA BARRAGAN	13	181	100%
14	YOULIN BALLEEN	5	86	50%
15	CARLOS MURILLO	4	78	100%
16	JOSÉ NEISA	6	67	100%
17	DENNIS DÍAZ	1	25	100%
18	YURANY CALLEJAS	1	23	100%
20	YENNY DELGADO	1	18	100%
22	PAULA MARTÍNEZ	1	11	100%
23	LILIANA DE LA HOZ	1	7	100%
24	JULIETH CARDENAS	1	3	100%
25	YERLY BLANCO	1	3	100%
26	MAUREN ALVAREZ	1	3	100%
27	ALEJANDRA ACUÑA	1	2	100%
	<b>SUBTOTAL (ES) ESTUDIANTES PARTICIPANTES</b>	<b>27</b>		100%
	<b>TOTAL ESTUDIANTES PARTICIPANTES</b>	<b>40</b>		100%

Tabla 1

Con base en la información de la tabla No. 1, se realizó una agrupación de estudiantes en tres niveles: alto, medio y bajo. (Tabla 2) Se seleccionaron los primeros estudiantes de cada rango para realizar el análisis por calidad de habla.

<b>CANTIDAD DE HABLA</b>	<b>NIVELES</b>	<b>SELECCIONADOS PARA ANALISIS CALIDAD DE HABLA</b>
<b>De 250 a 500</b>	<b>Alto</b>	Carlos Anselmo Lina Gutiérrez Lady Jaramillo Diana Marcela
<b>De 86 a 249</b>	<b>Medio</b>	Hasbleidy Martínez Laura Nieto Yineth Calvo Laura Nieto
<b>De 1 a 85</b>	<b>Bajo</b>	Carlos Murillo José Neisa

Tabla 2

La tabla No. 1, nos muestra a los estudiantes que participaron en la actividad en los videos No. 2 y 3, aunque no todos participaron verbalmente. Por lo tanto se seleccionaron los estudiantes de no participación verbal en estos videos para hacerles seguimiento en los videos 4 al 8 (Tabla 3) y ver el progreso en su participación verbal. Así mismo escoger aquellos estudiantes para el análisis de calidad de habla.

### **NO PARTICIPACIÓN VERBAL VIDEOS No. 2 y 3**

<b>ANÁLISIS DE PARTICIPACIÓN VIDEOS 4 A 8 TIEMPO 154 MINUTOS 29 SEGUNDOS</b>				
<b>No</b>	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>TOMA DE PALABRA</b>	<b>NÚMERO DE PALABRAS</b>	<b>TIEMPO</b>
1	ERICK GUALTEROS	18	568	100%
2	LEYDI GONZALEZ	7	232	100%
3	LIZETH BELTRAN	6	180	100%
4	ANGIE RODRÍGUEZ	1	110	100%
5	HAROL NEUTA	3	45	100%
6	JULIETH GALVEZ	7	37	100%
7	JULIAN HURTADO	3	16	100%
8	LUISA FDA MEDINA	2	11	100%
9	ALEJANDRA CARDENAS	0	0	100%
10	JONATHAN MURILLO	0	0	100%
11	BRIGITH NEIRA	0	0	100%

Tabla No. 3

De estos estudiantes se seleccionaron los dos primeros para realizar análisis por calidad de habla.

### **Análisis por calidad de habla de los estudiantes seleccionados en la tabla No. 2**

Para realizar el análisis por calidad de habla se definieron dos categorías: RELEVANCIA O PERTINENCIA: Sperber Wilson citado por Calsamiglia H. (2007) hace referencia a la teoría de la relevancia o pertinencia que consiste en decir algo que venga al caso y que sea de interés, para que quien escucha o lea reconozca que el enunciado es relevante y

desencadene un proceso de inferencia para conseguir, con el mínimo esfuerzo posible, efectos contextuales amplios (Amplían o cambian).

**COHERENCIA GLOBAL:** La coherencia surge de la interacción entre la estructura del texto y la interpretación del lector que ha de contar con datos contextuales. Para facilitar la creación de coherencia se debe cumplir con algunas condiciones:

Tener estabilidad y la consistencia temática subyacente, asociada a la macroestructura (contenido), a la superestructura (esquema de organización del texto), a su anclaje enunciativo (protagonistas, tiempo y espacio) y a las inferencias que activan los hablantes para interpretarlo a partir de conocimientos previos. (Calsamiglia y Tusón, 2007).

Teniendo en cuenta los niveles establecidos en la tabla 2, se hizo un seguimiento de la participación verbal en cuanto a calidad de habla de estos estudiantes. En el nivel alto se encuentran 4 estudiantes: Carlos Anselmo, Lina Gutiérrez, Lady Jaramillo y Diana Marcela González.

**Carlos Anselmo (A)**, quien no participó en el primer video pero tuvo una gran participación en el segundo, realizó un análisis del trabajo de sus compañeros, con reflexiones sobre sus actuaciones frente a la toma de palabra, el tono de voz utilizado y la claridad de las ideas planteadas.

**A:** a unos compañeros pues los mire muy como algunos que tenían claro lo que decían había unos que no se les escuchaba la voz.

**A:** O sea parece que mis compañeros unos que como dicen estamos distraídos entonces que ellos analicen como estaban ellos para que en este debate aprovechen para participar porque o sea porque el debate se trata de todos no de 5 o 6 personas entonces para que por favor participen.

En general se ve como sus intervenciones son pertinentes aportando al grupo elementos para la discusión y tienen coherencia con el tema tratado en esta sesión que es la reflexión sobre la participación del primer video,

aunque su discurso se torna por momentos desordenado, se da a entender.

Por su parte **Lina Gutiérrez (L)** tuvo una intervención amplia, a pesar de no haber participado en la segunda sesión completamente. Se ve dispuesta a realizar aportes al grupo, escucha los comentarios de sus compañeros para complementarlos o rebatirlos. Sus argumentos generalmente están relacionados con el tema tratado.

L: Pues que como ellos saben que la gente se deja influenciar mucho por esos comerciales porque es la verdad no es que nadie los obliga / como dice Marcela es una competencia el que propone más y utiliza más formas de que la gente se distraiga pues entonces es el que mas plata gana

L: Pues a mi me parece que pues hay personas que no hablan por miedo a que se rían o algo así y a mi me parece que deberían de ser más expresivos

Su participación fue pertinente, con apreciaciones relacionadas con el tema desarrollado, mensajes publicitarios y reflexión sobre el desempeño de sus compañeros en el video No. 1, sus comentarios fueron coherentes y dieron pautas a sus compañeros para hacer inferencias, propiciando la participación de ellos.

**Lady Jaramillo (L. J.)** Tuvo participación en los dos videos, aunque al comienzo sus argumentos no estuvieran bien fundamentados, en el transcurso de las sesiones realizó aportes significativos al grupo, además cuenta con una buena fluidez verbal.

L.J.: Pues yo veo que es justificable que no opinen si no quieren pero entonces que respeten la palabra del otro porque digamos están molestando mientras que yo hablo los demás están hablando pues me parece una falta de respeto

L.J: Pues me pareció bueno que algunas personas compararon digamos el comercial del chocolate con la realidad

Tuvo en cuenta el manejo del tema por parte de sus compañeros frente al análisis de los comerciales y las relaciones que se dieron allí con la realidad. Hizo una reflexión e invitación sobre la coherencia que se debe tener al momento de hablar y el respeto para todas las personas. Su discurso fue ordenado y coherente con la temática trabajada.

Por último **Diana Marcela González (M)** tomo la palabra varias veces en los dos videos tratando de conectarse con la dinámica de la actividad, pero su discurso no fue claro, muchas veces no terminó las ideas con palabras sino con ademanes; aunque fue muy emotiva en sus participaciones.

**(M):** Por decir ese champú que salió Ego que es para hombres todo en esta vida es competir es por competencia, si esa es la realidad

**(M):** O sea como las poquitas personas que hablaron se expresaron y lo poquito que decían entre todos lo complementábamos ó sea les decían algo así como no el chocolate que yo no se que y nosotros decíamos pero que el chocolate tiene tal cosa terminaba de decir una empezaba la otra y terminaba y ya.

Faltó fluidez en su discurso, aunque retomó lo dicho por otros compañeros no tuvo relevancia en el grupo. Sus ideas en ocasiones fueron claras y aportaron tanto al tema como a la discusión, aunque la mayoría de veces su discurso se volvía monotemático.

De este grupo se eligieron por calidad de habla los estudiantes **Lina Gutiérrez** y **Carlos Anselmo**

En cuanto al grupo que se encuentra en el nivel medio (tabla 2), están las estudiantes Hasbleidy Martínez, Laura Nieto, Yineth Calvo y Laura Nieto, el análisis fue el siguiente:

**Hasbleidy Martínez (H)** Participó en los dos videos con una toma de palabras no tan numerosa pero muy pertinente en sus apreciaciones.

**(H):** Por que se salen de la realidad es cosa que no va pasar en la vida real

**(H):** En la parte de argumentación unos no decían las cosas completas otros compañeros las complementaban ahí se iban uniendo las ideas más organizadas

Estuvo atenta a la discusión del grupo, participando con argumentos validos y pertinentes sin salirse de la temática tratada. presenta buena fluidez verbal y su discurso es bastante interesante, propiciando procesos de inferencias en sus compañeros. Resaltó algunas de los inconvenientes presentados en la primera sesión, pero no por eso justifica que no se haya producido una participación más amplia con más atención además hizo una reflexión sobre la forma como se fue construyendo la discusión, y lo agradable del trabajo que dejó mucha ganancia tanto individual como grupal.

**Laura Nieto (L.N.)** Participó solo en el primer video ya que en la segunda sesión no asistió, sin embargo su participación fue oportuna y pertinente, utilizando buenos argumentos.

**(L.N.):** Yo también pienso que el mensaje es exagerado pero igual yo veo no perdón huelo a un niño a chocolate a mi me gustaría y mi me atrae o sea no me lo voy a comer voy a decir tan rico que huele si me entiende algo así

**(L.N.):** Pues que están impulsando a la gente a ser personas materialistas a comprar cosas que digan uhy esto me va a ayudar ser mas bonito sabiendo que no es así o sea que tratan de hacer la gente materialista

Utilizó recursos creativos para expresar sus ideas y relacionarlas con elementos conocidos, con ejemplos que hicieron comprender la idea que quería expresar. Además, no solo se refirió en el análisis de los videos a los elementos externos, sino que tuvo en cuenta e hizo una reflexión

sobre las incidencias que este tipo de publicidad tiene en la sociedad, y los comportamientos que se van a adquiriendo por la influencia de estos mensajes.

**John Freddy Martínez (J.F.)** Participó varias veces en las dos sesiones pero con pocas palabras, faltó organización en su discurso, muchas veces no se dio a entender ya que repetía palabras y frases o las dejaba incompletas.

(J.F.): O sea porque él habla que por lo menos como que digamos la verdad ay hicimos las indicaciones del profe pero no se pudo

(J.F.): A mi me pareció que por lo menos todos participamos me pareció interesante que todos unimos y casi nunca pasa algo así

No apporto elementos nuevos a la discusión, repetía lo que sus compañeros habían dicho con otras palabras. Sus intervenciones fueron poco relevantes y faltó coherencia frente a la discusión del grupo.

**Yineth Calvo (Y)** Participó solo en el primer video con una toma de palabras numerosa con respecto a las intervenciones del grupo, su discurso estuvo relacionado con el tema, pero no tuvo relevancia frente a la discusión del grupo.

(Y): Uno porque se la pasan viendo televisión y el otro pues por el mismo hombre de chocolate que es todo interesante ahí que todas las mujeres lo muerden ahí y es la sensación

(Y): Pues trae mensajes que como impactan y no lo dicen eso debe ser bonito

Sus comentarios en ocasiones resultaban más jocosos que pertinentes en la discusión. Se notó que conocía muy bien algunos comerciales y programas, ya que hizo referencia de ellos con gran propiedad.

De este grupo de nivel medio se seleccionaron por calidad de habla a **Hasbleidy Martínez y Laura Nieto**



En el grupo de nivel bajo (tabla 2) están los estudiantes Carlos Murillo y José Neisa. En cuanto a **Carlos Murillo (M)** participó en los dos videos con pocas intervenciones las cuales no son pertinentes para el desarrollo del discurso, en el segundo mejora la pertinencia y es más coherente.

**(M):** Que utiliza las notas del colegio como si se estuviera refiriendo a un partido que él perdió entonces por eso el habla así

**(M):** Pues a mí me parece que fue bueno porque a la vez que cambiamos de rutina no siempre estar escribiendo a la vez aprendíamos y estamos más relajados y no tenemos que estar escribiendo

Su discurso no es abundante, trata de ser coherente. Su participación se da con el análisis de lo que fue la actividad que resultó positiva para todos. Y con una invitación a sus compañeros para que se expresen más.

**José Neisa (J.N.)** Participó en los dos videos con pocas intervenciones y pocas palabras pero con bastante coherencia.

**(J.N.):** Algunas tenían claro otros no no se entendía casi mucho no pedían la palabra estábamos desorganizados

**(J.N.):** A mi me pareció interesante porque había diálogo había cosas que vemos a diario y podíamos participar en el tema

Aunque su discurso fue reducido, sus aportes fueron significativos. Tuvo en cuenta el desempeño de sus compañeros en cuanto a la toma de palabra, la pertinencia y relevancia, también destacó la importancia de trabajar temas que eran conocidos para ellos y a los cuales podían aportar.

De este grupo se seleccionó a **José Neisa**

En cuanto al grupo de no participantes en estos videos y a los cuales se les hizo seguimiento en los videos 3 al 7 (tabla 3) se tomaron para el

análisis de calidad de habla a los dos primeros estudiantes, Erick Gualteros y Leidy González

**Erick Gualteros (G)**, inicia su participación en el video 5 en la planeación de exposición del cartel enumerando algunos aspectos, como los elementos externos de la publicidad. En el video No. 6 es elegido para que realice la exposición del cartel.

**(G):** Buenos días voy a exponer este el cartel de los derechos humanos eh como podemos apreciar tenemos a un señor negro porque es que mucha gente discriminamos a los negros por solo por solo su piel si entonces acá el negro esta señalando acá que todos somos colombianos y...

**(G):** También hay descalificación personal porque él dijo una vez que eran como eran mujeres ese taller no le ayudaba nada al pueblo y a mí me parece que no es

Se nota el interés por pensar en los argumentos válidos y buscar ejemplos que los refuercen tomando aspectos familiares o conocimientos históricos y sociales. De la misma forma reconoce en argumentos de otros compañeros posibles contraargumentos que los pueden invalidar. Se encuentra un interés en la participación de las diferentes actividades, y los aportes que hace son contextualizados, claros, teniendo en cuenta el tiempo, los destinatarios, las ideas previas a su intervención, la secuencia temática teniendo argumentos pertinentes y coherentes frente al tema tratado.

**Leidy González (L.G.)**, inició su participación en el video No. 4 y fue elegida por su grupo para realizar la exposición del cartel en el video No. 5

**(L.G.):** Entonces hay que escribir esto ahí entonces tú escribes eso

**(L.G.):** Que este es el el eslogan aprender es avanzar pues quiere decir que uno puede salir adelante estudiando por ejemplo una familia pobre digamos tienen

un hijo y pues el niño pues viene a estudiar y puede llegar muy lejos no mas con eso y con el logotipo quiere decir que lo único necesario es es aprender y listo / una imagen eh el el un niño que está en primer plano la ventana que está en segundo plano y el pájaro que está en tercer plano vemos que la imagen está en picada y bueno pues eh vemos pues a un niño que está estudiando...

Se nota la organización de su discurso con respecto a los elementos externos del cartel. De igual forma presenta una opinión contextualizando a Colombia y a las problemáticas del niño trabajador, y termina el discurso haciendo una invitación, notándose una mayor organización en el discurso a pesar de la dificultad que ella reconoce al hablar en público. Su discurso fue pertinente y dejó claras las ideas que quería expresar pero hubo poca participación verbal que es atribuido a su timidez, lo cual limita el análisis. Participó poco en los siguientes videos.

De este grupo se eligió a **Erick Gualteros**

PERSONAS SELECCIONADOS PARA REALIZAR ANÁLISIS POR CATEGORÍAS
PROFESORA
LINA GUTIERRÉZ
CARLOS ANSELMO
HASBLEIDY MARTÍNEZ
LAURA NIETO
JOSÉ NEISA
ERICK GUALTEROS

Tabla No. 4

### **7.3 ANÁLISIS POR CATEGORÍAS**

#### **7.3.1 LAS ACTIVIDADES METAVERBALES: Un Hilo Conductor, en el Proceso de Mejoramiento de la Argumentación Oral de los Estudiantes.**

Según Dolz (2000) en la actividad metaverbal se considera al sujeto reflexionando sobre el lenguaje y sus usos durante la actividad verbal, apareciendo acciones como la reflexión o evaluación, el control o regulación y la planificación que conducen a que el sujeto sea consciente de sus procesos de uso lingüístico, en un ámbito de cooperación.

Por lo tanto este análisis parte de dos puntos:

- Que la actividad verbal es la que permite evidenciar estos procesos de distanciamiento (reflexión, regulación y planificación) ante la producción de un género discursivo)
- Que las acciones de reflexión o evaluación, el control o regulación y la planificación son los procesos que dejan observar los papeles que asume cada sujeto con respecto a la actividad metaverbal.

De acuerdo a ello se define y retoma para el análisis, la categoría de la dimensión interlocutiva expuesta por Tusón en cuanto a los papeles comunicativos.

- Papeles comunicativos: Tusón (2007) se refiere a la forma como los diferentes participantes construyen una parte de su identidad y de las diferentes posiciones que adopta cada interlocutor; entre ellos están la aserción, validación, respuesta, gestión, etc.

## **Análisis**

Se parte del video 2 ya que en el video 1 no se pudo identificar estos proceso por el ruido y la baja calidad del sonido de la cámara.

Video 2 sesión 2

Tema: Diagnóstico en cuanto al mensaje publicitario

FECHA: agosto 15 de 2008

En el diálogo en cuanto a los mensajes publicitarios se evidenció un proceso más de evaluación (identificación) en cuanto a los elementos del mensaje publicitario vistos durante la sesión anterior.

Lina, Hasbleidy y Laura identificaron: El mensaje del comercial, el uso de la imaginación, la creatividad, la exageración, los prejuicios en cuanto a la mujer. A continuación algunos ejemplos

LINA: Que que pues la demostración del chocolate pues ahí si sería que digamos pues cuando uno ve el chocolate no se resiste las ganas de comérselo si? entonces pues será lo mismo con la loción no se resiste las ganas de irse ahí detrás de ellos.

HASBLEYDY: Que es un poquito exagerado

PROFESORA: Exagerado ¿porque es exagerado?

