

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA  
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y  
HUMANIDADES  
PROGRAMA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN



APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS  
DEL APRENDIZAJE EN LA PRODUCCIÓN DE AFICHES  
DE LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO GRADO DE  
SECUNDARIA, DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
SANTA RITA DE SIGUAS, AREQUIPA - 2014

TESIS PRESENTADA POR LA  
BACHILLER BENILDA ALVA MEZA  
PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
EDUCACIÓN SECUNDARIA,  
ESPECIALIDAD LENGUA,  
LITERATURA Y FILOSOFÍA

AREQUIPA - PERÚ


2014



*“El arte de escribir consiste en decir mucho con pocas palabras”.*

Anton Chejov

Agradecer a Dios, por darme la vida  
para seguir sus enseñanzas.



Agradecer a mi madre (QDDG) Olga Meza Zapata a  
quien no conocí; sin embargo sé que permanece a mi  
lado; y mi madre política María Meza Mendigüri (QDDG)  
por prodigarme amor y cuidados para ser una persona  
valiosa para el mundo.

A mi esposo Mauro Sandoval Espinoza  
A mi hermana Elena Alva Meza,  
A mi hijo Ángel Javier Sandoval Alva,  
A mi nieto Gael André Sandoval García,  
como ejemplo de constante superación.

## ÍNDICE

**DEDICATORIA**

**ÍNDICE**

**RESUMEN**

**ABSTRACT**

**INTRODUCCIÓN**

### **CAPÍTULO I** **PLANTEAMIENTO TEÓRICO**

1. Objeto de estudio .....	11
2. Marco teórico.....	13
2.1. Fundamentos del nuevo marco teórico.....	13
2.2. Rutas del aprendizaje.....	15
2.3 Características de las rutas del aprendizaje .....	16
2.4. Estrategias básicas de rutas del aprendizaje.....	17
2.4.1. Cómo podemos desarrollar situaciones de aprendizaje.....	17
2.4.2. Descripción de la estrategia .....	18
2.5. Producción de textos .....	20
2.5.1. Definición .....	20
2.5.2. La importancia de la escritura .....	24
2.5.3. Tipos según la estructura formal .....	24
2.5.4. Etapas de la producción de textos.....	28
2.5.5. Etapas de la producción de textos.....	29
2.6. Producción de Textos Publicitarios.....	32
2.7. El Afiche .....	32
3. Antecedentes Investigativos .....	35
4. Hipótesis, Variables e Indicadores.....	37
4.1. Hipótesis.....	37
4.2. Cuadro de variables e indicadores .....	38

## CAPÍTULO II

### PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. Diseño Técnico y Ejecución de la Recolección de Datos .....	39
1.1. Técnicas e instrumentos de verificación .....	39
1.2. Campo de verificación .....	41
1.2.1. Ámbito geográfico .....	41
1.2.2. Unidades de estudio.....	41
1.2.3. Ubicación temporal.....	41
1.2.4. Estrategias de la recolección de datos .....	42

## CAPITULO III RESULTADOS

Resultados .....	43
------------------	----

### CONCLUSIONES

### SUGERENCIAS

- BIBLIOGRAFÍA

### REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

### HEMEROGRAFÍA

### ANEXOS

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como título: “APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE DE LA PRODUCCIÓN DE AFICHES DE LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SANTA RITA DE SIGUAS AREQUIPA-2014”. En la presente investigación la variable de estudio independiente fue la aplicación de estrategias básicas de rutas del aprendizaje, cuyos indicadores fueron: Planificación, textualización, revisión y edición; y la variable dependiente, fue la producción de afiches teniendo como indicadores las características internas y externas del texto.

Los objetivos planteados para esta investigación fueron:

- Determinar las características externas e internas de la producción de afiches de los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. “Santa Rita de Sigwas”, antes de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje.
- Determinar las características externas e internas de la producción de afiches de los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. “Santa Rita de Sigwas”, después de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje.
- Establecer la eficacia de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje en la producción de afiches de los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. “Santa Rita de Sigwas”.

La técnica que se empleó fue la observación directa y su instrumento una lista de cotejo. La hipótesis formulada fue: Dado que la producción de afiches es una competencia comunicativa que debe ser difundida y lograda por los estudiantes porque les permite desplegar su creatividad y apreciar el arte en sus diversas formas y comunicar sus conocimientos, es probable que los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas, con la aplicación de estrategias básicas de las rutas del aprendizaje logren mejorar la producción de afiches.

Los principales resultados demostraron que la mayoría de los estudiantes superaron sus dificultades en la producción de afiches al mejorar la planificación al registrar de manera autónoma el formato; adecuar el contenido al destinatario, revisar los recursos ortográficos; seleccionar con precisión la imagen y eslogan adecuados, así mismo, mejoró el uso de los colores, mejorando la presentación, también la redacción del eslogan fue preciso y corto, mejoró la unidad interna del afiche al exponer ideas claras y completas, usando lenguaje pertinente que produjo el efecto deseado, conforme el propósito comunicativo.

De acuerdo al desarrollo y ejecución del presente trabajo de investigación, las interrogantes planteadas han sido respondidas, los objetivos propuestos logrados; la hipótesis ha sido confirmada.



## ABSTRACT

The present research is titled: "APPLICATION OF BASIC LEARNING STRATEGIES ROUTES OF PRODUCTION POSTER OF STUDENTS OF SECOND DEGREE OF SECONDARY COLLEGE OF SANTA RITA SIGUAS AREQUIPA-2014". In this research independent study variable was the application of basic strategies of learning routes, whose indicators were: Planning, contextualization, proofreading and editing; and the dependent variable was the production of posters having as indicators of internal and external features of the text, the same that allowed us to innovate the process of teaching and learning.

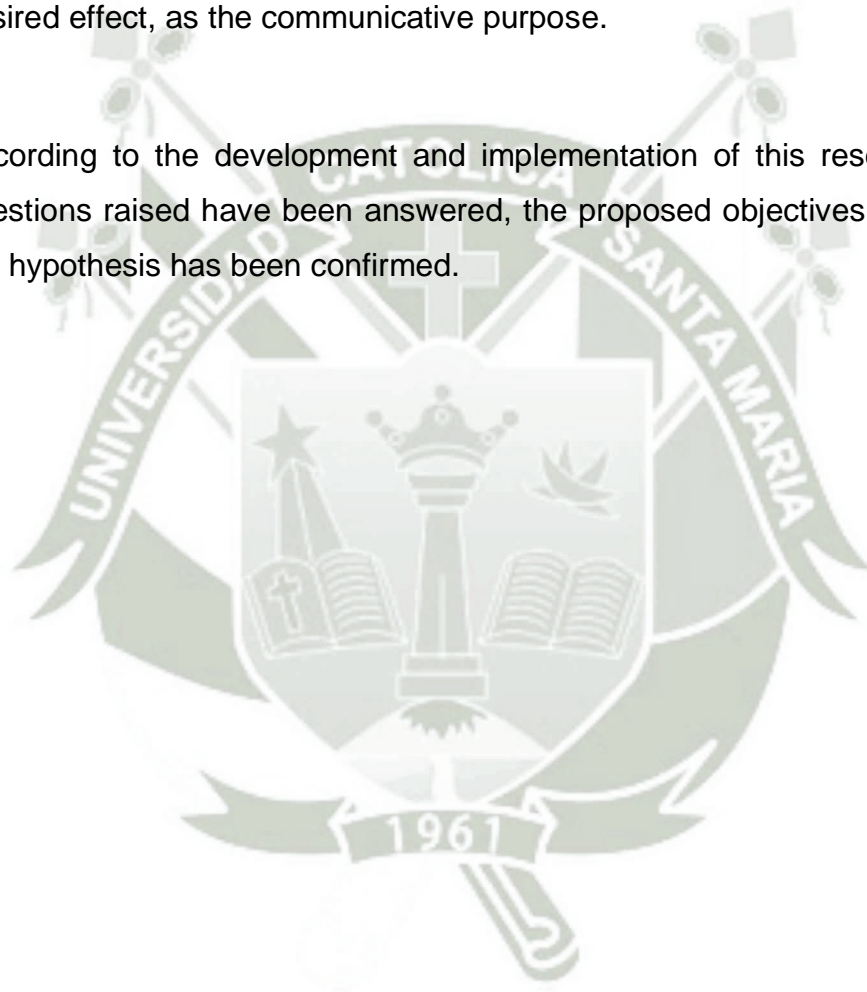
The objectives for this research were:

- Determine the characteristics of the production of posters of second graders secondary EI "Santa Rita de Siguas" before applying the basic strategies of learning routes.
- Determine the characteristics of the production of posters of second graders secondary EI "Santa Rita de Siguas", after application of the basic strategies of learning routes.
- Establish effective implementation of the basic strategies of learning routes in the production of posters of second graders secondary EI "Santa Rita de Siguas".

The technique of direct observation and employment instrument was a Checklist. The hypothesis was formulated: Since the production of posters is a communicative competence to be achieved by students, "It is likely that students in the second year of secondary EI "Santa Rita de Siguas" with the application of basic strategies of Learning Pathways achieve significant improvement in the production of posters".

The main results showed that most of the students showed that overcame their difficulties in production of posters to improve planning to register autonomously format; tailor content to the recipient, check the spelling resources; accurately select the appropriate image and slogan, likewise, improved her use of color, improving the presentation, also writing the slogan was precise and short, improved the internal unity of the poster to present clear and complete ideas, using appropriate language had the desired effect, as the communicative purpose.

According to the development and implementation of this research, the questions raised have been answered, the proposed objectives achieved; the hypothesis has been confirmed.



## INTRODUCCIÓN

Señor Presidente y Señores Miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis que lleva por título: “APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE EN LA PRODUCCIÓN DE AFICHES DE LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SANTA RITA DE SIGUAS, AREQUIPA 2014” con la que deseo optar el título profesional de Licenciada en Educación Secundaria, Especialidad de Lengua, Literatura y Filosofía.

Dado que, la producción de afiches es una competencia comunicativa que debe ser lograda por los estudiantes en el transcurso de su escolaridad porque les permite desplegar su creatividad, apreciar el arte en sus diversas formas, expresarse mediante el lenguaje iconográfico vigente en esta era de la globalización, se observó deficiencias en sus afiches que debían ser superadas en el presente ciclo, para asegurar los aprendizajes posteriores.

La producción de textos es una habilidad básica que deben desarrollar los estudiantes, juntamente con destrezas, y capacidades que les permita tomar conciencia de los procesos de planificación, textualización, revisión, edición, y que adquieran conocimientos básicos indispensables sobre la estructura y características internas y externas del afiche, que garantice una producción de afiches eficaz.

El trabajo de investigación realizado pretende determinar el grado de eficacia con que producen afiches los estudiantes de la Institución Educativa Santa Rita de Siguas. Se encuentra estructurado en tres partes:

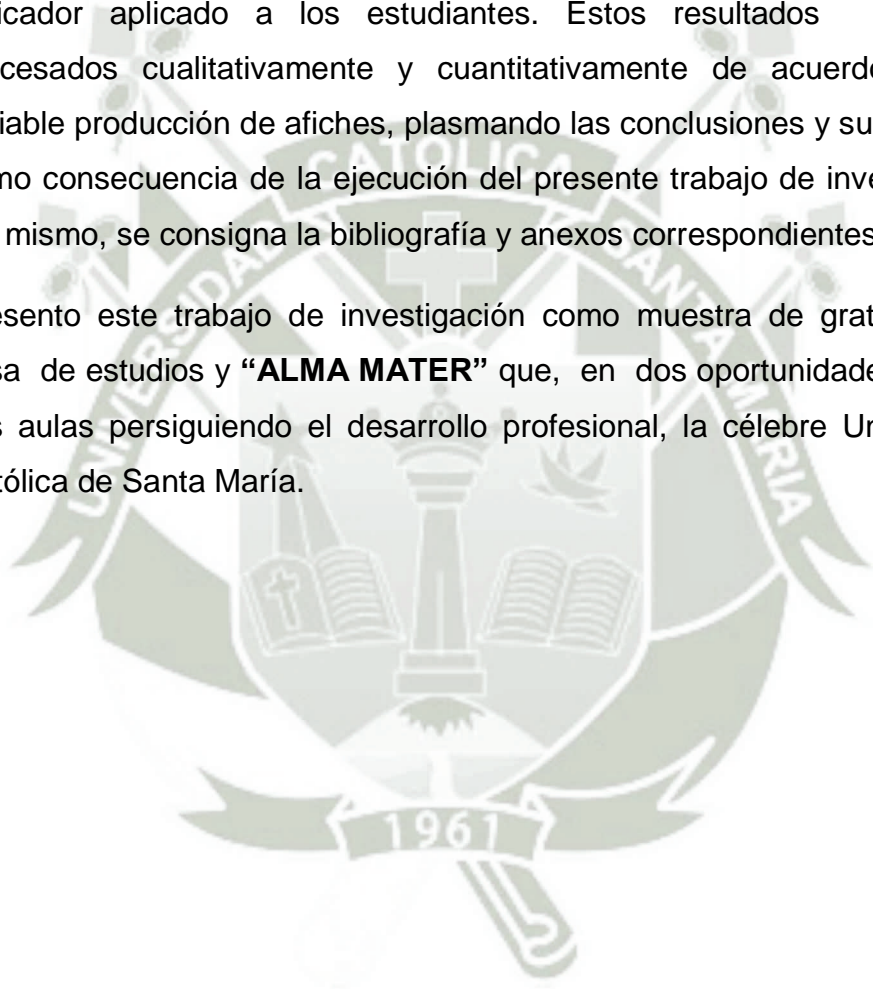
El primer capítulo concerniente al Planteamiento Teórico de la investigación, informa acerca del enunciado y los objetivos, la justificación y descripción del problema de investigación, también las interrogantes, hipótesis, variables, indicadores para posteriormente desarrollar el marco

teórico donde se especifica los temas tratados con referencia directa a las variables, indicadores de la presente investigación.

El segundo capítulo titulado: Diseño Técnico y Ejecución de la Recolección de Datos, precisa la técnica e instrumento utilizado; el campo de verificación y la secuencia seguida en la recolección de datos.

El tercer capítulo está destinado a la exposición de resultados, donde se consignan los cuadros y gráficas con su respectiva interpretación por cada indicador aplicado a los estudiantes. Estos resultados han sido procesados cualitativamente y cuantitativamente de acuerdo con la variable producción de afiches, plasmando las conclusiones y sugerencias como consecuencia de la ejecución del presente trabajo de investigación así mismo, se consigna la bibliografía y anexos correspondientes.

Presento este trabajo de investigación como muestra de gratitud a mi casa de estudios y “**ALMA MATER**” que, en dos oportunidades asistí a sus aulas persiguiendo el desarrollo profesional, la célebre Universidad Católica de Santa María.





## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO TEÓRICO

#### 2. OBJETO DE ESTUDIO

El enunciado de la presente investigación es: APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE EN LA PRODUCCIÓN DE AFICHES DE LOS ESTUDIANTES DEL SEGUNDO GRADO DE SECUNDARIA, DE LA I.E SANTA RITA DE SIGUAS, AREQUIPA – 2014.

En la investigación se presentan dos variables; la primera variable independiente es Aplicación de Estrategias Básicas de Rutas del Aprendizaje con los indicadores: Planificación, teatralización, revisión, edición y, la segunda variable dependiente es producción de afiches con dos indicadores: Características externas y característica internas del afiche.

Con la presente investigación se pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes:

¿Qué características externas e internas presentan la producción de afiches en los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas, antes de la aplicación de las estrategias básicas de las Rutas del Aprendizaje?

¿Qué características externas e internas presenta la producción de afiches en los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas, después de la aplicación de las estrategias básicas de las Rutas del Aprendizaje?

¿Cuál es la eficacia de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje en la producción de afiches en los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas.