HASBLEYDY: Por que se salen de la realidad es cosa que no va pasar en la vida real

LAURA: Cuando lo sacan a uno de la realidad o sea imaginarse un hombre de chocolate es algo muy loco es algo como uy haber

De la misma forma hubo una pequeña relación de los mensajes publicitarios vistos con la publicidad en general.

LAURA: Pues que están impulsando a la gente a ser personas materialistas a comprar cosas que digan uhy esto me va a ayudar ser mas bonito sabiendo que no es así o sea que tratan de hacer la gente materialista

Finalmente aparece un cuestionamiento tenue acerca de los argumentos utilizados en el mensaje publicitario

LAURA: Para mi no hay valores porque eso como dice Marcela solo es competencia y a esa gente solo le importa la plata y ganar entonces ellos no están inculcando valores sino compren compren vayan hagan pidan

### Video 3 sesión 3

Tema: Primera mirada

FECHA: agosto 29 de 2009

Este video fue significativo para el resto de la secuencia didáctica. Ya que permitió verse por primera vez lo cual generó diferentes reflexiones.

En primer lugar surge el cuestionar en cuanto a actitudes, organización y validez del discurso.

Actitudes

Falta de participación y de escucha

HASBLEYDY: pues que que muchos de nosotros participaran pero otros no se quedaron callados y los que no se quedaban callados estaban haciendo otra cosa

Organización del discurso oral: Voz baja, falta de planificación, falta de profundidad y el desorden en tomar la palabra.

ANSELMO: a unos compañeros pues los mire muy como algunos que tenían claro lo que decían había unos que no se les escuchaba la voz

ANSELMO: O sea este pues hay unas partes que están como metidos en el tema en unas partes en otras partes como que no como que pueden estar que tengan una claridad pero no se expreso de una forma correcta para que nosotros entendiéramos

De la misma forma, hay una valoración en cuanto a la actividad y los argumentos usados en la sesión pasada.

ANSELMO: La parte de argumentación se utilizó bueno la comparación eh también como defendiendo creo como Lina que donde dijo que utilizaban la imaginación en la propaganda esa es una clase de argumentos

HASBLEIDY: En la parte de argumentación unos no decían las cosas completas otros compañeros las complementaban ahí se iban uniendo las ideas más organizadas

Finalmente, se observan algunas sugerencias de los elementos que permitan mejorar la argumentación oral, como son: tener mayor coherencia, organizar previamente el discurso, y tener mayor orden.

ANSELMO: Me parece que ese taller que hicieron era como para muchas personas que tienen miedo para hablar a un público fueran perdiendo ese miedo y aquí estamos entre compañeros para conocernos ahí tenemos menos miedo para hablar así vamos evolucionando pero ese miedo que tenemos chango fuera

DIANA: Por si no nos hemos dado de cuenta ya estamos logrando algo alzar la mano y si ya nos comprometemos en eso y respetar la palabra y ser el mejor curso 801 801 801

#### Video 4 sesión 8

Tema: Análisis y exposición de mensaje publicitario

FECHA: Octubre 29 de 2008

En este video se puede observar, los procesos de acción metaverbal de planificación y evaluación, obviamente por el cambio en el propósito de la actividad que es organizar una exposición en grupo, a partir de unos conocimientos sobre mensaje publicitario.

El proceso de planificación observado está basado en la acción del discurso, es decir, en la exposición que hace cada representante de grupo. Esta permite ver la estructura que quisieron darle los estudiantes a su texto, los conceptos adquiridos en las anteriores sesiones y un proceso de interpretación que surge de su cultura.

Algunos grupos enfocaron la estructura de su exposición en el mensaje publicitario y otros tomaron los elementos de la comunicación. A continuación algunos ejemplos:

#### Estructura enfocada hacia los elementos del mensaje publicitario

HASBLEIDY: Este cartel según este cartel se utiliza una mujer xxx dando credibilidad al producto que supuestamente eeehhh reduce líneas de expresión en la mujer mas o menos como disminuir 10 años de edad eeehhh mas que todo es un producto que utiliza a una mujerrr una mujer joven para darle la mayor credibilidad al producto eeehh el mensaje es uuummmm xxx reduce líneas de expresión y hasta diez años de edad eeehhh mas que todo este producto se trabaja una marca solamente enfocada hacia mujeres ya mayores de que te digo 40 años eeehhh la mujer en este cartel dice que tiene 43 años y se ve de mucho menos edad básicamente eso es lo que trabaja el cartel

#### Estructura enfocada hacia los elementos de la comunicación

LINA: Mi grupo y yo decidimos hacer el sony Ericson W 910 por que el significado es que los jóvenes de ahora más que todo los jóvenes se dejan guiar por la tecnología quieren siempre estar actualizados entonces ellos aquí dice que se ganaron un premio como el mejor teléfono del mundo entonces todos lo quieren tener para lucirse y querer ser pues (gesto con las manos de algo bueno) el significante es que al tener el celular va a tener más aceptación en la sociedad el mensaje es que si uno quiere ser quiere ser más importante en una sociedad debe tenerlo yyy los elementos de comunicación son que el emisor utiliza colores fuertes llamativos para que las personas se fijen más rápido en él y pues con la tecnología como es el último modelo casi todos lo quieren tener y hacen lo posible para tenerlo / alguien tiene alguna pregunta?

#### Procesos de interpretación

LINA: Mi grupo y yo decidimos hacer el sony Ericson W 910 por que el significado es que los jóvenes de ahora más que todo los jóvenes se dejan guiar por la tecnología quieren siempre estar actualizados...



También se encuentra un proceso de planificación individual del expositor, en el momento de las preguntas de los otros compañeros, dirigido más hacia la defensa de lo expuesto o a hacer aclaraciones frente al tema<sup>1</sup>

ANSELMO: Eehh pero que iba a decir yo no tengo celular yo no tengo celular y nunca he tenido y porque tengo tanto amigos

LINA: Porque usted es una persona hiper activa que sabe hacer relación con la sociedad

El segundo proceso metaverbal que se encuentra en este video, es la evaluación, la cual toma dos momentos: el primero, retoma la reflexión dada en el video 2, en cuanto a la identificación y cuestionamiento de los elementos del mensaje publicitario (mensaje, el uso de la exageración y los recursos que usa la publicidad para lograr sus objetivos comerciales). El segundo, cuestiona la validez de los argumentos presentados por sus compañeros en la exposición.

LAURA: Bueno yo no entiendo ella porque dedujo eso en solo ver un celular viene aquí están hablando del celular de lo bueno que es el celular y ella viene a hablar de la sociedad y de la aceptación que tenemos con él

Video 5 sesión 10

Tema: Planeando un discurso para convencer

FECHA: Noviembre 13 de 2008

Los procesos de acción metaverbal identificados en este video, son la planificación y la regulación. En la planificación se evidencia dos momentos: uno, de organización del discurso que muestra los procesos previos a la acción del discurso y el otro, la acción del discurso, en este caso un discurso para convencer.

---

<sup>1</sup> Este aspecto será profundizado en el capítulo de argumentación, donde se explicará los tipos de argumentos utilizados por los estudiantes y como se fueron modificando.

Lluvia de ideas por parte de cada integrante, que provienen de la identificación del objetivo de la actividad, de los conocimientos adquiridos en la clase y de su contexto en general.

NEISA: Bueno que hacemos

PAULA MARTÍNEZ: La crítica

LADY GONZALES: no mentiras el eslogan y logotipo

PAULA MARTÍNEZ: Pues el eslogan es aprender es avanzar

LILIANA: No así /el logotipo es este/este es el eslogan y este el logotipo (a ja)

ANSELMO: Eso es lo de jurados

LINA: darles en el punto débil

ANSELMO: Si darles darles como como darles acá (señala el corazón)

Un proceso de negociación basada en la complementariedad y en la contraposición, son ejercicios de reflexión individual frente al trabajo que se está realizando en grupo y a la creación de estrategias para convencer.

#### Proceso de negociación

LAURA: Bueno la idea es exponerlo así

JESSICA: El estereotipo es (señala la figura)

INGRID: Toca hacerlo en una hoja cierto miren niñas el logotipo viene siendo la D y la L porque tiene derecho a la libertad

LAURA: No pero ese no es el estereotipo ese es el eslogan (por eso) Por eso (risas)

#### Creación de estrategias

ANSELMO: Eso es lo de jurados

LINA: darles en el punto débil

ANSELMO: Si darles darles como como darles acá (señala el corazón)

En cuanto a la acción del discurso, se identifica nuevamente el uso de una estructura: introducción, desarrollo y conclusión, elementos que

fueron explicados en clase y que fueron introducidos en su discurso argumentativo.

MURILLO: Buenos días queridos jueces eeh compañeros eh pues nosotros eh pues queremos mostrar eh un cartel que queremos promocionar si eeh este cartel aquí eh expresa nuestros derechos si eh una ventaja que yo le veo al cartel es que no se enfoca en en un solo derecho se enfoca en cuatro eh la razón el el eslogan es una lucha por lo tuyo por que por tuyo por que cada uno tiene derecho de de o sea cada uno tiene sus derechos si entonces o sea nosotros queremos como justificar que o sea que luchen por ellos si eh que más en el cartel se puede identificar o sea eh que está que está tiene dibujado con que el país con esta bandera por que porque o sea nosotros queremos que que que todo el país reaccione si que no sea solo una persona eh que más.

El segundo proceso de acción metaverbal que se presenta con menor fuerza en este video es la regulación, y se pudo observar en la organización del discurso. Se observó una regulación más hacia el control de orden y escucha y a convocar a continuar el tema.

Control de orden y escucha

ANSELMO: ey ey ey Li li Lina Lina pere espere ey Lina Lina ey Lina yo soy campesino yo yo fuera de chiste toca es tener argumentos y tener sentimientos para convencer a los jurados

Convoca a continuar el tema

ANSELMO: Vea prosigamos prosigamos prosigamos

Video 6 sesión 11

Tema: Planeando un discurso para convencer (continuación de la actividad anterior)

FECHA: Noviembre 14 de 2008

Después de que cada grupo presentó su discurso argumentativo, los jurados toman la palabra para hablar de la decisión tomada y de los argumentos que la justifican. Frente a esto, se da una reflexión por parte

de los compañeros, guiada hacia el cuestionamiento de la validez de sus argumentos. Estos cuestionamientos estuvieron enfocados en las contradicciones de su discurso y la falta de planificación y el cambio de las condiciones de la actividad.

LINA: Bueno primero pues los argumentos que ustedes tuvieron sobre nosotros a nosotros no nos parecieron por que ustedes dicen que mucho texto pero nosotros no hicimos esto si? Y pues nosotros lo teníamos que defender y fueron los que encontramos para defender todo ese texto y otra cosa y usted usted digamos usted decía las ventajas y usted solo dijo que nosotros explicábamos bien y si explicábamos bien por que dijo entonces que habíamos dicho mucho texto se contradice

MARCELA: Yo o sea opino que un buen grupo o sea cualquier persona que hubieran escogido tiene unos buenos argumentos pero lo que no me gusto a mi grupo si? fueron que pues ellas ganaron y todo súper bien y todo pero no nos gustó que no les dijeran las desventajas a ellas

#### Video 7 sesión 12

Tema: Identificar clases de argumentos y falacias para fortalecer el proceso de argumentación

FECHA: Noviembre 20 de 2008

Esta actividad estaba basada en la evaluación metaverbal, la cual desarrolló cuatro procesos. El primero de ellos, la identificación de los tipos de argumentos y falacias.

Se presentó una búsqueda de relaciones con el fin de la identificación de argumentos para comprender el concepto. Tenemos como ejemplo a Hasbleidy quien relaciona el argumento de autoridad con poder e imposición y luego con poseer las capacidades.

HASBLEIDY: No porque es que ahí en la representación se daba unaa como un puesto si como él era el dueño y él era el que decidía si si o si no y ahí estaba como imponiendo la autoridad de él que si él no quería.

Bueno ahí de todas maneras sería de de autoridad porque en la representación también ellas decían que ellas eran juiciosas que ellas podían y que

Lo mismo sucede con la relación de falacia con agresión y argumento sin agresión.

HASBLEIDY: Otra vez en uso eh eso eso ya no es falacia sino como argumento porque tiene una parte como más suave más pero utilizó prejuicios pero en una parte y no agrediendo y eso ya sería uso de prejuicios

### Una reflexión a partir del error

JHON FREDDY: Profe coloqué un argumento de analogía de analogía que por lo menos la metáfora que ellas se van a volar del país, ellas de todas maneras van a dejar por lo menos si alquilan el taller ellas van a dejar todo ahí no y tampoco no se toman un solo día para empacar todo

PROFESORA: Y analogía ¿con quién? ¿Con qué lo está comparando?

JHON FREDDY: Pues analogía pues con metáfora comparación

PROFESORA: Por eso ¿cuál es la comparación que está haciendo? ¿Cuáles son los objetos que está comparando? (Silencio e interviene con voz baja y no es muy claro)

ANSELMO: xxx los dos los dos

PROFESORA: ¿Entonces sería de analogía?

INGRID: Profe él está comparando los hombres con las mujeres por que él dice las mujeres no pueden los hombres si pueden los hombres tienen fuerza las mujeres no por lo tanto los de la fuerza es el hombre

En esta identificación se pudo detectar, hasta que punto llegaron los estudiantes seleccionados:

NOMBRE	TIPOS DE ARGUMENTOS	OBSERVACIONES
LINA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falacia de descalificación personal.</li> <li>Falsas metáforas y comparaciones que no se relacionan con la tesis.</li> <li>Falsa autoridad</li> <li>Argumento de causa y consecuencia.</li> </ul>	En el argumento de falsa autoridad hubo dificultad en la comprensión del mismo
HASBLEIDY	<ul style="list-style-type: none"> <li>Argumentos basados</li> </ul>	En el argumento de

	<p>en el poder</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentos de causa y consecuencia</li> <li>• Argumento de autoridad</li> </ul>	autoridad hubo también dificultad
JOSÉ NEISA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De beneficio</li> </ul>	No fue correcto la identificación
ERICK GUALTEROS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falacia de descalificación personal.</li> <li>• Argumento de slogan</li> <li>• Fetichismo de masas</li> </ul>	Hubo confusión con el argumento de fetichismo de masas

El segundo proceso, consiste en cuestionar la validez del argumento del otro (del juego de roles y de las explicaciones en la identificación de argumentos) y actuación de sí mismo

La validez del argumento del otro puso en duda:

- La falta de relación del argumento con la tesis
- Uso de pocos argumentos válidos
- Falta de coherencia entre un argumento y otro dicho anteriormente
- Argumento basados en una falsa información

Argumento basados en una falsa información

INGRID: el argumento por lo concreto porque ahí dice como yo he trabajado en la mecánica sé lo duro que es la mecánica y sé que las mujeres no van a ser capaces de trabajar la mecánica.

LINA: él nunca dijo que había trabajado en la mecánica él nunca expresó él pues yo lo que vi era que el punto pues yo también dije eso que a él también le afectaba el negocio que no producía porque él estaba en el punto que era su taller pero él en ningún momento expresó que él trabajó en ese taller

Falta de coherencia entre un argumento y otro dicho anteriormente.

LAURA: Se contradijo eh eh eh (risas) porque al principio él decía que por ser el dueño y no se que y no podía y esto y ahorita ella dice que es un argumento válido porque dijo que si nos iba mal a nosotras le iba mal a él si me entiende y

al principio no que por que eh eh él no pensaban que era eso una esta que a nosotras si nos iba a ir bien si me entiende algo así

### Cuestionar el desempeño de sí mismo

Hay un cuestionamiento personal frente a la actividad, cuando se les preguntó ¿cómo se habían sentido en el juego de roles? Hablaron sobre lo que ocurrió en el discurso (olvido y repetición de argumentos) y las causas de ello (incomodidad por estar en desacuerdo con lo representado y nervios por la cámara)

ANSELMO: yo me sentí un poco como incómodo porque o sea yo para mí sería que un hombre ese no es un punto de vista hacia una mujer o sea a mi me parece que no debe ser así y pues también me faltaron argumentos que yo tenía preparado o sea como yo estaba ahí o sea en la primera discusión como cuando ellas estaban hablando yo como que trataba de acordarme que iba a decir pero como que se me olvidaba entonces ellas se quedaban calladas

En tercer lugar, se encuentra la sugerencia en cuanto a los posibles argumentos que se hubiese podido dar para una argumentación válida (juego de roles) y los elementos necesarios para el discurso oral

#### *Argumentos posibles*

LINA: el el en vez de argumentar que ellas no podían él hubiera podido decir ustedes no pueden tener ese taller porque las mujeres son muy delicadas y si se les parte una uña y no les gusta estar muy sucias pero él simplemente decía es que no pueden no pueden es que no pueden

### Elementos necesarios para el discurso oral

ANSELMO: a mi me parece que a mi me parece que para esto como que debemos antes de pasar aquí en una hoja planear lo que vamos a hacer aquí y repararlo y repararlo y repararlo hasta nos quede todo aquí y cuando salgamos aquí en la tarima salir con toda la confianza del mundo

Video 8 y 9 sesión 13

Tema: Organización de debate

FECHA: Noviembre 27 de 2008

En esta sesión se encuentran los procesos metaverbales de planificación, reflexión y regulación, los cuales serán analizados desde los cuatro momentos: en el primer momento, se encuentra cada grupo planificando la organización del discurso a partir de la lluvia de ideas y del proceso de negociación entre sus integrantes proceso similar al realizado en el video 5. Sin embargo, aparece un elemento adicional más explícito y es tener en cuenta al destinatario en cuanto a sus características, los posibles argumentos y los contra argumentos que pueden utilizar.

#### Posibles argumentos

LADY: Muchos hombres piensan que nosotras somos el sexo débil pero no es así por que hay muchas mujeres cabeza de hogar

LINA: Otra cosa otra cosa los hombres sin las mujeres no son nada por que hay hombres que viven solos y viven comiendo en los restaurantes

#### Posibles contraargumentos

DE DIEGO: ...supongamos que en la casa ellas se van a trabajar nosotros la mayoría de los hombres no saben cocinar y eso como le hacen para mantener la casa.

MICHAEL: Por eso eso es una falacia por que mire si nosotros tenemos fuerza ellas tienen inteligencia

De igual forma, se muestra en la organización del discurso en grupo las reflexiones metaverbales individuales de los integrantes del grupo, más hacia el cuestionamiento de validez del argumento de un compañero y de los argumentos propios del grupo, con el fin de buscar los mejores argumentos que cumplan con el objetivo.