Para el desarrollo de la presente investigación se plantearon los siguientes objetivos:

1. Identificar las características externas e internas de la producción de afiches en los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas, antes de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje.
- .2. Identificar las características externas e internas de la producción de afiches en los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas, después de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje.

3. Verificar la eficacia de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje en la producción de afiches en los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas

El tipo de investigación es de campo porque se realiza directamente con los estudiantes del segundo grado de secundaria de la IE. Santa Rita de Sigwas, durante el tiempo que dura el objeto de estudio. Así mismo es cuasi-experimental porque no es posible asignar al azar los grupos de investigación que reciben el estímulo de las variables independiente y dependiente para observar los efectos que produce.

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. FUNDAMENTOS DEL NUEVO MARCO TEÓRICO**

El objetivo de nuestro trabajo educativo es que los estudiantes aprendan, por eso el proyecto Educativo Nacional (PEN) propone como visión del futuro lograr aprendizajes que:

- a) Sean para la vida que permitan desarrollar capacidades para actuar en el mundo afrontando toda clase de retos, en el plano personal, social, productivo, ciudadano y hacerlo en diferentes contextos. Por eso son aprendizajes que abarcan varias dimensiones de la persona.
- b) Posibiliten seguir aprendiendo a lo largo de la vida, es decir, aprender a aprender con autonomía, eficacia y de manera permanente, lo que significa ir ampliando y progresando en el desarrollo de las competencias.

Aprender es un derecho de los estudiantes y deben asumir que su compromiso con sus aprendizajes es su primera y mayor responsabilidad.

Si pretendemos elevar el nivel de los aprendizajes de los estudiantes, es necesario recordar que la principal herramienta con la que contamos los

docentes para orientar nuestro trabajo pedagógico es el currículo, el cual debe precisar con claridad cuáles son los aprendizajes que se espera que los estudiantes logren durante el proceso de su escolaridad. Para ello debe tener tres características<sup>1</sup>

- a) La gradualidad: Se refiere a que cada competencia se desarrolla de manera continua y progresiva a lo largo de los ciclos y niveles, consolidándose en los grados superiores.
- b) La baja densidad: Se refiere a que la cantidad de contenidos debe ser proporcional al tiempo disponible durante el periodo de enseñanza.
- c) La pertinencia: Alude a que las competencias y capacidades deben aplicarse para resolver problemas cotidianos en contextos y escenarios reales.

El Marco Curricular nacional que sea intercultural, inclusivo e integrador que permita el desarrollo de currículos regionales que posibiliten la pertinencia a la diversidad del país. Delimita y define los aprendizajes fundamentales que todas y todos los estudiantes tienen derecho a lograr a lo largo de la educación básica.

Estándares de Aprendizaje o Mapas de progreso del aprendizaje, que son expectativas de aprendizaje claras, precisas y medibles que describen lo que los estudiantes deben saber, saber hacer y valorar, al término de cada ciclo de la educación básica. Los estándares son de carácter nacional y han sido elaborados bajo la modalidad de Mapas de Progreso del Aprendizaje que describen la secuencia típica en la que avanzan los aprendizajes.

---

<sup>1</sup> <http://www.perueduca.pe/>

### 3.2. RUTAS DEL APRENDIZAJE

Son herramientas pedagógicas de apoyo a la labor del docente en el logro de los aprendizajes. Contienen el enfoque, las competencias, las capacidades y sus indicadores, los estándares a alcanzar al término de cada ciclo, sí como orientaciones pedagógicas y sugerencias didácticas<sup>2</sup>.

Las rutas del aprendizaje como instrumento pedagógico tienen las siguientes características:

Sus planteamientos metodológicos tienen un carácter flexible y pueden adaptarse a:

- a) Las características y necesidades de aprendizaje de los estudiantes.
- b) Las características y demandas del entorno social, cultural, lingüístico, geográfico, económico y productivo en el que se encuentran las instituciones educativas.

Los elementos claves en la organización de las rutas de aprendizaje son las competencias. Están planteadas para toda la educación básica, es decir, son las mismas competencias y capacidades para toda la trayectoria escolar, cuyo avance y desarrollo progresivo se puede observar a través de indicadores para cada grado y nivel. Al contar con indicadores por grado podremos orientar mejor nuestra labor pedagógica, atendiendo las necesidades de cada uno de nuestros estudiantes.

Orientan el trabajo de los docentes en cada uno de los grados y ciclos de la educación básica para alcanzar los estándares en los mapas de progreso al fin de cada ciclo.

- a) Permiten visualizar y comprender la articulación de los aprendizajes del grado anterior; favoreciendo el tránsito de un ciclo a otro en la Educación Básica.

---

<sup>2</sup> <http://www.perueduca.pe/>

b) Al ser un número menor de competencias y capacidades y ser las mismas a lo largo de toda la escolaridad es más fácil que los docentes, estudiantes y familias manejen los aprendizajes que se esperan lograr.

### 2.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS RUTAS DEL APRENDIZAJE

- a) El enfoque pedagógico de cada aprendizaje a enseñar y promover.
- b) Las condiciones y escenarios para el logro de dicho aprendizaje
- c) Las competencias, capacidades e indicadores que corresponden al ciclo y grado para lograr los estándares de aprendizaje al término del ciclo.
- d) Orientaciones didácticas específicas para los aprendizajes a lograrse.

La propuesta central es que el logro de este aprendizaje supone generar en el aula, y en la institución educativa en general, oportunidades diversas y creativas para que los estudiantes expresen sus ideas, sentimientos, emociones, preferencias e inquietudes, con libertad y también con claridad; valorando la identidad lingüística de cada uno para, a partir de ésta, ampliar su repertorio comunicativo.

Implica por ello animarlos a que se comuniquen por distintos canales y formatos; y fomentar la apropiación de un amplio repertorio de destrezas, estrategias y normas para mejorar su comprensión y producción de textos escritos.

También se ofrece un conjunto de estrategias que faciliten el aprendizaje de las competencias, brindando ejemplos. Además se muestra una situación de aprendizaje en la cual nos ocupamos del desarrollo de los aprendizajes

El fascículo correspondiente a Comunicación del VI ciclo presentan también algunas indicaciones generales sobre cómo podemos saber que

los estudiantes están aprendiendo. Este es de vital importancia en la labor pedagógica cotidiana como apoyo al logro de los aprendizajes<sup>3</sup>.

## **2.4. ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE**

### **2.4.1. CÓMO PODEMOS DESARROLLAR SITUACIONES DE APRENDIZAJE**

Es imprescindible el uso de estrategias metodológicas para facilitar el desarrollo de los aprendizajes a partir de la reflexión de nuestra práctica pedagógica, podemos desarrollar los aprendizajes en situaciones comunicativas reales, en las cuales las personas establecen vínculos y relaciones sociales.

Esto puede llevarse a cabo mediante la producción de textos significativos para el estudiante y contextualizados a su realidad, sus características y necesidades de aprendizaje.

Por ejemplo podemos considerar las grandes celebraciones que forman parte del calendario comunal, en las que abundan situaciones comunicativas que pueden devenir en situaciones de aprendizaje con la participación activa de los estudiantes y otros miembros de la localidad.

Considerando la problemática de la Institución Educativa, presentación del local con abundante basura en el suelo, se tomó como referencia los siguientes temas.

- Día Mundial del Medio Ambiente
- Cuidado del ambiente escolar
- La Primavera
- Día Mundial de la Tierra.

---

<sup>3</sup> Fascículo de Rutas de Aprendizaje Área de Comunicación VI Ciclo. 2014. Lima.