LINA: Otra cosa otra cosa los hombres sin las mujeres no son nada por que hay hombres que viven solos y viven comiendo en los restaurantes esa casa es un chiquero o sino no es así? / (Voces) (si cierto) las mujeres las cocineras nos cogen de esclavas simplemente por que servimos

LADY: A mi me parece que ese argumento ya se convierte en una falacia por que estamos atacando a nuestro mismo sexo pensando que nosotras únicamente servimos para cocinar ordenar eh (voces)

Otro tipo de reflexión que se hace es la sugerencia, pero una sugerencia más hacia el desempeño en el debate, donde se debe tener en cuenta:

- Pensar antes de hablar, apoyarse en los compañeros y estar muy activos a la hora del debate

ANSELMO: Así como estamos haciendo aquí espero que también hablemos allá todos /pero esperen también les quiero decir otra cosa esperen esperen también les quiero decir otra también cosa les quiero decir otra cosa vengan / (voces) lo que vamos a hablar pensémoslo antes de decirlo pensémoslo pensémoslo bien por que si decimos una falacia xxx y nos pueden dar (Voz: ahí nos jodemos) toca pensar bien y si tenemos dudas preguntémosle al compañero para que el compañero nos lo explique bien

- Orden en el debate

HASBLEIDY: Saben qué? Cualquier cosa que nosotras hagamos mal ellos lo van a coger contra nosotras si nos empezamos a gritar mirenlas es que no xxx van a coger un trabajo o van a dejar xxx

Finalmente en este primer momento también se evidencia la regulación, en cuanto al control del tiempo y del tema.

Control temático

LAURA: Niñas a mi me parece muy bien todo lo que están diciendo muy bien pero nos estamos desviando del tema del tema principal que es que las mujeres

no somos el sexo débil ¿si me entienden? Si no que nosotras somos más organizadas y eso que ellos pero aquí terminan hablando de lesbianas de mamás de eso y lo otro

### Control de tiempo

LAURA: Hablando del campo si las mujeres somos capaces de por ejemplo mi abuelita cuando se levantaba a las cuatro de la mañana se iba para se iba para la finca y ordeñaba vacas y hacía todas esas cosas (voces) ¿cómo no vamos a ser capaces de arreglar un carro?

LINA: Apúrense que no tenemos todo el tiempo la historia de la abuelita

En el segundo momento, es decir, en la acción del discurso se muestra la planificación y la regulación. La planificación vista desde la estructura utilizada, donde se presenta una introducción, un desarrollo y una conclusión. En la introducción hablan del punto de vista que van a defender y de los argumentos que van a utilizar para esta defensa.

HASBLEIDY: Pues nosotros vamos a hablar sobre los diferentes las diferentes sobre las mujeres y las diferentes capacidades que tenemos para desarrollar en los diferentes trabajos así sean de fuerza o más que todo como su nombre lo denomina varoniles

ANSELMO: Buenos días niñas niños pues nosotros vamos a vamos a hablar sobre sobre el por qué las mujeres no deben trabajar o sea no pueden trabajar en en trabajos que pues sean de fuerza xxx vamos a emplear vamos a utilizar los siguientes argumentos causa y consecuencia que es la primera beneficio que es la segunda de autoridad que es la tercera confianza y beneficio que es la cuarta prosiga con causa y consecuencia

El desarrollo, que estuvo marcado por: una argumentación de acuerdo a lo planificado por parte del grupo de las niñas, (aunque en algunos momentos se muestran argumentos individuales basados más en la ansiedad y nervios)

HASBLEIDY: Eh en la parte de la comparación de o sea si de compa de generalización se puede decir que la mu eh todos todos los hombres se basan

en la en la en una sola en un solo punto de vista para para descalificar a las mujeres entonces se de de ahí de ahí se saca la generalización que que digamos que que los hombres se desarrollan en un solo punto de vista y nosotras las mujeres a partir de ustedes necesitan así como ustedes que nosotras necesitamos de ustedes y ustedes necesitan de nosotras y en muchas cosas y pueden ser cosas más importantes que las que nosotras necesitamos con ustedes

LINA: Bueno otro argumentación es que ustedes muchas veces les echan la culpa a las mujeres de las infidelidades pero lo que pasa es que pues el argumento que nosotras ahí utilizamos es que ustedes abusan de la confianza y de la inocencia de las mujeres y pues como las mujeres damos pié de apoyo y siempre estamos ahí en la línea con ustedes apoyándolos se sobrepasan de eso y nos hacen ponernos en nuestro punto y xxx

Y una argumentación desorganizada por parte del grupo de los niños, los cuales se sienten afectados al escuchar los argumentos del grupo opuesto, iniciando una contraargumentación sin tener en cuenta la planificación que tenían, utilizando argumentos descalificativos, lo que causó un ambiente de tensión y de pelea.

ANSELMO: Aumentando algo más de lo que dice mi compañero es que pues dejándoles claro lo que dice mi compañero de de la fuerza es que pues las mujeres como decían ustedes son una parte de las mujeres que sostienen sus hogares sin hombres o sea o sacan a los hombres se sostienen sin nosotros pero por que en en la televisión muestran que las mujeres utilizan a los niños a los niños para llevarlos a un semáforo a pedir plata otra otra que las mujeres (bulla) (suave niñas suave relájense ) por favor me dejan hablar yo las escuché/ otra es que las mujeres dicen que pueden hacer un trabajo un trabajo de fuerza o sea por qué no lo hacen por que se van a la prostitución (Aaaaaahh ) a otros métodos ¿por qué? O sea por que hacen eso entonces (bulla) (PROFESORA: Haber) niñas niñas por favor escúchenme ey por favor escúchenme

En cuanto a la conclusión, aún se observa que falta mejorar la planificación, ya que ambos grupos utilizaban los conectores para concluir, pero luego había otras intervenciones, con otros argumentos, que descontextualizaban la conclusión.

HASBLEIDY: Y finalmente en conclusión eh / Profe podemos xxx / (Profesora: si) (Bueno ahora si va a salir a hablar el apoyo) (aahhh)

LAURA: Bueno eh hay otro factor de lo que decían ellos que nosotras que tanto en la fuerza no somos igual que ellos pero la fuerza no solo va de manos y poder alzar las cosas sino mentalmente y nosotras somos más fuertes que los hombres en ese aspecto (risas)

ANSELMO:...en conclusión en conclusión les queremos decir pues que que ustedes para que nosotros nosotros las dejemos trabajar tienen que demostrarlo si no no van poder lograr lo que quieren/ no no es que sea machista sino que es la realidad (bravo muy bien)

GUALTEROS: Un gran ejemplo pero que pasa en mi casa mi mamá le dice a mi papá que haga que planche, y mi papá sabe planchar y el lo hace pero mi mamá no es capaz de ir a sembrar unas matas y mi mamá no lo hace por que no sabe y ella le da y ella no puede por que le da miedo partirse una uña o ensuciarse (voces protesta)

Este ambiente que empezó a generarse, promovió las interrupciones y comentarios por parte del grupo de las niñas, lo que llevó a que en varios momentos hubiese una regulación de atención y escucha por parte de los mismos estudiantes y de la profesora.

ANSELMO: ...por favor me dejan hablar yo las escuché/ otra es que las mujeres dicen que pueden hacer un trabajo un trabajo de fuerza o sea por qué no lo hacen por que se van a la prostitución (Aaaaaahh ) a otros métodos ¿por qué? O sea por que hacen eso entonces (bulla) (PROFESORA: Haber) niñas niñas por favor escúchenme ey por favor escúchenme

El tercer momento, pertenece a la contraargumentación, que estuvo influenciada por el momento anterior y llevó a un discurso más mediado por las emociones. Sin embargo, se muestra una planificación en el discurso individual cuando se retoma lo dicho por el integrante del grupo opuesto y luego se da el contraargumento.

MURILLO: Profe cuando ellas dijeron que sin ellas no hay pueblo para responder para ellas sin hombre tampoco hay pueblo por que entre ellos es que se hace la sociedad

El cuarto momento, corresponde a llegar a una conclusión y consenso del debate. Se escogió a un integrante de cada grupo para hacerlo, el cual organiza su discurso de acuerdo a lo percibido en el debate.

#### Acción del discurso individual

MURILLO: Mi conclusión fue que las mujeres dejaron en claro que ellas son mejores con todos esos argumentos yo creo que todos pensamos lo mismo (aplausos)

LAURA: Pues nuestra conclusión/ es que pues nosotras somos más organizadas tenemos mejores cosas que ellos para dar ellos ponen la fuerza nosotros ka inteligencia

#### Acción del discurso (grupo)

LAURA: mi compañerito y yo decidimos que uno no puede vivir sin el otro ellos ponen la fuerza y nosotras la inteligencia y los dos (señala con las manos un círculo de unión)

#### Video 10 sesión 14

Tema: Analizando la contraargumentación

FECHA: Diciembre 01 de 2008

Básicamente en este video, se presenta un proceso metaverbal de reflexión, que muestra las categorías emergentes de cuestionar, valorar y sugerir al grupo, asimismo, al grupo opuesto y a la actividad en sí; teniendo en cuenta diferentes aspectos en cuanto a la organización del debate y la contra argumentación

- Cuestionar la organización del discurso del grupo opuesto

La intencionalidad de pelear

La desorganización del tema

La inseguridad mostrada

Ejemplo:

LINA: Pues haber pues / pues primero ellos así tuvieran los temas ellos no buscaron como defenderse ellos sino como pelear con nosotras por que ellos sabían que si se ponían en contra de nosotras ya nosotras nos íbamos a rebotar

- Cuestionar la organización del discurso de su grupo

Desorganización en la presentación

Desviación del tema frente a los contraargumentos

Desviación del tema frente a lo planeado

Ejemplo:

LINA: por que cuando nosotras comenzamos a contraargumentar nosotros no contraargumentamos sino seguíamos con el tema en el que estábamos digamos ellos ahí peleaban y nosotros digamos no pero es que la otra empezó en esto en esto en esto ahí no se estaba contraargumentando sino dando más como argumentos (empezamos a salirnos del tema)

- Cuestionar la organización del discurso propio

Exceso de juzgamiento

Ejemplo:

ANSELMO: Profe no era que ellas sino que yo yo como que juzgaba demasiado el punto en que estaba y por eso fue lo que pasó...

- Cuestionar la actitud de los otros

Falta de escucha y respeto por la palabra

Ejemplo:

MAICOL: Es que él estaba hablando y ustedes interrumpían y no lo dejaban hablar

- Cuestionar la validez de los argumentos del otro

No hubo justificación para la conclusión del debate

Faltó profundización en los argumentos

Faltó prestar más atención a los contra argumentos

Ejemplo:

ANSELMO: a mí me parece que Murillo no no no hizo una conclusión bien por que el dijo ganaron ellas (aja) pero no dio un porque o de pronto no dijo que nosotros teníamos pensado hacer esto y esto y porque no paso esto sino que el de una vez dijo no ganaron ellos entonces

- Cuestionar la validez de los argumentos del grupo

Hubo contradicción

Poca pertinencia de los argumentos

Ejemplo:

LAURA: La otra cosa fue que nos contradecíamos contradecíamos decíamos o sea primero paso Lina y dijo que nosotras podemos ser madres no necesitamos a un hombre no se que y en la contraargumentación ellas decían bueno nosotras decíamos eh es que nosotras abortáramos por que nos dejaron nosotras no hacemos eso por que nos dejan los hombres nos contradecíamos.

- Cuestionar la validez de los argumentos de la actividad en general

Uso de pocos argumentos

Abuso de falacias (descalificativas)

Uso de argumentos inconclusos o poco profundos

Ejemplo:

ANSELMO: Profe eh los argumentos fueron muy como o sea eh muy como muy centrados como tres temas no mas en cambio eh había partes que uno podía como de sacar cosas como de contraargumentar.

- Valorar la validez del discurso del otro

Encuentro de posición neutra a la hora de concluir el debate

Hubo algunos argumentos válidos que se relacionaban con la tesis

Ejemplo:

NEISA: Yo digo que pues los debates que hicieron las mujeres fueron o sea válidos y argumentaron bien eso creo que fue lo que llamó más la atención

- Valoración de la organización del discurso de su grupo

Hubo participación de todos los integrantes del grupo

Ejemplo:

HASBLEIDY: Pues nosotros organizamos básicamente las ideas que tenemos todos dejamos que la mayoría participara aunque había unas que estaban como muy y nos debíamos un poquito del tema pero siempre atendiendo en lo de ellas con otra co con otras indicaciones

- Valoración de la organización del discurso del otro

Hubo la presentación de un plan argumentativo.

Ejemplo:

LAURA: Además ellos tuvieron un punto bien y fueron que al principio pasaron y dijeron primero vamos a hacer esto segundo vamos a hacer esto tercero vamos a hacer esto

- Sugerencia de elementos necesarios para la argumentación oral

Tener argumentos válidos y que se relacionen con la tesis

Claridad y pertinencia en la argumentación

Tener en cuenta las opiniones de todos los integrantes del grupo

Organizar bien las ideas

Tener calma y seguridad

Ejemplo:

HASBLEIDY: Pues depende tener en cuenta si somos un grupo tener en cuenta las opiniones de todos



HASBLEYDY: Organizar bien las ideas mantener un esquema específico de lo que vamos a hacer y hacia donde vamos

Video 11 sesión 15

Tema: Debate final

FECHA: Diciembre 03 de 2008

En este video, se evidencia el proceso metaverbal de planificación en cuanto a la acción del discurso, que fue el resultado de la organización del discurso en cada grupo, frente a la defensa de una propuesta publicitaria hecha por sus compañeros. Se observó una estructura de introducción, desarrollo y conclusión asimilada en la sesión 10 y sesión 13. La parte de la conclusión en algunos estudiantes es clara, es decir, con la que finaliza su discurso, sin embargo, en otros persiste la conclusión seguida de la adición de otros argumentos, que hacen perder la intencionalidad de la misma.

Conclusión con adición de argumentos

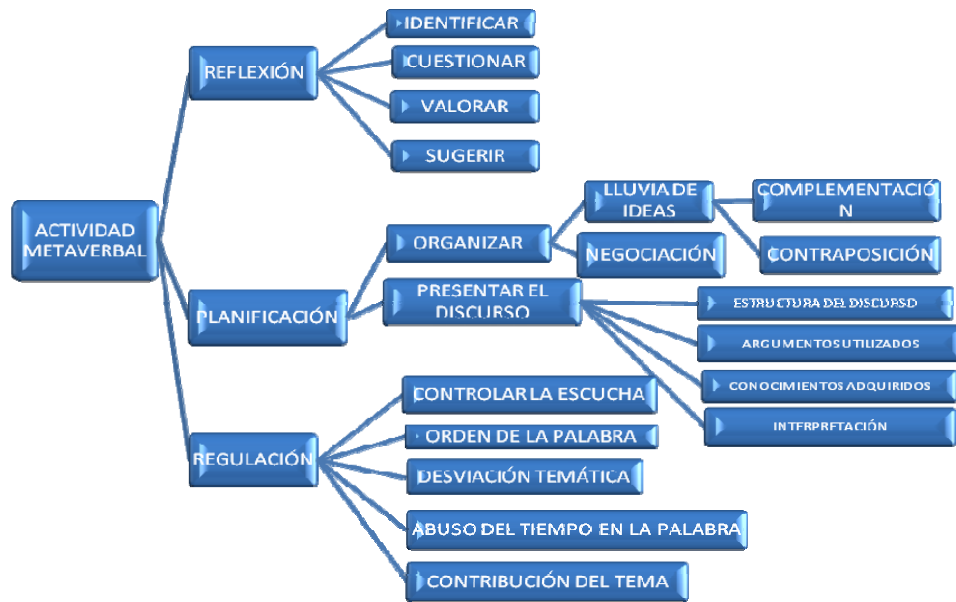
ANSELMO: Algo en conclusión pues les queremos decir que utilicen no nuestra vida ya que pues es muy corta eh pues debemos de pensar en cosas que que nos que que un ejemplo si nuestra edad va a llegar sese a los cincuenta años si uno cuida su planeta puede podemos tener una posibilidad de encontrarnos saludables llegamos a los sesenta a los treinta eh a los setenta entonces el espacio que tenemos eh utilicémoslo xxx

ANSELMO: Pues ya por terminar lo último que decimos es que pues ustedes sean más más pensativas y pues que a la próxima al realizar un mensaje publicitario utilicen xxx las xxx que afecte una parte del planeta o algo así

Conclusión sin adición de argumentos

LAURA: Creo que ya (Ingrid le comenta algo) bueno si fueron muy poquitos los errores que tuvieron en nuestra opinión estuvieron muy bien gracias

## Análisis de resultados de las actividades metaverbales



Como está mencionado en el diseño del proyecto didáctico, esta secuencia fue planeada con la actividad metaverbal como hilo conductor. Haciendo el análisis de cada uno de los videos, se encontró diferentes niveles de reflexión metaverbal emergentes que permitieron mejorar la argumentación oral de los estudiantes y que son fundamentales en la didáctica de la lengua castellana.

En la parte de la reflexión se evidenció:

- El cuestionar como una forma de no aprobar o poner en duda las actitudes, la organización del discurso, la validez del discurso, de la actividad en una mirada de sí mismo, del otro como grupo o como grupo opositor.
- De la misma manera, se encuentra una valoración, como una forma de aprobar lo que se ha hecho y lo que se ha logrado, a partir de comparaciones y explicaciones y en el mismo marco de ver al otro y de verse así mismo.

- Y por último, está el sugerir, como una forma de llegar a acuerdos y compromisos que permitan mejorar desde lo individual y lo colectivo todo el proceso de argumentación oral.

En la parte de planificación se encontró:

- La organización del discurso: es donde se muestra las reflexiones individuales que llevan a cada integrante del grupo a organizar sus ideas propias y llevarlas al grupo, donde se produce una lluvia de ideas, que luego establece un proceso de negociación a partir de la complementación y contraposición.
- Una acción del discurso: el cual es el resultado de ese proceso de negociación en grupo, el cual se muestra a partir de la estructura presentada (introducción, desarrollo y conclusión), los argumentos utilizados, los conocimientos adquiridos en cuanto a publicidad y sus mismas interpretaciones que provienen del contexto que los rodea.

En la parte de regulación

- Aunque la regulación se da en todos los momentos, ésta se identificó en los tiempos donde los grupos estaban organizando su discurso y en la acción del discurso y sucedía un rompimiento con esas normas o condiciones implícitas que de alguna manera se presentan y se mantienen en el contrato didáctico. Las regulaciones estuvieron enfocadas hacia un control de escucha, de orden en la palabra, de desviación temática y de abuso del tiempo.

### **7.3.2 LA ARGUMENTACIÓN ORAL INICIAL Y FINAL: UN PROCESO DE COMPARACIÓN A PARTIR DE UNA INTERVENCIÓN DIDÁCTICA**

Para el análisis se utilizó una lista de chequeo que sirvió como instrumento para elaborar un diagnóstico frente a la argumentación oral inicial que se organiza de forma grupal con aportes desde lo individual para poderla contrastar con la argumentación final después de la intervención didáctica. De igual forma, se hizo un rastreo de cómo fueron avanzando los estudiantes en el uso de diferentes tipos de argumentos en los momentos de la acción del discurso, (videos 1, 4, 5, 6, 7, 9 y 11) tomando como base la tipología expuesta en el capítulo del marco teórico, los cuales fueron codificados para mayor facilidad en el análisis.

#### **Lista de Chequeo**

Esta lista de chequeo prevé los procesos de planificación y presentación que se hace individual y grupal.

##### **Planificación- Individual.**

- ✓ Existe actitud de interés por participar
- ✓ Escucha a sus compañeros
- ✓ Brinda ideas para la construcción de argumentos válidos
- ✓ Participa de forma organizada

##### **Planificación- En grupo**

- ✓ Hay claridad frente a la intencionalidad de su argumentación
- ✓ Hay regulación de turnos de palabra
- ✓ Identifican al destinatario
- ✓ Organizan las ideas para presentarlas
- ✓ Anticipan los posibles argumentos del grupo opuesto

##### **Presentación**

- ✓ Presentan de forma organizada su discurso

- ✓ Desarrollan argumentos
- ✓ Elaboran una conclusión que permita reafirmar su la tesis planteada
- ✓ Existe la contra argumentación por parte del grupo opuesto

## CODIFICACIÓN DE ARGUMENTACIÓN

CLASIFICACIÓN	TIPOS DE ARGUMENTOS	CÓDIGOS
Argumentos basados en la realidad	De causa y consecuencia	ACC
	De autoridad	AA
	De Modelo	AM
	De beneficio	AB
Argumentos fundamentados en las relaciones analógicas (destinados a fundamentar la estructura de la realidad)	De comparación	AC
	De metáfora	AM
	De ejemplificación	AE
Argumentos afectivos	Por lo concreto	ACO
	Confianza en el emisor	ACE
	Slogan	AS
	Fetichismo de masas	AF
	Uso de prejuicios	AP
	Recurso a la tradición	AR
Falacias	Ataque y descalificación personal	FDP
	El recurso a la misericordia	FR
	Falsa autoridad	FA
	Argumentos demagógicos	FD
	Argumentos basados en el poder	FAP
	Falsa causalidad	FC
	Metáforas y comparaciones que no se relacionan con la tesis o que no tienen validez	FMC

### Análisis

Video 1 sesión 1

Tema: Primer debate

FECHA: 1 de agosto de 2008

Este video se observa como en la organización del discurso algunos estudiantes muestran interés en participar, pero otros se limitan a escuchar. Hay mucho desorden para tomar la palabra, algunos hablan al tiempo y no escuchan los aportes de los otros compañeros. En el grupo A se evidencia falta de claridad con el objetivo de la actividad y sus argumentos son más creación de la persona líder a partir de la improvisación, ejemplo:

ANSELMO: El primer comercial es que nosotros miramos como el primer comercial se dio algo positivo es como hacer que el antitranspirante pues es algo positivo porque es para nuestra higiene el segundo comercial no está muy positivo porque.

PROFESORA: no solo debes hablar de aspectos positivos

ANSELMO: solo de aspectos positivos

En el grupo B la persona líder tenía mayor claridad frente a esto

HASBLEIDY: El primer comercial pues todos llegamos a un acuerdo de que en el comercial presenta una muchacha muy obsesiva por ejemplo que es muy exagerado porque pasa un hombre de chocolate y se le cayó un brazo aunque es muy ficticio que se le cae la nariz y se lo comen...

Otro aspecto que se evidencia en ambos grupos, es la falta de planificación previa que les permita presentar de forma organizada los discursos con una conclusión que reafirme la tesis planteada. Hay poca utilización de argumentos, se basan más en la opinión y en algunos casos particulares sin ninguna justificación. Frente a esto, el resto de compañeros desarrolló poco la contraargumentación como consecuencia del poco interés de los estudiantes para escuchar

ESTUDIANTE	TIPO DE ARGUMENTO	SÍNTESIS DE LO EXPRESADO	EJEMPLO
Anselmo	AB	-Para la higiene -Para prestar mejores servicios	<i>...es como hacer que el antitranspirante pues es algo positivo porque es para nuestra higiene(AB)</i>
Hasbleidy	AE	-Uso de la exageración	<i>...Es ilógico y no es apto para</i>

	ACC	-No apto para menores de edad -Promueve la desobediencia en los niños	<i>niños de cierta edad por ejemplo niños entre los 9 1 10 años en que se empiecen a arden la oreja y la cola y lo están cogiendo por allá manoseándolo (ACC)</i>
Laura	Contra argumento	-Identifica una falsa causalidad en el argumento contrario	<i>...en el comercial del niño él no habla de fútbol sino habla como si estuviera dando una explicación futbolística a la mamá</i>
Lina	Opinión	- Poco uso de argumentos en lo positivo	<i>... creo que le faltaron decir más cosas de lo positivo</i>

#### Video 4 sesión 8

Tema: Análisis y exposición de mensaje publicitario

FECHA: Octubre 29 de 2008

En este video se muestra una mayor apropiación del objetivo de la actividad, hay una estructura organizativa del discurso en cuanto a los elementos del mensaje publicitario o los elementos de la comunicación, pero no se encuentra ninguna introducción ni conclusión al respecto, al presentar su discurso

HASBLEIDY: Este cartel según este cartel se utiliza una mujer xxx dando credibilidad al producto que supuestamente eeehhh reduce líneas de expresión en la mujer mas o menos como disminuir 10 años de edad eeehhhh mas que todo es un producto que utiliza a una mujerrr una mujer joven para darle la mayor credibilidad al producto eeehh el mensaje es uuummmm reduce líneas de expresión y hasta diez años de edad eeehhh mas que todo este producto se trabaja una marca solamente enfocada hacia mujeres ya mayores de que te digo 40 años eeehhh la mujer en este cartel dice que tiene 43 años y se ve de mucho menos edad básicamente eso es lo que trabaja el cartel

Los argumentos están basados en el mensaje publicitario y en el caso de Lina con un poco más de interpretación y opinión, que llevó a que el resto de compañeros que estaba escuchando la cuestionara sobre la validez de los mismos, indicando esto que hubo mayor escucha y atención en el grupo.

LINA: Mi grupo y yo decidimos hacer el sony Ericson W 910 por que el significado es que los jóvenes de ahora más que todo los jóvenes se dejan guiar por la tecnología quieren siempre estar actualizados entonces ellos aquí dice que se ganaron un premio como el mejor teléfono del mundo entonces todos lo quieren tener para lucirse y querer ser pues (gesto con las manos de algo bueno) el significante es que al tener el celular va a tener más aceptación en la sociedad el mensaje es que si uno quiere ser quiere ser más importante en una sociedad debe tenerlo yyy los elementos de comunicación son que el emisor utiliza colores fuertes llamativos para que las personas se fijen más rápido en él y pues con la tecnología como es el último modelo casi todos lo quieren tener y hacen lo posible para tenerlo alguien tiene alguna pregunta

ESTUDIANTE	TIPO DE ARGUMENTO	SINTESIS DE LO EXPRESADO	EJEMPLO
Hasbleidy	AE	Crema antiarrugas	Pues suponiendo que yo tuviera esos problemas pues de pronto por que básicamente uno en esa edad se deja llevar por todo por mantenerse bien (AE)
Lina	ACC FC AF AC AE	Los jóvenes guiados por la tecnología para lucirse  Los colores influyen en la escogencia del celular  Para ser reconocido se debe vestir bien, estar a la moda  A los abuelos solo les importa los celulares para llamar al contrario de los jóvenes.  No recibiría un celular regalado sin radio y sin cámara	por que el significado es que los jóvenes de ahora más que todo los jóvenes se dejan guiar por la tecnología quieren siempre estar actualizados entonces ellos aquí dice que se ganaron un premio como el mejor teléfono del mundo entonces todos lo quieren tener para lucirse y querer ser pues (ACC)
Laura	opinión	No encuentra relación de los argumentos utilizados con lo planteado	Bueno yo no entiendo ella porque dedujo eso en solo ver un celular viene aquí están hablando del celular de lo bueno que es el celular y ella viene a hablar de la sociedad y de la aceptación que tenemos



			con él
Anselmo	ACC	Tiene muchos amigos aunque no tiene celular	Eehh pero que iba a decir yo no tengo celular yo no tengo celular y nunca he tenido y por qué tengo tanto amigos

### Video 5 sesión 10

Tema: Planeando un discurso para convencer

FECHA: Noviembre 13 de 2008

En esta sesión se organizaron grupos de trabajo que se trataron de mantener en el resto de actividades de la secuencia didáctica y donde muestran aún más interés por la organización del discurso argumentativo, ya que los integrantes dan sus ideas con una regulación de orden y escucha. Todos participan y crean una organización que ya posee una presentación del tema, un desarrollo y una conclusión que aunque tiene fallas ya es tenida en cuenta. Otro aspecto que aparece en este video es pensar en el destinatario, para que éste se afecte y escoja su publicidad.

LINA: o sea usted dijo el sentimiento toca meterle el sentimiento de culpa o sea (aaahh) si porque uno dice vea nosotros tenemos muchos privilegios y los del campo no se ve nosotros tenemos que hacer tener el sentido de culpa

- Argumentos utilizados en el discurso argumentativo

Los argumentos aquí analizados corresponden al discurso argumentativo, resultado de la organización en grupo

ESTUDIANTE	TIPO DE ARGUMENTO	SÍNTESIS DE LO EXPRESADO	EJEMPLO
Anselmo	FD ACC AS FMC	-La educación como un derecho sagrado -Aprovechar la educación, no desperdiciarla -Todos sin ninguna diferencia tienen derecho a la educación	todos tenemos el mismo derecho sea estrato mil sea estrato el que sea tenemos derecho a estudiar a tener un nuevo aprendizaje para más adelante poder ser alguien poder ser alguien con conocimientos que debe hacer y que no debe hacer (ACC)

			la J que es de Justicia Justicia para estos niños estos niños que no pueden estudiar justicia (FD)
Lina	ACC FD AE AC FMC	-Pocas oportunidades para progresar para algunos niños -Desperdicio de la educación por algunos estudiantes - Hay niños que no pueden estudiar por ser trabajadores o por la guerra de este país	es una persona confundida una persona triste es una persona que se está imaginando en un colegio en unos materiales que puede utilizar allí pero esa persona no lo puede tener o sea y esa persona lo que se pregunta es que porque hay personas que lo tienen y no lo aprovechan (FD)
Laura	AM FC	-perdida de la libertad -poca preocupación de la gente por este tema	Porque el negro representa la seriedad pues la libertad es un tema de mucha seriedad representa tristeza (FC)
Hasbleidy	ACC AM FC	-La libertad -Los elementos publicitarios utilizados (planos, colores, slogan, etc.)	el hada es un ser humano que tiene alas y nosotros también podemos hacer volar nuestra imaginación que cada uno tiene sus alas (AM)
Erick G.	ACC	-Existencia de la discriminación -En algunas regiones los negros no pueden estudiar -Debe haber igualdad de derechos para todos	podemos apreciar tenemos a un señor negro porque es que mucha gente discriminamos a los negros por solo por solo su piel si entonces acá el negro esta señalando acá que todos somos colombianos y somos iguales entonces con la bandera de Colombia (ACC)

Aparecen también otros términos, como slogan, logotipo, primer y segundo plano, lema, cartel. Ejemplo:

Hasbleidy: el dibujo si se nota más de cerca se puede ver que el eslogan está en **primer plano** y la y la hada ya puede pasar a un **segundo plano** está como en la lejanía pero se sigue notando más que el **eslogan**

Video 8 y 9 sesión 13

Tema: Organización de debate

FECHA: Noviembre 27 de 2008

En esta sesión ya había conocimiento de los tipos de argumento y falacias que se podían encontrar en un discurso y de la misma manera,

algunos aspectos de la contra argumentación. Estos dos videos muestran tres momentos. El primero donde se graban algunos instantes de la organización del debate por cada grupo y se encuentra una mayor concientización del destinatario, de sus posibles argumentos y de los posibles contra argumentos que puedan darse, como se mencionó anteriormente.

Ejemplo:

LINA: Los hombres lo que van a utilizar en contra de nosotras sabe cual es? que nosotras somos más delicadas y somos más limpias que ellos y por eso ellos lo van a utilizar en contra de nosotras entonces nos toca que argumento vamos a utilizar que al menos nosotras podemos ser limpias y organizadas pero podemos ser pensantes

El segundo momento corresponde a la acción del discurso, que al igual que en el video anterior, existe una estructura organizativa por medio de una presentación del tema (tesis que se va a defender) y en el desarrollo se nota la división de argumentos que a cada persona le corresponde (pareja representante de cada grupo).

Ejemplo:

HASBLEIDY: Pues nosotros vamos a hablar sobre los diferentes las diferentes sobre las mujeres y las diferentes capacidades que tenemos para desarrollar en los diferentes trabajos así sean de fuerza o más que todo como su nombre lo denomina varoniles

LINA: Exacto machismo eh los los argumentos que nosotros tenemos para sacar está introducción la primera es que nosotras damos vida porque? Por que sin la mujer no hay pueblo ehhhh ustedes se preguntarán pues porqué por que pues los hombres no tienen la capacidad que tenemos de nosotras dee

HASBLEIDY: Como se puede denominar de aguante o de empuje mas que todo

- Argumentos utilizados en el discurso argumentativo (resultado de la organización del discurso en cada grupo. En el grupo de las niñas aparece Lina y Hasbleidy que son las representantes del grupo de la niñas y Anselmo como representante de los niños )

ESTUDIANTE	TIPO DE ARGUMENTO	SÍNTESIS DE LO EXPRESADO	EJEMPLOS
Lina	FC ACO FD AE FDP AP	<p>-Mujer símbolo de vida y pueblo</p> <p>-El desarrollo de capacidades y físicas de las mujeres a causa del autoritarismo del hombre.</p> <p>-Mujeres como punto de apoyo de los hombres</p> <p>-Aprovechamiento de los hombres hacia las mujeres a causa de su inocencia.</p> <p>-Los hombres han maltratado y abusado a las mujeres por mucho tiempo.</p> <p>- Los hombres nunca han creído en las capacidades de las mujeres y las han desvalorizado por mucho tiempo.</p> <p>.</p>	<p>Bueno otro argumentación es que ustedes muchas veces les echan la culpa a las mujeres de las infidelidades (AP) pero lo que pasa es que pues el argumento que nosotras ahí utilizamos es que ustedes abusan de la confianza y de la inocencia de las mujeres y pues como las mujeres damos pié de apoyo y siempre estamos ahí en la línea con ustedes apoyándolos se sobrepasan de eso y nos hacen ponernos en nuestro punto (FC)</p>
Anselmo	FC ACO FD AE FDP	<p>-Las mujeres no son capaces de sostener un hogar</p> <p>-Llevan a los hijos a pedir dinero en lo semáforos</p> <p>-Hay mujeres en la prostitución.</p> <p>-Los hombres también son capaces de sostener un hogar</p> <p>-Las mujeres se la pasan pidiendo plata</p> <p>-La mayoría de medallas de oro en los juegos</p>	<p>Nosotros pero por que en en la televisión muestran que las mujeres utilizan a los niños a los niños para llevarlos a un semáforo a pedir plata (FC).</p> <p>aquí en este salón y creo que cualquiera de ustedes las mujeres eh aunque no estoy seguro de eso pero yo creo que sí alguna de ustedes las mujeres pueden vivir solamente con su papá y y aquí están si si me si me entienden (ACO)</p>

		olímpicos las ganaron hombres	
Hasbleidy	ACC AC AA	<p>-Promulgación de derecho de la mujer al voto en 1954.</p> <p>-Los hombres se sienten amenazados en el siglo XX porque las mujeres se desempeñan en cargos de alto mando.</p> <p>-Hay descalificación por parte de los hombres hacia las mujeres.</p> <p>-Las mujeres siempre han sido el apoyo para los hombres.</p> <p>-La mayoría de los hombres dicen que las mujeres son muy apegadas y los hombres son autoritarios.</p> <p>-Los hombres no son tan responsables como las mujeres</p>	<p>Mas a fondo vamos a utilizar un argumento más que todo de autoridad en 1954 se fue desarrollada la ley al senado que denominaba que la mujer tenía derecho al voto y a desarrollar diferentes tipos de trabajo los cuales los hombres se sintieron amenazados en la época del siglo XX (AA).</p> <p>Digamos nosotras la mayoría de hombres dicen que las mujeres somos muy apegadas sí? Eh los hombres son autoritarios (AC)</p>

Se observa como va en aumento el uso de argumentos por parte de cada grupo con respecto al video 1, el cual tenía las mismas condiciones de esta actividad. Sin embargo, se evidencia que la mayoría de argumentos están basados en su opinión y que utilizan los argumentos de prejuicio, falsa causalidad, falacias de descalificación personal, de comparación, ejemplificación, etc., que están muy relacionados con lo que ellos viven a diario en su casa, lo que ven en los medios de comunicación y dentro del colegio.