## 2.4.2. DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA

- 1) Recopilamos previamente afiches publicitarios e institucionales, referidos al contexto.
- 2) También elaboramos tarjetas numéricas del 1 al 5, para formar 7 grupos de 5 estudiantes. Cada grupo elige su coordinador y secretaria, también el nombre que los identifica.
- 3) Conversamos sobre la necesidad de mantener las instalaciones de la Institución Educativa limpia y ordenada para proteger la salud de los estudiantes.
- 4) Produjeron afiches en forma libre, en museo exhibieron los afiches en el aula para ser comentados por sus compañeros.
- 5) Durante la observación, apreciamos que los estudiantes utilicen los indicios y marcas significativas para predecir y formular hipótesis acerca de su contenido, propósito, destinatario; enlistamos en la pizarra las diversas respuestas a las interrogantes planteadas.
- 6) Defienden sus respuestas con fundamentos válidos con sus saberes previos sobre el contenido y estructura del afiche publicitario social.
- 7) Completan en equipo el esquema comparativo entre el afiche publicitario y el afiche social.

<b>Información</b>	<b>Afiche Publicitario</b>	<b>Afiche Social</b>
Relevante		
Complementaria		

De esta forma me asegure que los estudiantes localicen información relevante discriminándola de la complementaria en ambos afiches. Posteriormente cada equipo expone su cuadro.

8) Localizaron información pertinente en su texto de Comunicación 2, página 171, que les presenta las características del afiche, haciendo una lectura guiada y comentada.

9) Comprueban la información del texto con las respuestas dadas de un equipo diferente al suyo. Corrigen en un nuevo cuadro el análisis comparativo en base a la información de su texto de comunicación.

<b>Características</b>	<b>Afiche Publicitario</b>	<b>Afiche social</b>
Elementos		
Imágenes		
Color		
Composición		

10) Un integrante de cada equipo expone su cuadro comparativo y las correcciones efectuadas al equipo anterior. En aula deducen el tema de los afiches, mensaje, propósito, emisor y receptor.

11) Responden interrogantes motivadoras para participar en el concurso de Afiches como actividad central en el Aniversario de la Institución educativa, de manera que la información llegue de forma atractiva a la mayor cantidad de estudiantes.

12) Practican valores como sustento de una convivencia armoniosa al respetar los turnos de participación.

13) Eligen el tema central del afiche, defendiendo sus ideas con argumentos válidos.

- 14) Toman acuerdos en forma democrática acerca de la hora, día, padrinos, propósito, destinatario, estructura, materiales, en la ejecución del concurso de afiches.
- 15) Cada estudiante recibe las instrucciones para la elaboración del afiche para participar en el concurso.
- 16) Planifican la producción del afiche en forma autónoma con apoyo de diversas fuentes de información. Organizan sus ideas de acuerdo al propósito comunicativo, destinatario
- 17) Individualmente producen el borrador del afiche a partir de sus saberes previos y de la información recopilada de diversas fuentes de información.
- 18) Revisan y reflexiona sobre el contenido y la estructura del afiche, para mejorar su textualización.
- 19) Editan su texto que presentan al aula en la técnica del museo; apreciando la forma, tipografía, formato, imagen, de los diversos afiches expuestos.
- 20) Reflexionan sobre las dificultades que superaron en la producción de los afiches y sitúan sus afiches en diversos lugares públicos de la Institución para ser apreciados por los demás estudiantes y profesores.

#### **4.5. PRODUCCIÓN DE TEXTOS**

##### **4.5.1. DEFINICIÓN**

El texto es el conjunto de grafías o fonemas con significado coherente. Cualquier conjunto portador de un significado integral.

Enrique Bernárdez manifiesta que el “texto es la unidad lingüística comunicativa fundamental, producto de la actividad verbal humana, que posee siempre carácter social; está caracterizada por su cierre semántico y comunicativo, así como por su coherencia profunda y superficial, debido a la intención (comunicativa) del hablante de crear un texto íntegro y a su estructuración mediante dos conjuntos de reglas las propias del nivel textual y las del sistema de la lengua”<sup>4</sup>.

Desde su punto de vista, para definir texto hay tener en cuenta los siguientes factores:

- a. Carácter comunicativo: es una acción que tiene como finalidad comunicar.
- b. Carácter pragmático: se produce en un contexto extralingüístico, con interlocutores y referencias constantes al contexto.
- c. Carácter estructurado: es una organización interna basada en reglas que garantizan el significado.

Halliday y Hasan sostienen que la palabra texto es usada en lingüística para referirse a cualquier pasaje escrito o hablado de cualquier extensión que forme un todo unificado<sup>5</sup>.