El tercer momento corresponde a la contra argumentación, después de haber escuchado a los representantes de cada grupo. Aquí la participación fue libre, es decir, todos los integrantes del grupo podían hacerlo, en el momento que les correspondía. (Solo se tomaron para el análisis los argumentos realizados por los estudiantes seleccionados)

- Argumentos encontrados en la contra argumentación

ESTUDIANTE	TIPO DE ARGUMENTO	SINTESIS DE LO EXPRESADO	EJEMPLOS
Lina	ACC AE FCC AE	-Una de las causas por la que la mujer no se pudo desarrollar científicamente en la historia fue el machismo. -Sin los hombres puede haber vida gracias a los adelantos científicos. -Hay empresa como Pat Primo donde trabajan solo mujeres y pueden alzar telas muy pesadas. -La prostitución es promovida por el hombre. - El aborto es consecuencia de los problemas económicos. -Hay mujeres también famosas como Shakira	...pues el dice que las mujeres no han inventado nada pues yo le yo le respondo por que simplemente por que cuando empezaron a hacer los inventos habían mucho machismo no dejaban que las mujeres hicieran nada ahí todavía no había salido la carta magna y usted y ustedes que por eso por que siempre desprestigiaban el trabajo de las mujeres y por eso no pudo haber ningún invento hacia una mujer (ACC).
Anselmo	AC AP ACC FC AE FDP FMC ACO	-El hombre fue el que gestionó los derechos de la mujer. -La historia y los medios dicen que la mujer salió del hombre. -Los hombres en su mayoría son los que han hecho más inventos (teléfono, sillas, etc.) -Los hombres son los que gestionan los papeles para las ayudas a las madres cabezas de hogar. -Los hombres no pueden dejar que las mujeres se	...Yo digo una cosa pues ellas son las más inteligentes pueden ser solamente/ yo les hago una pregunta ¿Quiénes han sido los que han inventado el teléfono eh los carros eh los aviones con los cual volamos eh los barcos con los cuales navegamos por el agua eh etc.(AE)  ...quienes son los que hacen las gestiones para que las mujeres cabezas de hogar y después dicen que las mujeres pueden mantener un hogar solas (FC)/eh o sea para que hiciera un préstamo para que si puedan

		<p>desempeñen en trabajos pesados.</p> <p>-Los hombres abandonan a la mujer porque ellas son infieles o molestan mucho.</p> <p>-Las violaciones no solo se dan en las mujeres, también en los hombres.</p> <p>-Las mujeres que ganaron una medalla de oro fueron entrenadas por un hombre.</p> <p>-La prostitución no es generada por los hombres, sino por la poca valoración que tienen las mujeres hacia ellas.</p> <p>-Algunas mujeres explotan a sus hijos poniéndolos a trabajar en la calle.</p> <p>- No es cierto que la mujer pueda tener hijos sin la ayuda del hombre, ya que para fecundar se necesita del semen donde se encuentran los espermatozoides.</p> <p>- Las mujeres no tienen la capacidad de mandar como la tienen los hombres y por eso se ha tomado el poder.</p> <p>- Hay familias donde la mujer puede trabajar y no quiere.</p>	<p>lograr eso quienes son? Si me entiendes? Son los hombres ( voces)</p> <p>...pero se que se que ningún hombre dejaría que una mujer alzara trabajara en unos trabajos tan pesados (AP)</p> <p>...que primero que para fecundar un niño no es solamente el hombre el que lo hace lo hace la mujer y el hombre si me entiende (ACC) segundo no solamente el hombre deja a la mujer porque quiere hay veces que el hombre encuentra a la mujer con otro hombre o son muy fastidiosas (FC).</p> <p>dice Dayana que las mujeres que la que había ganado una medalla de oro o plata había sido una mujer (al fondo dicen de oro) por quien fue entrenada la mujer por hombres yo si sé quien fue pero no me acuerdo el nombre (AE)</p>
Hasbleidy	AC AA AE ACC	<p>-La carta Magna promulgada en 1954 que establece el derecho al voto de la mujer.</p> <p>-En muchos caso los inventores estuvieron apoyados por sus mujeres.</p> <p>-No se puede establecer si el hombre corre más que la mujer hasta no verlos correr al mismo tiempo.</p> <p>-Somos un país</p>	<p>...Pues yo le yo le voy a responder lo que me dijo Anselmo y le voy a preguntar otra cosa/ primero usted me preguntó que qué quien planteó lo que yo dije de la ley de la carta magna si? Pues eso fue un hombre que mando la carta al senado por que encontró los derechos violados de las mujeres en en mil quinien en 1954 y fue un hombre y y también fue apoyado por las mujeres y ese fue un decreto</p>

		<p>subdesarrollado y machista donde no se tienen facilidades para que las mujeres accedan a trabajos importantes y tampoco hay aceptación de que se tienen las mismas capacidades que un hombre.</p>	<p>aprobado también por un hombre.</p> <p>...sobre lo que dijo Gualteros pues que en muchos casos los inventores también tuvieron apoyo de las mujeres como ayudantes o asesoras en cualquier cosa y eso lo pueden buscar en cualquier en cualquier libro</p>
Laura	AE AP AC ACC FC	<p>-La fuerza no sólo está relacionada con las manos sino con la inteligencia y las mujeres son más fuertes mentalmente.</p> <p>-A pesar de que haya salido la carta Magna aún existe el machismo ya que se hace algo importante y no es conmemorado.</p> <p>- El aborto es causado por problemas psicológicos y sentimentales, pero una mujer en todo su esplendor no lo hace.</p> <p>-Pudo haber inventos importantes hechos por una mujer que tuvo que utilizar el nombre de un hombre, ya que esto le era prohibido al igual que pasó con algunas escritoras.</p> <p>-Las mujeres buscan trabajos fáciles por el rechazo de la sociedad.</p> <p>- La mamá es quien maneja el carro de la casa y lo hace mejor que su papá</p>	<p>...pero quiero que les quede claro que si que si una mujer decide abortar por que un hombre la deja es por que le causa problemas `psicológicos y sentimentales eso lo hacemos en cambio una mujer en todo su esplendor y bien no aborta (ACC).</p> <p>...sobre lo que lo que la profesora nos decía de una monja que como las mujeres no podían escribir no podían tener entonces ella se hacía pasar por un hombre ustedes se acuerdan? ¿Si me entienden? Pudo haber pasado lo mismo con los que inventaron todo eso o sea (ACC)</p> <p>...si las mujeres buscamos los trabajos mas fáciles es por que ustedes como hombres y como sociedad nos rechazan por que simplemente ustedes creen no somos capaces de hacer eso por que por eso es que una mujer se prostituye (FC)</p>
José Neisa	FC	<p>-Casi todos los experimentos del mundo son hechos por los hombres.</p> <p>-Los hombres son los que han inventado las cosas para las mujeres (champú, las ollas, el</p>	<p>Casi todos los experimentos del mundo son de los hombres no he visto ningún experimento de la mujer nosotros inventamos cosas para las mujeres lo que es el champú (De Diego: la cocina, las ollas los platos) el jabón la cocina, las ollas todo</p>



		<p>jabón, etc.)          -Como ya hubo la liberación de las mujeres es hora de que ellas inventen algo.</p>	<p>(FC)          hubo machismo pero a la vez como ya ellas se pudieron ya liberar entonces yo ya creo que ellas también en este momento en esta época ellas ya hayan podido inventar algo eso es una liberación que ellas también puedan inventar algo (FC)</p>
Erick G.	<p>AC          AE          FC          ACC</p>	<p>-Las mujeres no son fuertes mentalmente ya que deciden abortar o que alguien les ayude a mantener a su hijo          -Los hombres han inventado muchas cosas como las casas.          -Los hombres saben manejar las herramientas que las mujeres.          -El papá se desempeña muy bien en las labores domésticas pero la mamá no le gusta sembrar porque no le gusta ensuciarse.          - La mujer en la época de las cavernas fue la que decidió quedarse en las cuevas y no hacer nada, mientras el hombre salía a cazar.          - Hay empresa manejadas totalmente por hombres, los cuales son muy ricos como Microsoft y Google.          -Se ha visto familias donde las mujeres no quieren trabajar.          - Se podrá saber si la mujer puede vivir sin el hombre ya que está pronosticado que los cromosomas del hombre desaparecerán en 2588 años.</p>	<p>Por que por que qué por que el hombre ha inventado muchas cosas que las mujeres no (AC) por ejemplo para construir las casas el hombre fue el que las creo el que las inventó (AE) las herramientas sabemos usarlas mejor que ustedes (AC)</p> <p>Un gran ejemplo pero que pasa en mi casa mi mamá le dice a mi papá que haga que planche, y mi papá sabe planchar y el lo hace pero mi mamá no es capaz de ir a sembrar unas matas (AC)y (AE) y mi mamá no lo hace por que no sabe y ella le da y ella no puede por que le da miedo partirse una uña o ensuciarse (AP)(voces protesta)          Que cuando dijeron que las mujeres son mentalmente mas fuertes pues eso yo lo dudo a veces por que a veces ellas no tienen algo digamos en el embarazo si me entiende? ellas dicen que son más fuertes mentalmente por que en el momento de ellas decidirse si van a abortar o lo van a tener (FC)</p>

Esta parte de contraargumentación, los estudiantes toman el argumento anteriormente mencionado y plantean su contraargumento. Para ello buscan diferentes estrategias y nuevamente se evidencia una argumentación más basada más en la opinión, sin embargo se hacen evidentes algunos que tienen una base histórica.

Otro elemento que se presentó en estos dos videos fue la intencionalidad de querer ganar a toda costa, y ello llevó a unos argumentos descalificativos y a desarrollar muchas falacias para defender su postura, lo que produjo un ambiente tensionante y descortés, es decir, una estrategia opuesta a lo que se pretende en la argumentación oral que es: “regular la interacción que permita salvaguardar la imagen del emisor y no agredir al destinatario en una situación controvertida donde se debe mantener una situación de cooperación favoreciendo formas de acuerdo que permitan conducir sin tensiones una situación argumentativa” (Cros, 2005).

Video 11 sesión 15

Tema: Debate final

FECHA: Diciembre 03 de 2008

A partir de la elección de dos propuestas publicitarias, cada grupo optó por una, la cual debían defender como la mejor propuesta. Para ello cada grupo planeó y elaboró un discurso argumentativo que sería presentado en clase. Esta planeación será analizada desde la acción argumentativa. En esta presentación de discurso argumentativo hay una claridad frente a la intencionalidad de la argumentación, que es la defensa de una propuesta publicitaria.

Ejemplo:

ANSELMO: lo que vamos a hacer es posición vamos a defender un con eh con argumentos validos la importancia que tiene el planeta

LAURA: Mi grupo esta conformado por Hasbleidy, Briggit, Ingrid, Yesica y yo nosotros somos un grupo neutro no vamos ni por mas metros ni por cuida tu ciudad eh vamos a exponer eh acerca de la opinión del publico y también nuestra opinión del publico

Se mantiene una estructura de introducción, desarrollo y conclusión. Anselmo en esta introducción nuevamente presenta el plan organizativo de su discurso, pero a diferencia del video 8 (no siguió la planificación), hay una postura más tranquila, cortés y se ciñe a lo planeado.

Ejemplo:

ANSELMO: También vamos a dar nuestro puntos en pro y en contra también vamos a ampliar sobre la crítica que le damos al mensaje publicitario lo más lejos vamos a utilizar el siguiente orden eh primero vamos a hablar sobre la tema que esta basado en los mensajes publicitarios y la influencia que tiene sobre el planeta segundo impacto que tiene el mensaje tercero efectos que tiene el mensaje

Lina también muestra mayor serenidad en su discurso, usa un lenguaje más cordial, pensado en el destinatario y se nota una organización de las ideas al presentarlas.

Ejemplo:

LINA: Eh pues el mensaje publicitario está basado en algo muy importante lo cual estudia la ciudad por ello nos parece importante y pertinente escoger ese tema y tomar una posición favorable frente a ello/ pues todos sabemos que dependemos del medio ambiente es nuestro hogar de vivencia.

Sin embargo, al final Lina y Anselmo concluyen su discurso con argumentos descalificativos que no se relacionan con lo inicialmente planteado, tal vez por los nervios y la ansiedad que generalmente los acompaña.

Ejemplo:

ANSELMO: Pues ya por terminar lo último que decimos es que pues ustedes sean más más pensativas y pues que a la próxima al realizar un mensaje publicitario utilicen xxx las xxx que afecte una parte del planeta o algo así

ESTUDIANTE	TIPO DE ARGUMENTO	SÍNTESIS DE LO EXPRESADO	EJEMPLO
Anselmo	ACC AC AB FC	-La música se conecta con las imágenes. -Al botar basura es como botar una parte de nosotros en un lugar no adecuado. -Se encuentran elementos importantes para la vida. -No hay lógica en el comercial "no más metros" porque no había seriedad con lo que se estaba haciendo.	La música se encarga de hacer un conector con las imágenes por que en la música nos decía como no riegues tu tu sangre por ahí entonces.(ACC)  ...el basurero como que ilustra que estamos botando como una parte de nosotros en vez de botar esa basura ahí se debe buscar un lugar adecuado para eso (AC)
Lina	AE AB AC ACC FC	-Ayudar a concientizar a las personas sobre la importancia de cuidar el medio ambiente. - El medio ambiente es un tema más importante que el tema de la figura. -Las imágenes del comercial hablan por sí solas sin la necesidad de diálogos ni personajes. - Se informa de momentos muy duros de la actualidad. - El tema de la figura solo afecta a personas con muy baja autoestima. - la música utilizada en "no mas metros" no estuvo relacionada con el mensaje.	eh muchas veces uno cree que seguramente que si uno ve un papel botado y uno no lo boto uno no lo recoge es así nosotros lo que queremos es que ustedes elijan ese ese comercial para que ayuden a concientizar a las demás personas sobre la importancia que tiene cuidar el medio ambiente.(AB)  ...los efectos pues para mí la música fue algo de bastante que? Por que nos daban a conocer momentos muy duros que se viven en la actualidad (ACC)
Laura	AC ACC	-Las dos propuestas no son comerciales sino campañas publicitarias. - La campaña de "cuida tu ciudad" tuvo impacto con la música utilizada y las imágenes utilizadas. - La campaña de "no más metros" fue chistosa e impactó en el público.	Eh sobre cuida tu ciudad estuvo bien tuvo o sea lo que más impacto en el video de cuida tu ciudad fue la música como ya nos decía la profe Ingrid si ustedes piensan en la canción de una vez se nos viene a la mente las imágenes cierto.(ACC)  Eh en "no más metros" también estuvo muy bien me pareció

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tuvo mayor impacto "no mas metros" en los jóvenes</li> <li>- En "no mas metros" se escuchó más la música que las voces y esto es una falla.</li> <li>- La secuencia de "cuida tu ciudad fue muy larga y esto puede aburrir.</li> <li>- Ambas fueron buenas propuestas y tuvieron pocos errores</li> </ul>	<p>excelente tuvo un impacto bueno en el publico por que fue muy chistoso cierto? Entonces nosotros de una veíamos como ellos lloraban como hacían ejercicio como esto y lo otro y nos reíamos mucho (ACC)</p>
--	--	--	--

Otro punto que se percibe en el discurso de Anselmo y Lina es una anticipación a los posibles argumentos del grupo opuesto ya que sabían que esa era una posible crítica, porque el comercial solo presenta fotos.

Ejemplo:

Lina: Eh también lo de las imágenes no se necesita que aparezcan las imágenes con gente llorando ni que aparezcan las imágenes actuando por que las imágenes hablaban por ellas solas no se necesitaba decir una palabra para entender para decir esas imágenes fin

En el grupo de Laura hubo una mayor cortesía, hicieron una crítica a ambos comerciales y destacaron de cada uno sus fortalezas, para ello tomaron sus conocimientos de mensaje publicitario en cuanto impacto y estrategias que puede utilizar un publicista. De igual manera ya los argumentos no solo se basan en la simple opinión, sino existe una justificación en ellos.

Ejemplo:

LAURA: Eh sobre cuida tu ciudad estuvo bien tuvo o sea lo que más impacto en el video de cuida tu ciudad fue la música como ya nos decía la profe Ingrid si ustedes piensan en la canción de una vez se nos viene a la mente las imágenes cierto?

- Argumentos utilizados en el discurso argumentativo

En el seguimiento de tipos de argumentos, se nota que ya se utilizan pocas falacias en su discurso, lo que permite ver un lenguaje más objetivo y con un carácter de mayor validez que permitiría llevar a un destinatario, que tiene un sistema de valores y creencias diferentes, a estar de acuerdo con el punto de vista propuesto.

### **Análisis de resultados de la argumentación oral**

<b>PLANIFICACIÓN INDIVIDUAL</b>	<b>VIDEO 1</b>	<b>VIDEO 4</b>	<b>VIDEO 5</b>	<b>VIDEO 8 Y 9</b>	<b>VIDEO 11</b>
Existe actitud de interés por participar	Poco	Si	Si	Si	Si
Escucha a sus compañeros	Poco	Si	Si	Si	Si
Brinda ideas para la construcción de argumentos válidos	Poco	Si	Si	Si	Si
Participa de forma organizada	No	Si	Si	Si	Si
<b>PLANIFICACIÓN EN GRUPO</b>					
Hay claridad frente a la intencionalidad de su argumento	Poco	Si	Si	Si	Si
Hay regulación de turnos de palabra	No	Si	Si	Si	Si
Identifican al destinatario	No	No	Si	Si	Si
Organizan las ideas para presentarlas	Poco	Poco	Si	Si	Si
Anticipan los posibles argumentos del grupo opuesto	No	No	No	Si	Si
<b>PRESENTACIÓN</b>					

<b>Presenta de forma organizada su discurso</b>	<b>No</b>	<b>Poco</b>	<b>Si</b>	<b>Si</b>	<b>si</b>
<b>Desarrollan argumentos</b>	<b>Poco</b>	<b>Poco</b>	<b>Si</b>	<b>Si</b>	<b>Si</b>
<b>Elaboran una conclusión que permita reafirmar la tesis planteada</b>	<b>No</b>	<b>No</b>	<b>Poco</b>	<b>Si</b>	<b>Si</b>
<b>Existe la contraargumentación por parte del grupo opuesto</b>	<b>Poco</b>	<b>Poco</b>	<b>Poco</b>	<b>Si *</b>	<b>Si</b>

Haciendo una comparación de los niveles de argumentación oral inicial de un grupo de estudiantes (video 1) con la argumentación oral final (video 11) de los mismos y el impacto que tuvo la secuencia didáctica en ello, se pudo evidenciar un mejoramiento en los siguientes aspectos:

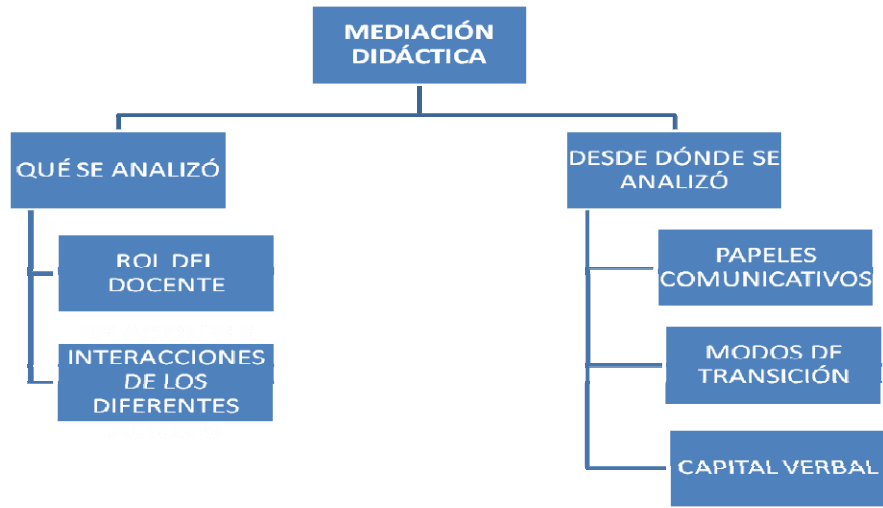
- En cuanto a la planificación individual hubo mayor interés por escuchar los argumentos de sus compañeros, que les permitieron valorarlos y contraargumentarlos si era el caso, de una forma más organizada con ideas ya más reflexionadas superando la espontaneidad de la oralidad.
- Hay una mayor concientización de la planificación en la argumentación oral que debe tener en cuenta las características del destinatario, (valores, creencias, intereses, etc.), sus posibles argumentos y contraargumentos para poder defender, convencer, o llegar a un consenso.
- Presentan de forma organizada su discurso, en los cuales utilizan ya una introducción, un desarrollo y una conclusión. En la introducción dan a conocer su plan argumentativo, el cual es realizado de acuerdo a éste, aunque falta mejorar la parte de la conclusión que aún evidencia olvidos o improvisaciones de última

hora, donde después de concluir añaden otros argumentos y hacen perder el objetivo.

- El tipo de argumentos que manejaban inicialmente los estudiantes estaba basado en opiniones que en la mayoría de casos eran injustificadas. Con el proceso realizado los estudiantes son más concientes de la existencia de una gran cantidad de argumentos y de falacias que pueden ayudar en hacer más verosímil su discurso.
- De la misma forma quedó claro que argumentar, no es pelear, sino convencer con argumentos válidos con un lenguaje apropiado, que no descalifique, sino al contrario, sea cortés y lleve a los destinatarios a tomar una posición favorable frente a la tesis planteada.



### 7.3.3. MEDIACIÓN DIDÁCTICA: INTERVENCIÓN Y NEGOCIACIÓN



En esta categoría se destaca por un lado, el rol de la docente en lo que tiene que ver con los papeles comunicativos, así como los modos de transición y capital verbal tanto de la profesora como de los estudiantes; además mirar las relaciones que se dan entre profesor-estudiante y estudiante-estudiante.

Como primera medida se va a analizar el capital verbal tanto de los estudiantes como de la profesora desde el video No. 2 al video No. 11.

El recuento del número de palabras y la cantidad de toma de palabra de los participantes nos lleva al siguiente resultado.

	V.2		V.3		V.4		V.5		V.6		V.7		V.8		V.9		V.10		V.11	
PART.	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P
Lina	10	421	1	32	10	503	38	683	2	137	35	869	28	961	11	256	5	279	6	428
Ansel.			13	469	15	302	34	830	2	14	42	671	22	1417	25	1032	12	693	5	442
Hasb.	5	86	7	153	2	142	3	21	5	297	8	226	12	802	3	206	4	169		
Laura	7	213			4	199	9	165	5	184	27	444	14	666	3	105	9	162	1	355
Erick							5	21	2	277	6	82	5	236	6	328	5	85		
José	1	2	5	66			1	3			4	42	1	44	2	55	4	64		
Profe	81	614	50	1002	38	368	4	365	13	181	86	995	33	260	42	242	67	1181		

Aquí se observa que la profesora es quien más veces toma de palabra, aunque la duración en cada intervención sea corta; sus intervenciones en los videos No. 2 y 3 se hicieron para dar la explicación de las actividades a realizar; pero también para regular la participación de los estudiantes y controlar el orden y la escucha sobre todo en el segundo video. Se nota una disminución en la cantidad de sus intervenciones en la medida que las sesiones fueron transcurriendo, permitiendo que los estudiantes tuvieran mayor participación y control. Por su parte los estudiantes tuvieron un número de participaciones similares en los primeros videos pero se observa como fue aumentado tanto el número de intervenciones como el número de palabras utilizadas.

Con respecto a los estudiantes con poca cantidad de habla en los primeros videos se observa que al finalizar hay un progreso en sus intervenciones. Los espacios en blanco dentro del cuadro corresponden a las ausencias de los estudiantes en estas sesiones.

En cuanto al origen de la toma de palabras y los modos de transición tanto de la profesora como de los estudiantes, categorías, propuestas por Calsamiglia y Tusón (2007), se hizo un análisis de cada uno de los videos para observar en qué medida estas dimensiones se presentaron y como fueron evolucionando.

**Modos de transición:** Se tiene en cuenta la forma como se producen las pausas, los solapamientos y las interrupciones frente a las intervenciones de otras personas.

**Origen de la toma de palabra:** Estos mecanismos se rigen por el cambio de turno, son básicamente dos:

- La heteroselección: consiste en que quien está usando la palabra selecciona al siguiente hablante.
- La autoselección: es cuando una de las personas presentes empieza a hablar sin que quien tiene la palabra la haya seleccionado.

**Modos de transición:** Las pausas y silencios se observaron en la profesora, cuando dejaba espacios en el discurso para pensar y continuar, para preguntar y mirar a quien seleccionaba, cuando tenía que interrumpir su discurso para hacer un llamado al orden y la escucha y cuando los estudiantes no respondían las preguntas por no saber que responder.

## VIDEO No. 2

PROFESORA: O.k. /por acá nadie? /haber

PROFESORA: Haber / escuchan por favor?

Las interrupciones y los solapamientos se presentaron mucho en este video, ya que hubo varios momentos en que se observó desorden, hablaban al tiempo, hablaban entre ellos, en varias ocasiones no permitían que un compañero terminara su intervención para dar su opinión o complementar la información. También se produjo interrupción en su propio discurso cuando dejaban por un momento su idea por contestarle a un compañero o refutar algo.

LINA: Pues a mi me parece pues es lógico que eso no va a ser real pues porque todas las propagandas no las hacen pa! ser realidad si es para una suplantación sobre algo que puede suceder sí? pero no sucede de lógico pero pues yo lo que le veo

LAURA: Segura

LINA: Si estoy segura no va a suceder y pues yo lo que le veo al comercial es que pues si que utilizan mucha, mucha, mucha la imaginación para hacer el

comercial como convertir al hombre en chocolate que se lo comen pues creo que se lo comen en el comercial

En cuanto a la autoselección la hizo en todos los casos la profesora quien era quien estaba liderando la sesión, lo hizo para ordenar, cuestionar, preguntar, dar la palabra, etc.

PROFESORA: Por qué el fútbol? ahí cual sería la pregunta del fútbol/Haber Hasbleidy

HASBLEIDY: Porque en los hombres la atracción para ellos es el fútbol por eso es que básicamente en la propaganda es que se perdió por andar pensando en el fútbol

PROFESORA. Aja puede ser/ Lady

La autoselección fue realizada por varios estudiantes que no esperaban que a que se les diera la palabra y se la tomaban para dar una opinión positiva o negativa o para responder a la profesora, también para cuestionar lo dicho por un compañero.

LINA: Davivienda si cobra intereses y altos (hablan al tiempo) ja

NIÑA: usted como sabe

PROFESORA: Haber haber

### VIDEO No. 3

Los modos de transición, pausas, solapamientos e interrupciones estuvieron más regulados que en el video anterior, hubo mayor escucha y organización tanto en el discurso como en la escucha de los estudiantes para con la profesora como para con los compañeros, tanto que se genero una especie de reflexión desde el momento en que se observaron en el anterior video. Solamente al final de la sesión se observaron algunos solapamientos dados por risas y comentarios entre algunos estudiantes especialmente cuando hablaban algunos de sus compañeros con un tono de voz muy bajo.

ANSELMO. Frente a lo que dice De Diego o sea que o sea cuando estaba hablando una persona los otros como no ponían cuidado no sabían que era lo que iban a decir o que aumentarle a lo que decía otra persona.

PROFESORA: Perfecto

HASBLEIDY: Pues profe que en parte del problema de no ver la propaganda tampoco se justifica que algunos se estaban haciendo otra cosa o que no entendían muy bien de lo que se estaba hablando o que estaban pensando

JHON FREDDY: Profe un ejemplo fui yo (hablan al tiempo) Marcela dijo que cuando yo me echaba yo que tenía que ver ahí

El origen de la toma de palabras se dio más por heteroselección debido al cambio de actitud y condiciones de esta sesión, fueron muy pocos los estudiantes que se autoseleccionaron.

PROFESORA: Bien / eh Hasbleidy

HASBLEIDY: En la parte de argumentación unos no decían las cosas completas otros compañeros las complementaban ahí se iban uniendo las ideas más organizadas

PROFESORA: Listo Anselmo

ANSELMO: La parte de argumentación se utilizó bueno la comparación eh también como defendiendo creo como Lina que donde dijo que utilizaban la imaginación en la propaganda esa es una clase de argumentos

#### VIDEO No. 4

Los modos de transición en cuanto a las pausas, fueron hechos por los estudiantes que se encontraban exponiendo, para organizar las ideas y dar la palabra a sus compañeros, hubo momentos de interrupciones y solapamientos cuando la persona que exponía decía cosas en las cuales alguno no estaba de acuerdo, se hacía para refutar o realizar algún comentario. En el fondo del salón se observó a algunos estudiantes que hablaban entre ellos produciendo solapamientos y risas que por momentos se tornaba en desorden, ante lo cual la profesora intervino y controló el orden y la escucha.

LEIDY: Es que quisiera saber ¿usted eeehhh o sea usaría el producto? (Risas y comentarios) ay

HASBLEIDY: Pues suponiendo que yo tuviera esos problemas pues de pronto por que básicamente uno en esa edad se deja llevar por todo por mantenerse bien (bulla, risas comentarios)

ANSELMO: Eehh pero que iba a decir yo no tengo celular yo no tengo celular y nunca he tenido y porque tengo tanto amigos

LINA: Porque usted es una persona hiper activa que sabe hacer relación con la sociedad

ANSELMO: No señora

El origen de la toma de palabras se hizo la mayor parte por autoselección, bien sea por los expositores, o por la profesora cuando realizaba los comentarios y conclusiones, además cuando controlaba el orden y la escucha. Aunque también hubo estudiantes que se autoseleccionaban sobre todo cuando exponían sus compañeros, para opinar preguntar o refutar algo relacionado con lo que se estaba hablando.

LAURA: Bueno yo no entiendo ella porque dedujo eso en solo ver un celular viene aquí están hablando del celular de lo bueno que es el celular y ella viene a hablar de la sociedad y de la aceptación que tenemos con él

LINA: Porque xxx Usted pues no no es solo un celular usted tiene que tener la ropa de moda (nooo) o fingir tenerla para ser alguien si si usted viene vestida como una gamina dígame si la van a recibir la van a recibir no ( Bulla)

MARCELA: Ustedes no piensan que lo que interesa es la comunicación desde ese celular o sea

LINA: Pues si pero digamos pues suponiendo a mí digamos mi mi papá me quiso regalar un celular que no tenía cámara ni radio y yo no se lo recibí porque no ve que no es el de cámara ni el de radio (Fondo Uch) porque yo pues la verdad yo no se lo recibí porque yo quería el de cámara con radio porque digamos uno uno quiere estar escuchando música a ahí si y pues a mí no me gustaría tener un celular solo por tenerlo en un bolsillo y así no a la dancig o sea (bulla)

## VIDEO No. 5

En esta sesión se produjeron dos momentos: uno de planeación realizada por grupos de estudiantes y un segundo momento de

exposición. Los modos de transición en los dos momentos fue diferente, ya que cuando los estudiantes se encontraban planeando hubo varias situaciones de solapamiento e interrupciones, dados por la naturalidad del discurso, para emitir un juicio, cuestionar lo dicho por otro compañero, o para corregirse entre ellos; también se observó a varios estudiantes hablando entre si de otro tema, o realizando otra actividad, pero esto era regulado por sus mismos compañeros. La profesora estuvo observando y regulando la actividad pero dejando más autonomía a los estudiantes. Ya en el segundo momento de exposición hubo orden y escucha presentándose pocas situaciones de solapamiento e interrupciones, estos estuvieron dados más entre los dos expositores.

LINA: Si importan los colores si importan

ALEX: Cierta profe que si importan el este

LAURA: No pero ese no es el estereotipo ese es el eslogan (por eso) Por eso (risas)

ANSELMO: Cada cada día cada día que pasa (Voz: llore) (LINA: No yo no lloro) o sea como como el sol o sea el sol el sol el sol está el sol el sol entre más tarde es el sol mas se va escondiendo entonces cada día para ellos se esta yendo más lejos es más lejos

El origen de la toma de palabra fue dado por autoselección en la planeación, ya que no había una persona dirigiendo sino que todos opinaban. En el segundo momento fueron los expositores los que tenían la función de autoselección. La profesora intervino poco y fue para hacer preguntas, aclaraciones o sugerencias, siempre se autoseleccionó

PROFE: La idea cual es / hacemos silencio por favor/ la idea cual es va a escuchar a sus compañeros con el texto expositivo que ellos lograron hacer para presentarnos su campaña publicitaria y convencer a los jueces que están aquí a este lado eeh ellos van a juzgar ...

ANSELMO: Tú que entiendes

LINA: Pero muéstrelo

ANSELMO: Tú que entiendes de eso

LAURA: Pues que no estudiemos por obligación sino por aprender y superarnos

ANSELMO: Eso es eso eso eso es está bien lo que dice mi compañera (aplausos) eh el logotipo quien que lo exponga mi compañera

## VIDEO No. 6

Fue un video donde se observaron las exposiciones por parejas de estudiantes, se dio como continuación de la sesión anterior. Las interrupciones se hicieron para hacer aclaraciones o para rebatir lo dicho por otro compañero, los solapamientos se produjeron por momentos al finalizar los comentarios, pero regulados por la profesora. Las pausas y silencios se presentaron en algunas ocasiones cuando quienes exponían no terminaban una idea, pensaban para desarrollarla o le daban la palabra al otro. Hubo mayor regulación, escucha y orden en este video. Al iniciar la sesión la profesora hizo un cuestionamiento, desaprobando algunas actitudes y comentarios hechos hacia un compañero, lo cual ayudó a mantener el orden y la escucha

LINA: Eh pues lo que pasa es que pues a nosotros lo que nos habían dicho de los carteles era que tocaba hacerlos como eran y yo veo que ese cartel está distinto a como era ayer entonces porque lo cambiaron si era como era (Voz: el cartel estaba xxx)

PROFE: Bueno paro ahorita perdón sigan con la exposición ya terminaron

HASBLEIDY: No pues para pues para seguir explicando el cartel el cartel se proporciona básicamente en toda la hoja y lo que más se detalla es el el el dibujo si se nota más de cerca se puede ver que el eslogan está en primer plano y la y la hada ya puede pasar a un segundo plano está como en la lejanía pero se sigue notando más que el eslogan

La toma de palabra fue por autoselección en su mayoría, tanto por los estudiantes que se encontraban exponiendo, como por la profesora que realizó los comentarios y otorgó la palabra a las personas de los diferentes grupos para dar su opinión sobre la actividad en general.

Hubo buena regulación de orden, escucha, atención y participación en las exposiciones y los comentarios.



HASBLEIDY: Venimos a hablar hablar bien sobre las características del cartel por que pues porque la imagen que relación tiene con con el eslogan y así vamos a seguir explicando

LAURA: Bueno eh la imagen es de una hada por que las hadas son pequeños seres humanos que tienen alas y pues representan la libertad / la hada está sentada y encadenada, la hada está sentada y encadenada mirando hacia la nada y pues eso refiere una pues que hay muchas o sea el país está está sin libertad y nosotros no hacemos nada para cambiar esto

## VIDEO No. 7

En este video se observa al inicio un juego de roles, y luego una actividad a manera de mesa redonda donde todos se observan, la profesora dirige la actividad. Frente a estas actividades se produjeron algunas interrupciones tanto del discurso propio como de los compañeros por algunos estudiantes, los solapamientos se presentaron por comentarios y risas en algunos momentos. Las pausas y silencios se observaron cuando la profesora intervenía, se daban por la regulación que ella hacía tanto de su discurso como para darle un orden a las intervenciones de los estudiantes, para preguntar, comentar o realizar alguna reflexión.

PROFESORA: Bueno por aquí (espacio de tiempo) entonces los vamos nombrando eh eh Youlin si si tú

LINA: si Youlin

PROFESORA: Listo Youlin que identificaste que viste en lo que ellos presentaron

YOULIN: Bueno eh eh eh ah ah ahchhh (espacio de tiempo) espere espere me cuadro (espacio de tiempo) ay profe pregúntele a otro

PROFESORA: Alguien que le ayude Hasbleidy (risas)

El origen de la toma de palabra se dio más por autoselección por parte de la profesora quien dirigió la actividad, los estudiantes casi no se autoseleccionaron y se observó buena regulación en la clase, con buena participación, orden y escucha.

PROFESORA: Entonces ¿seria argumento o seria falacia?

LINA: No ese es argumento

PROFESORA: El argumento que el dio

LINA: Si

PROFESORA: Pero tu que consideras que es un argumento valido o es una falacia?

LINA: Es un argumento valido porque si ellas no le pueden pagar a él queda...  
(Señala la mano en el cuello)

## VIDEO No. 8

Aquí la actividad estuvo dada por dos momentos: uno de planeación con el grupo de las niñas y niños por separado y el otro por la exposición de los argumentos de cada grupo. Durante la planeación se produjeron muchas interrupciones tanto del discurso propio como el de sus compañeros para opinar, complementar, contradecir y negar algunas de las tesis de sus compañeros. Esto se observó tanto en el grupo de los niños como de las niñas. También hubo mucho solapamiento por falta de atención de algunos estudiantes quienes se dedicaban a hablar y reír, La profesora tuvo que intervenir para regular algunas situaciones de orden. En el momento de la exposición de las niñas hubo silencio y pocos solapamientos, por el contrario cuando pasaron los niños, hubo muchas interrupciones producidas por desacuerdo con lo que decían sus compañeros, y también mucho solapamiento, la profesora intervino para organizar y regular esa situación. Las pausas y silencios se dieron en el discurso por los estudiantes expositores para pensar, organizar sus ideas, y cuando la profesora daba el turno a un estudiante que no estaba preparado para hablar.

LINA: Otra cosa otra cosa los hombres sin las mujeres no son nada por que hay hombres que viven solos y viven comiendo en los restaurantes esa casa es un chiquero o sino no es así? / (Voces) (si cierto) las mujeres las cocineras nos cogen de esclavas simplemente por que servimos xxx

LAURA: Sshhhiii No ya no espere levantando la mano

ANSELMO: Si o sea o sea espere espere hey niñas niñas nos dejan hablar niñas déjenos hablar (Shhhii)

PROFESORA: Haber estamos en la parte de exposición ustedes simplemente están anotando que argumentos y contraargumentos podrían utilizar (muchas voces al fondo) Listo

El origen de la toma de palabra se presentó por autoselección en el primer momento por parte de todos los estudiantes, mientras que en el segundo momento se presentó heteroselección por parte de la profesora, para otorgar la palabra a los diferentes estudiantes que querían opinar sobre la actividad que fue muy discutida.

PROFESORA: Anselmo Anselmo expón tus argumentos que tenían planeados y esa parte de contraargumentación va a ir después en un segundo momento listo?

ANSELMO: Sigamos con los argumentos /de beneficio

MURILLO: Eh De beneficio o sea que si casi lo mismo que de causa y consecuencia no es que las mujeres o sea no puedan si? Pues a nosotros a nuestro modo de ver las mujeres tienen iguales o más capacidades que que que nosotros pero es que por decir ¿de qué les sirve pero si no lo saben utilizar?

## VIDEO No. 9

En este video se observa una actividad de debate frente a las contraargumentaciones de los dos grupos, lo cual produce desacuerdos y opiniones encontradas en los estudiantes que es regulada por la profesora; se observan interrupciones del discurso del otro para corregir o emitir algún juicio por parte de los estudiantes y de la profesora para corregir y regular la actividad. Lo que se observa es mucho solapamiento de estudiantes como forma de protesta por los desacuerdos de los argumentos del otro grupo, ya que no logran ponerse de acuerdo. Las pausas y silencios los realiza la profesora para tranquilizar al grupo frente al manejo de sus emociones

LINA: que que usted dice que el aborto es algo que nos gusta por eso yo le pregunté para usted qué es el aborto y según usted por qué nosotras lo hacemos.

ANSELMO: como o sea me repite la pregunta (voces de protesta nuevamente)

LINA: Usted dice que el aborto es algo que nos gusta mi pregunta era según usted por qué abortamos y por qué razones dígame

PROFESORA: Listo

El origen de la toma de palabra se presenta más por autoselección de parte de la profesora, quien gestiona los turnos de palabra, aunque algunos estudiantes se autoseleccionan para opinar, la mayoría de las intervenciones están dadas por el otorgamiento del turno.

PROFESORA: O.K ¿alguien más? Laura

LAURA: yo quiero yo quiero xxx que mi papá compró el carro y la que lo maneja es mi mamá y lo hace perfectamente mi papá él no ha podido sacar el pase y mi mamá lo hace perfectamente lo hace mejor que mi papá y mi papá lo compró (risas y hablan al tiempo)

PROFESORA: Ahora vamos a mirar los contraargumentos de los hombres ojo tienen que enunciar el argumento hecho por las mujeres y el contraargumento que le ven ustedes a eso bueno

#### VIDEO No. 10

Es este video se observa a los estudiantes en una actitud de respeto, de escucha, de cooperación, ya que están haciendo una reflexión sobre el trabajo realizado en la sesión anterior. Esto genera una reflexión por parte de los estudiantes, lo cual se evidencia en los pocos momentos de solapamiento que no interrumpen la actividad, se producen por comentarios en grupos pequeños en tono bajo. No hay interrupciones en las intervenciones, los estudiantes escuchan y piden la palabra, se observa mucho orden y regulación. Algunas intervenciones no se escuchan pero es por el tono de voz utilizado. Las pausas y silencios se observan en la profesora para pensar, esperar respuesta o corregir. Ella se encarga de realizar las conclusiones y el cierre de la actividad.

PROFESORA: Bueno listo que otra cosa / bueno ahora miremos la argumentación de los hombres pero ojo quienes fue los que pasaron / Anselmo y Murillo listo? Bueno vamos a ver aquí Hasbleidy como vieron ustedes esa argumentación?

HASBLEIDY: Pues profe la verdad fue la argumentación de ellos pues para mi concepto no parecía que estuviera bien planeada ¿por qué? Porque digamos ellos se basaban en lo que habíamos dicho nosotras para darle una nueva explicación más no se veía organizado lo que ellos había propuesto con el grupo

PROFESORA: Bien

El origen de la toma de palabra de los estudiantes se da por heteroselección, presentándose muy pocos casos de autoselección pero más por el interés en participar, lo cual no afecta la actividad.

PROFESORA: Listo por acá alguien más? De la parte de las niñas? Ojo estamos hablando de la parte de argumentación cuando pasó Hasbleidy y pasó Lina cierto? Bueno haber Hasbleidy y Lina hablemos un poquito de cómo ustedes hicieron esa parte de argumentación? Explíquenos un poquito

HASBLEIDY: Pues nosotros organizamos básicamente las ideas que tenemos todos dejamos que la mayoría participara aunque había unas que estaban como muy y nos debíamos un poquito del tema pero siempre atendiendo en lo de ellas con otra co con otras indicaciones

PROFESORA: Aja / haber Laura

LAURA: Es que el error ahí fue que éramos demasiadas personas que tenemos diferentes ideas cierto?

## VIDEO NO. 11

En este último video se observa un tipo de relación entre compañeros de respeto por la palabra, por la diferencia y aceptan algunas sugerencias hechas por ellos mismos. La exposición que hacen es referente a un trabajo audiovisual realizado por ellos mismos. Lo cual da más crédito y valor a la actividad.

Las exposiciones se realizan en orden, con tranquilidad se observa la atención y el silencio del grupo como reflejo del respeto por sus

compañeros, las opiniones y argumentos que emiten son organizados y planeados lo cual permite que el ambiente se sienta muy agradable. No se ve solapamiento y las interrupciones que se presentan que son pocas se dan para dar una opinión con respecto de lo que están exponiendo. La profesora interviene poco, mas para la explicación, y reflexión pero poco para regular el orden.

LAURA: Mi grupo esta conformado por Hasbleidy, Briggitt, Ingrid, Yesica y yo nosotros somos un grupo neutro no vamos ni por mas metros ni por cuida tu ciudad eh vamos a exponer eh acerca de la opinión del publico y también nuestra opinión del publico eh primero en el de en los dos nos parecen que no son comerciales sino son campañas publicitarias primero porque se xxx mucho los dos son muy larguitos los dos cierto? Eh sobre cuida tu ciudad estuvo bien tuvo o sea lo que más impacto en el video de cuida tu ciudad fue la música como ya nos decía la profe Ingrid si ustedes piensan en la canción de una vez se nos viene a la mente las imágenes cierto? Se nos o sea recordamos el video si?

En cuanto a la toma de palabra, se da por autoselección de parte de los estudiantes que están exponiendo, quienes en su intervención dejan ver una planeación y organización tanto del tema, como de la forma como se presentaron a los compañeros.

ANSELMO: Eh por in introducción lo que vamos a hacer es posición vamos a defender un con eh con argumentos validos la importancia que tiene el planeta también vamos a dar nuestro puntos en pro y en contra también vamos a ampliar sobre la crítica que le damos al mensaje publicitario lo más lejos vamos a utilizar el siguiente orden eh primero vamos a hablar sobre la tema que esta basado en los mensajes publicitarios y la influencia que tiene sobre el planeta segundo impacto que tiene el mensaje tercero efectos que tiene el mensaje / primero

LINA: Eh pues el mensaje publicitario está basado en algo muy importante lo cual estudia la ciudad por ello nos parece importante y pertinente escoger ese tema y tomar una posición favorable frente a ello/ pues todos sabemos que dependemos del medio ambiente es nuestro hogar de vivencia eh muchas veces uno cree que / eh muchas veces uno cree que seguramente que si uno ve un papel botado y uno no lo boto uno no lo recoge es así nosotros lo que queremos

es que ustedes elijan ese esa ese comercial para que ayuden a concientizar a las demás personas sobre la importancia que tiene cuidar el medio ambiente...

### Análisis de resultados de la mediación didáctica.

		VIDEO 1 Y 2	VIDEO 3	VIDEO 4	VIDEO 5	VIDEO 5
MODOS DE TRANSICIÓN	E	(CURSO) INTERRUPCIONES (ALTO) No respeto a la palabra Al propio discurso (para contestar al otro) SOLAPAMIENTOS (ALTO) (otros temas – Desorden)	(CURSO) INTERRUPCIONES (BAJO) SOLAPAMIENTO (BAJO)	(CURSO) INTERRUPCIONES (MEDIO) Para contestar al otro SOLAPAMIENTO (MEDIO) Desacuerdo	(GRUPO) INTERRUPCIONES (ALTO) Emitir un juicio Cuestionar lo dicho Corregir	(CURSO) INTERRUPCIONES (BAJO) Complementar al otro
ORIGEN DE TOMA DE PALABRA	E	HETEROSELECCIÓN (BAJO) AUTOSELECCIÓN (ALTO)	HETEROSELECCIÓN (ALTO) AUTOSELECCIÓN (BAJO)	HETEROSELECCIÓN (BAJO) AUTOSELECCIÓN (BAJO)	HETEROSELECCIÓN (BAJO) AUTOSELECCIÓN (ALTO)	HETEROSELECCIÓN (ALTO) AUTOSELECCIÓN (MEDIO)
	P	AUTOSELECCIÓN (ALTO) Cuestionar Ordenar Preguntar Otorgar la palabra Controlar	AUTOSELECCIÓN (ALTO) Preguntar Otorgar la palabra Cuestionar	AUTOSELECCIÓN (BAJO) Controlar Comentar Concluir	AUTOSELECCIÓN (BAJO) Aclarar dudas Sugerir Controlar	AUTOSELECCIÓN (BAJO) Cuestionar Preguntar concluir

En los modos de transición se puede observar, como los estudiantes comenzaron en el primer y segundo video con una actitud de poca escucha, poca colaboración con los compañeros, el respeto por la palabra del otro no era evidente, provocando situaciones en las cuales la actividad perdía por momentos el rumbo, por lo tanto la profesora tenía que intervenir mucho para regular la situación en cuanto al orden y la escucha. Se producía mucho solapamiento por falta de atención de

algunos estudiantes, pero en la medida que observaron sus intervenciones en los videos y se hizo un seguimiento y reflexión frente a estas actitudes, las situaciones fueron cambiando, hasta observar como la intervención de la profesora disminuyó porque la dinámica del grupo cambió positivamente.

En cuanto al origen de la toma de palabra se observa un cambio favorable, debido al seguimiento y reflexión hecha por los estudiantes en conjunto con la profesora, para comprender que el orden en el discurso es esencial, que escuchar al otro brinda posibilidades para debatir, argumentar y contraargumentar, además el hecho de pedir la palabra y esperar a que sea otorgada les da un reconocimiento frente a sus compañeros que es fundamental para ellos.

		VIDEO 6	VIDEO 7	VIDEO 8 Y 9	VIDEO 9 Y 10	VIDEO 10	VIDEO 11
<b>MODOS DE TRANSICIÓN</b>	<b>E</b>	(CURSO) <b>INTERRUPCIONES</b> (MEDIO) Aclarar Rebatir <b>PAUSAS</b> Pensar en lo que se iba a decir	(CURSO) <b>INTERRUPCIONES</b> (BAJO) Desacuerdos <b>SOLAPAMIENTOS</b> (MEDIO) Desacuerdos	(GRUPO) <b>INTERRUPCIONES</b> (ALTO) Opinar Complementar Rebatir <b>SOLAPAMIENTOS</b> (MEDIO) Orden Comentarios	(CURSO) <b>INTERRUPCIONES</b> (MEDIO) Desacuerdos <b>SOLAPAMIENTOS</b> (MEDIO) Comentarios <b>PAUSAS</b> Organizar ideas	<b>INTERRUPCIONES</b> (NO HAY) <b>SOLAPAMIENTOS</b> (BAJO)	<b>INTERRUPCIONES</b> (NO HAY) <b>SOLAPAMIENTOS</b> NO HAY
<b>ORIGEN DE LA TOMA DE PALABRA</b>	<b>E</b>	HETEROSELECCIÓN (ALTO) AUTOSELECCIÓN (BAJO)	HETEROSELECCIÓN (BAJO) AUTOSELECCIÓN (ALTO)	HETEROSELECCIÓN (ALTO) AUTOSELECCIÓN (MEDIO)	HETEROSELECCIÓN (ALTO) AUTOSELECCIÓN (MEDIO)	HETEROSELECCIÓN (ALTO) AUTOSELECCIÓN (BAJO)	HETEROSELECCIÓN (ALTO) AUTOSELECCIÓN (BAJO)



	P	AUTOSELECCIÓN (ALTO)	AUTOSELECCIÓN (BAJO)	AUTOSELECCIÓN (ALTO)	AUTOSELECCIÓN (BAJO)	AUTOSELECCIÓN (MEDIO)	AUTOSELECCIÓN (BAJO)
		Cuestionar actitudes Comentar Otorgar la palabra		Dar la palabra Controlar el orden en el discurso		Otorgar la palabra Reflexionar Comentar Preguntar concluir	Dar instrucciones concluir

El capital verbal de los estudiantes aumentó tanto en cantidad de intervenciones como en la cantidad de habla y duración en el discurso, el cual se fue estructurando y organizando de tal manera, que sus intervenciones resultaban ser de mayor interés para sus compañeros. Los estudiantes con poca participación verbal también mejoraron en el transcurso de la secuencia didáctica, ya que al finalizar se observan más expresivos en sus intervenciones y más seguros al momento de hablar.

En cuanto a los papeles comunicativos de la profesora y los estudiantes cuando hablan es significativo, ya que la profesora explica, pregunta, realiza aclaraciones, cuestiona, sanciona, corrige, ordena, aprueba o desaprueba, gestiona los turnos de palabra, y realiza las conclusiones al finalizar la sesión. Mientras que los estudiantes responden a las sugerencias de la profesora, siguen indicaciones y realizan las actividades propuestas. La participación pasiva en los primeros videos y la falta de regulación entre ellos mejoran en los últimos videos, observándose una participación más activa y reflexiva y una relación de mayor respeto con sus compañeros y con la profesora cuando exponen sus puntos de vista o simplemente cuando participan.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados de la presente investigación son importantes y se perfilan como un aporte valioso a los procesos de enseñanza y aprendizaje que involucran el diseño e implementación de secuencias didácticas para el mejoramiento de la argumentación oral en los jóvenes. A continuación se presentan algunas reflexiones sobre los resultados encontrados, las cuales pueden generalizarse en ambientes escolares de similares características.

- A pesar del poco tiempo en que se desarrolló la secuencia didáctica (cuatro meses) se encontró que los estudiantes se apropiaron de procesos de planificación y reflexión para la organización de un discurso argumentativo, en el cual identificaron y utilizaron otra clase de argumentos, distintos a los observados antes de la intervención didáctica. De igual forma se encuentra el uso de la contraargumentación como una forma de anticipación y creación de argumentos válidos, teniendo en cuenta el destinatario. Esto demuestra el impacto que tiene una secuencia didáctica pensada desde la actividad metaverbal, a partir de espacios de reflexión, planificación y regulación, de manera sistemática y organizada en el favorecimiento de la argumentación oral.
- Los niveles de reflexión metaverbal emergentes que se evidenciaron en esta secuencia surgen a partir de las diferentes posiciones que adoptaron los participantes. Es así, como los estudiantes asumieron un papel evaluativo o de reflexión cooperativa, donde cuestionaron, valoraron y sugirieron, no solo a los otros, sino asimismo el desempeño y las actitudes que han tenido frente a la organización y validez del discurso. Esto los llevó a tener mayor conciencia de los elementos necesarios en la argumentación oral que permitieron planificar y regular los argumentos a partir de la contraposición y el

complemento, sin que esto afectara al grupo ni a la persona, sino al contrario, promovió un ambiente de colaboración y respeto hacia la palabra del otro.

- La interacción entre los estudiantes y la docente propició una construcción colectiva que comenzó con una regulación alta por parte de la profesora, pero que fue disminuyendo a partir de las discusiones, debates, y socializaciones, que lograron convertir el habla en un espacio de encuentro en los géneros discursivos y de reflexión a partir de ellos, favoreciendo la argumentación oral. Otro aspecto que mejoró fue la actitud de los estudiantes en cuanto a la escucha y la participación, lo que llevó a que se desarrollaran procesos de reflexión de manera individual y colectiva, evidenciándose en la regulación de la toma de palabra y en el respeto no solo hacia la docente sino hacia sus compañeros.
- Reconocer la función y la interacción que la docente tuvo en el desarrollo e implementación de esta secuencia didáctica, que con un interés definido, orientó los procesos en el aula de clase para llevar a los estudiantes primero, a un nivel de reflexión que dio origen a una concientización sobre el tipo de acciones que se estaban desarrollando en el salón de clase y de esta manera mejorar los procesos de regulación, planificación y evaluación en la argumentación oral, procesos que se dieron paulatinamente y en los cuales la profesora jugó un papel fundamental para lograr los objetivos planteados.
- Un aspecto que hay que destacar es el uso del video como una herramienta importante que ayudó mucho en las reflexiones metaverbales, ya que permitió a los estudiantes ver y analizar su desempeño, sin perder detalle, lo cual incidió de una manera favorable en la organización y acción del discurso. Por ello es

importante tenerlo en cuenta en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

- Las condiciones de este grupo de estudiantes da cuenta de una constante existente en este medio escolar, “el conflicto”, como una forma de entender el mundo y relacionarse con sus pares. Sin embargo, el tener estos espacios de encuentro a partir de la argumentación, permitió una manera distinta de llegar al otro, a partir de una planificación en su discurso y la utilización de un lenguaje cortés que conlleve a la no agresión. Fue importante encontrar este elemento, sin embargo, queda la inquietud de cómo estos procesos también redundan en la convivencia del grupo y la manera de seguirlos fortaleciendo.
- Es importante señalar que este tipo de actividades que promueven la oralidad y la argumentación oral, se puede desarrollar con varias temáticas que sean del interés de los estudiantes, para que la implementación de secuencias didácticas resulten atractivas y tengan mayor efectividad frente a los objetivos planteados. De la misma forma estos proyectos se pueden desarrollar desde cualquier disciplina del conocimiento o de manera interdisciplinar, ya que mejorar las habilidades comunicativas de los estudiantes, redundan en el mejoramiento de la calidad académica y humana de los mismos

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARIAS, Alejandra y TOLMOS, Daniel (2006). La actividad metaverbal en la enseñanza de la argumentación oral en niños de tercer grado. Tesis. Pontificia Universidad Javeriana.
- AYALA, A. Remedios y HERNÁNDEZ, M. (2003). El análisis de contenido: el mensaje publicitario y los medios impresos. <http://www.efdeportes.com/> Revista digital No. 57. Buenos Aires
- BAJTIN, Mijail (1998). Estética de la Creación Verbal. México. Siglo XXI
- BONILLA, E y Rodríguez, P. (1997). Más allá del dilema de los métodos. Bogotá: Editorial norma.
- BROUSSEAU, Guy (2001). El maestro y el contrato en la teoría Brousseauiana. Artículo publicado en Educación Matemática. Vol. 13 Núm. 3. Ed. Iberoamericana
- CAMPS, Anna (2003). Secuencias didácticas para aprender a escribir. Barcelona, Grao.
- CAMPS, Anna y Zayas, Felipe (2006). Secuencias didácticas para aprender gramática. Barcelona, Grao.
- CALSAMIGLIA, H. y TUSÓN, A. (2007). Las cosas del decir. Barcelona. Ed. Ariel
- CASTELLÓ, Mayo Enrique (2002). El mensaje publicitario o la construcción retórica de la realidad social. Revista Latina de Comunicación Social 52.

- CROS, Ana (2005). La argumentación oral. En Las cosas del decir. Barcelona. Ed. Ariel.
- DOLZ, Joaquín (2000). Las actividades metaverbales en la enseñanza de los géneros escritos y orales. Universidad de Ginebra.
- DOMINGUEZ, Toscano Pilar M. (1996). El trasfondo de la imagen. Hacia una alfabetización audiovisual. En revista Comunicar No. 6 La televisión en las aulas. Andalucía.
- FRAENKEL, Jack y WALLEN, Norman (2000). Como diseñar y evaluar la investigación en educación
- MARQUES, Pere. (2000). Los anuncios, ficha para el análisis de mensajes audiovisuales
- MC KERNAN, James (1999). Investigación acción y currículum. Métodos y recursos para profesionales reflexivos. Ed. Morata. Madrid,
- PEÑA, PÉREZ Gloria (2007). Elementos contextuales en el discurso publicitario. Artículos publicados en revistas
- PEREZ, Mauricio (2004). Un marco para pensar las configuraciones didácticas en el campo del lenguaje en la educación básica. En el libro: La didáctica de la lengua: Estados de la discusión en Colombia. Cali: Universidad del Valle.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DEL DISTRITO CAPITAL. Plan de Desarrollo Distrital (2008–2012). Proyecto PILEO (Proyecto Institucional de Lectura, Escritura y Oralidad)

ROJAS, S. María A., LOZADA, Faizuly y CIFUENTES, Johana C. (2006).  
Enseñanza de la oralidad en la educación inicial. Un estado del arte.  
Tesis. Pontificia Universidad Javeriana

VAN DIJK, Teun. (2000). El discurso como estructura y Proceso.  
Barcelona. Gedisa.

VAN EEMEREN, et. al. (2006). Argumentación: análisis, evaluación y  
presentación. Buenos Aires: Biblos,

VILÁ, I. Santasusana (2005). El discurso oral formal. Barcelona. Grao.

## ANEXO 1

<b>FICHA PARA EL ANÁLISIS CRÍTICO DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS</b> <b>PRENSA, RADIO, TV, INTERNET...</b>	
<b>ANÁLISIS OBJETIVO. ¿Qué vemos?</b>	
<b>Nombre del producto / marca:</b> <b>Eslogan /logotipo:</b> <b>Descripción del producto y de sus destinatarios:</b> Utilidad / función, precio <b>Identificación del medio en que aparece:</b> Nombre del medio / publicación, fecha, horario / ubicación, extensión / duración.	
<i>(subrayar uno de cada apartado)</i>	
<b>TIPO DE CAMPAÑA:</b> campaña previa de expectación - lanzamiento del producto - campaña de mantenimiento	
<b>TRATAMIENTO DEL PRODUCTO:</b> presentación de sus características - loa de sus efectos - cualificación de sus ventajas frente a otros	
<b>Descripción de los elementos morfológicos:</b> Escenario (entorno físico y sociocultural...), sonidos, objetos, personajes (personalidad, edad, género, etc.) <b>Estructura narrativa (SI TIENE):</b> ¿Discurso o relato?, ¿qué historia cuenta? (presentación, desarrollo, solución), ¿qué ocurre?, ¿a quién?, ¿en qué contexto? <b>.Aspectos sintáctico - expresivos:</b> Planos y ángulos de la cámara, encuadres, profundidad de campo, ritmo, movimientos de cámara, luz, color, efectos sobre las imágenes... <b>.Tratamiento lingüístico:</b> Científico-técnico, humorístico, poético-romántico, popular, surrealista... <b>Texto escrito:</b> Escrito y verbal: mensajes que se emiten, personas y tiempos verbales, tipos de letra, características de la voz...	



**Música y efectos sonoros:**

**SI TIENE ESTRUCTURA NARRATIVA, INCLUIR HISTORY BOARD CON LOS PLANOS MÁS SIGNIFICATIVOS.**

**ANÁLISIS SUBJETIVO. ¿Qué nos sugiere?**

**Impacto del anuncio:**

¿Nos gusta? ¿Qué es lo que más nos gusta (o disgusta), la idea o la manera de expresarla?, ¿resulta creativo?, ¿cuáles son los aspectos más impactantes? ¿Se recuerda el eslogan?

**Presentación del producto:**

Cualidades que se destacan y aspectos que se omiten; grado de veracidad. ¿Qué ventajas reales ofrece este producto frente a otros?

**Público al que se dirige el anuncio:**

Género, nivel socio-cultural, edad, ideología...

**.Valores y estereotipos que se utilizan como reclamo o se manifiestan:**

Belleza, éxito social... ¿Qué visión se da de ellos? ¿Se establecen relaciones causa - efecto con el producto?

**Significado que se deriva de los elementos morfosintácticos y expresivos:**

Planos y ángulos de la cámara, encuadres, profundidad de campo, ritmo, movimientos de cámara, luz, color, efectos sobre las imágenes...

**Aportaciones de la estructura narrativa: (SI TIENE)**

Personalidad y gestos significativos. Relación de personajes y contexto con los destinatarios del producto. ¿Qué emociones provocan los personajes? ¿Qué aporta el producto a la solución del conflicto? ¿Cómo transforma a los personajes y al contexto?

**Función que realiza el texto escrito/ verbal:**

Expresión básica del mensaje, refuerzo del mensaje icónico, contraste...

**Función que realizan la música y los efectos especiales:**

Evocar, destacar, acompañar...

**.Recursos estéticos y semánticos utilizados:** Metáforas, hipérboles... ¿qué función realizan?

**Estrategia comunicativo - persuasiva. ¿Cómo logra AIDA?:**

¿Cómo

capta la atención (personajes conocidos, repetición, sorpresa...)? Pretende convencer razonadamente o seducir? ¿El espectador participa por identificación o por proyección?

*Dr. Pere Marquès Graells, 2000*

Anexo 2 - ENCUESTA

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

Cordial saludo. Gracias por participar en esta encuesta que tiene como objetivo identificar las percepciones e imaginarios actuales de ustedes, estudiantes de grado octavo del colegio Alfonso López Michelsen en cuanto al anuncio publicitario. Les recomendamos ser espontáneos y muy sinceros en sus apreciaciones.

I. Características sociodemográficas

- a. ¿Cuántos años tienes? \_\_\_\_\_
- b. ¿Dónde vives? (nombre del barrio y localidad)  
\_\_\_\_\_
- d. ¿Cuántos televisores existen en la casa? \_\_\_\_\_
- e. ¿Cuánto tiempo le dedicas diariamente a la televisión? Marca con una X una única respuesta

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Menos de una hora    | <input type="checkbox"/> de tres a cinco horas |
| <input type="checkbox"/> Una hora a dos horas | <input type="checkbox"/> de seis horas o más   |

II. Concepto de publicidad

- a. ¿Para ti que es un anuncio publicitario?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- b. ¿Acostumbras hacerle caso a los anuncios publicitarios en la compra de un producto?  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Si contestó sí explique ¿cuáles son las razones?

---

---

---

c. Cuando tú ves un anuncio publicitario en la t. v, ¿Qué elementos te llaman la atención?

---

---

---

d. Se dice que la publicidad es necesaria en nuestras vidas, ¿tú que opinas frente a ello?

---

---

---

III. Percepciones e imaginarios de la publicidad

a. ¿Tus compañeros se preocupan por tener cosas de marca? Sí \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_ Si contestó sí explique ¿cuáles son las razones?

---

---

---

b. ¿Cómo te sientes al tener cosas de marca frente a tus compañeros?

---

---

---

c. Si en este momento pudieses comprar unas zapatillas o tenis que estabas deseando desde hace tiempo ¿Cuáles serían? y ¿Cuáles son las razones \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ dicha compra? \_\_\_\_\_

---

---

---

d. ¿Para ti, cuáles son los productos que debe tener un joven actual? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

d. Se dice que los padres y los educadores se rehúsan a las marcas?  
¿Tú \_\_\_\_\_ que  
opinas? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

e. Si tú fueras un publicista que quiere lograr vender una colonia para  
hombres ¿Qué elementos tendrías en  
cuenta? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

f. Si tú fueras un publicista que quiere lograr vender un labial para mujeres  
¿Qué elementos tendrías en cuenta?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Gracias

## ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

- Los estudiantes de grado octavo cuentan con edades que oscilan entre 12 y 16 años. (Grafica No. 1)
- El 87% de los estudiantes cuenta con dos o más televisores en su casa.
- El 41% de los estudiantes manifiestan que dedican entre una y dos horas diarias a ver televisión y el 46% ve más de cuatro horas diarias, Lo cual nos indica que la cantidad de información que

reciben los estudiantes por este medio de comunicación es bastante fuerte. (Gráfica No. 2)

- La mayoría de los estudiantes tienen claro cual es la función de los anuncios publicitarios, dicen que es para promocionar productos o recibir información sobre diferentes temas. (Gráfica No. 3)
- Aunque el 52% de los estudiantes dice que no le hacen caso a los anuncios publicitarios, se contradicen cuando dan sus razones; mencionan los elementos que aprecian allí y manifiestan sus intereses, considerando necesaria la publicidad. (Gráfica No. 4)
- Los estudiantes manifiestan que la publicidad les da elementos para estar actualizados y a la moda, además les muestra modelos que a ellos les gusta seguir. (Gráfica No. 5)
- La mayoría manifiestan que en lo posible le hacen sentir bien y lucirse ante sus compañeros y amigos. (Gráfica No. 7)
- Son pocos los estudiantes que manifiestan que aunque la publicidad es importante, no les interesa, no comparten esos gustos, no les incomoda no portar los productos que se ofrecen.
- Otros dicen que desearían tener productos de marca y estar a la moda pero la situación económica no se lo permite. (Gráfica No. 8)
- La mayoría dice que tener cosas de marca les da poder, estatus, los hace sentir importantes y eleva su autoestima. (gráfica 9)
- No se observa que los estudiantes realicen cuestionamientos sobre los productos que se ofrecen ya que consideran que si están allí es por que son buenos y de buena calidad.

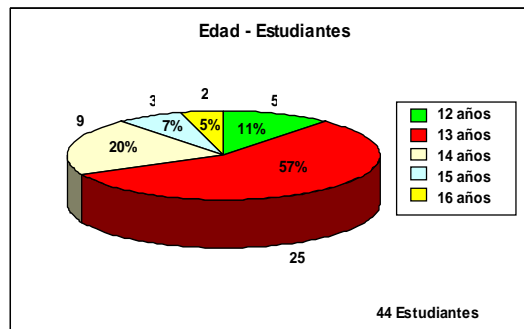
Se observa que gran parte del tiempo libre de los estudiantes lo dedican a ver televisión, desde donde obtienen información en general, es allí donde los mensajes publicitarios cobran mucha importancia en la vida de estos jóvenes, tanto que ya hacen parte de su cotidianidad de forma consiente o inconsciente, ya que como dice Martínez Enrique<sup>2</sup> la

---

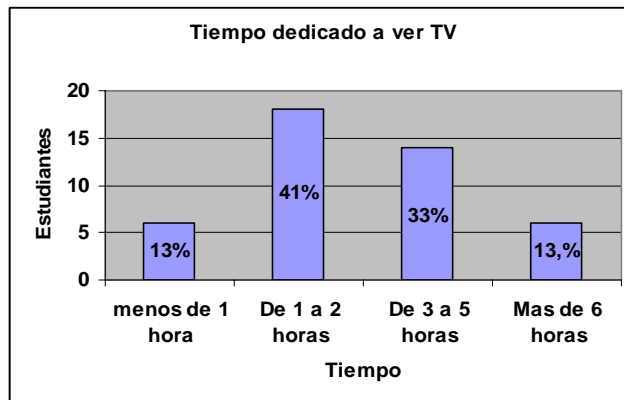
<sup>2</sup> Martínez E. y Peralta Lida. (1996). Consumo de medios de comunicación. La educación consumo crítico para el de la televisión en familia En Comunicar 7

televisión centraliza la mayor parte de la actividad de diversión informativa y cultural de los individuos.

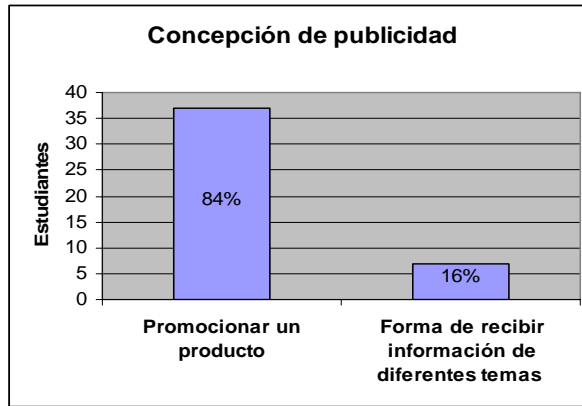
Se evidencia la necesidad de realizar un trabajo sobre el análisis de los mensajes publicitarios para formar en los estudiantes una conciencia crítica sobre las incidencias de estos y así tener criterios razonables para cuestionarlos.



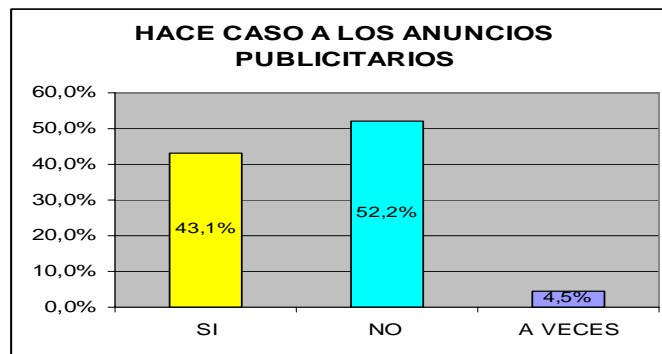
Gráfica No. 1



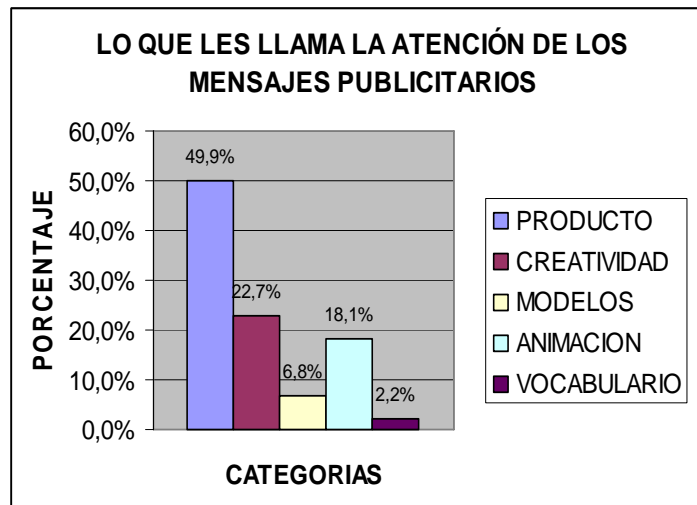
Gráfica No. 2



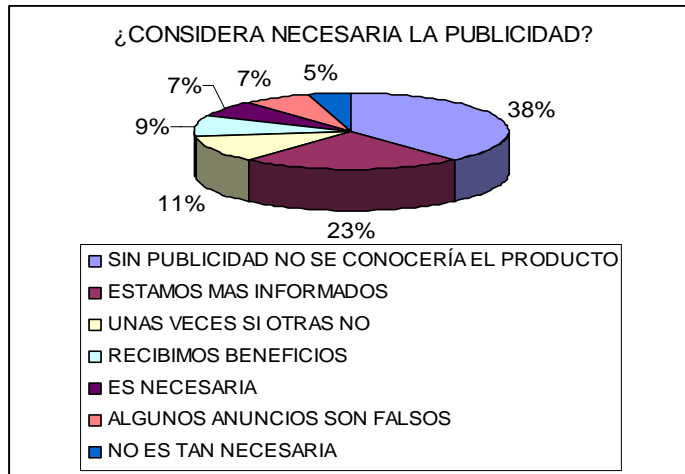
**Gráfica No. 3**



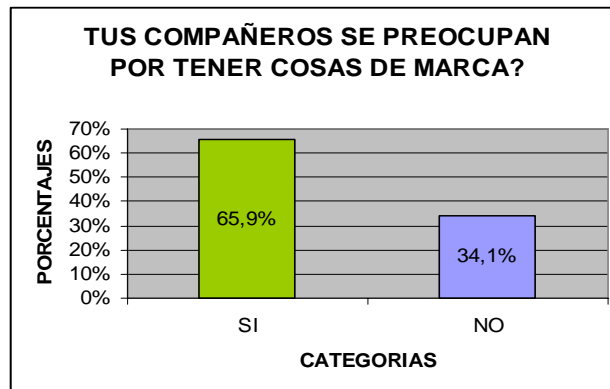
**Gráfica No. 4**



**Gráfica No. 5**

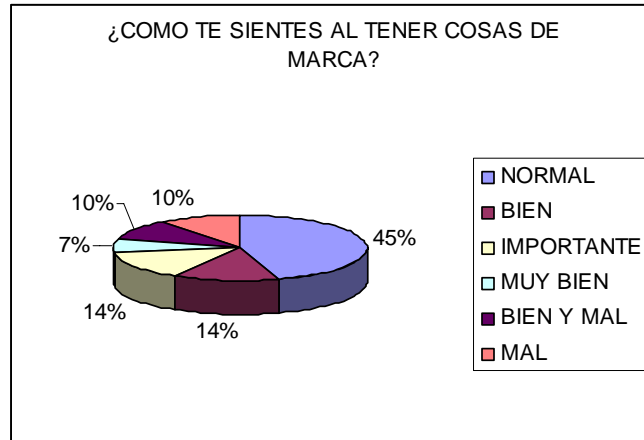


Gráfica No. 6

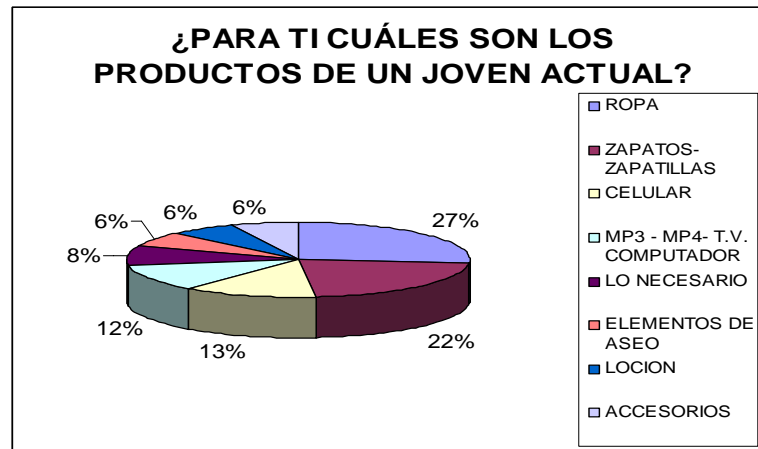


Gráfica No. 7





**Gráfica No. 8**



**Gráfica No. 9**