Jurij M. Lotman, afirma que el texto es cualquier comunicación que se realiza en un determinado sistema de signos. Así son textos una representación de ballet, un espectáculo teatral, una ecuación matemática<sup>6</sup>.

Entonces es importante resaltar que el TEXTO como unidad teórica, no tiene una extensión prefijada. Puede ser una sola palabra.

---

<sup>4</sup> Bernárdez, Enrique. ¿Qué son las lenguas? Pág. 104.

<sup>5</sup> HALLIDAY, M.A.K. and HASAN, R. 1985/89. Language, context and text: Aspects of language in a social semiotic perspective. Deakin University Press/OUP: Geelong/Oxford.

<sup>6</sup> MIJÁILOVICH LOTMAN, Jurij. Estructura del texto artístico, 1979, Madrid: Istmo,

Cassany, afirma que el “escritor competente es el que ha adquirido satisfactoriamente el código, y que ha desarrollado procesos eficientes de composición del texto<sup>7</sup>.

Según Niño, escribir es un acto de creación mental en el que un sujeto escritor, con un propósito comunicativo, concibe y elabora un significado global, y lo comunica a un lector mediante la composición de un texto con ideas organizadas y elaboradas.

Finalmente Milian, señala, en primer lugar, los tipos de conocimiento que el sujeto precisa para saber escribir en el sentido amplio son:

Los conocimientos de tipo declarativo, sobre el lenguaje, sus usos y convenciones.

Los conocimientos de tipo procedimental, como saber buscar, seleccionar y organizar la información sobre un tema.

Los conocimientos condicionales o de control en función de los objetivos planteados.

En segundo lugar, afirma que el tipo de factores tiene que ver con el orden de aplicación de dichos conocimientos. Aquí radica parte de la complejidad del proceso de escritura, al existir evidencias de que todos ellos se aplican simultáneamente; es decir, el escritor eficiente hace uso a la vez de todos los conocimientos mencionados

Si consideramos que escribir es un acto de creación mental en el que un sujeto escribe con un propósito comunicativo, entonces no se le podrían hacer cortes a ese proceso dinámico y estratégico, ni cabría considerar etapas. Sin embargo, desde el punto de vista práctico y metodológico, es

---

<sup>7</sup> CASSANU, Daniel y SAENS Gloria. Enseñar Lengua. Pág. 320.

muy conveniente distinguir los procesos, pero no como etapas en el tiempo, sino más bien como grandes tareas indisolublemente articuladas al acto de creación textual: la mente del escritor concibe, genera, elabora, organiza, compone, redacta, revisa y reelabora, sin divisiones tajantes en el tiempo.

En ese sentido, la producción de textos también es una competencia que implica un saber actuar en un contexto particular, en función de un objetivo o de la solución de un problema, en el que se selecciona y moviliza una diversidad de capacidades, saberes propios o recursos del entorno. En el VI ciclo les corresponde escribir textos de estructuras complejas, y no solo a partir de sus conocimientos previos, sino también de otras fuentes de información complementaria de esta manera, los estudiantes se encontrarán preparados para el próximo ciclo, donde no solo tendrán que escribir textos con estructuras complejas y temas especializados, sino que, además, deberán ser capaces de asociar el contenido de sus textos con su entorno local, cada vez más globalizante, la comprensión y la producción de textos se adquieren en forma práctica, en pleno funcionamiento y no mediante el aprendizaje repetitivo de palabras o normas ortográficas y gramaticales. Además, debemos considerar al texto como unidad básica de comunicación y tener en cuenta que el desarrollo de las competencias relacionadas con lo escrito se debe realizar a partir de textos completos que transmitan un mensaje, y no de palabras aisladas y fuera de contexto.

Por ello, se asume el enfoque comunicativo, pues este se encuentra concebido como un espacio para que los estudiantes aprendan a comunicarse a partir de situaciones prácticas, reales.

Esto no significa que se desatiendan los conocimientos, sino que estos adquieren su real importancia cuando permiten solucionar los problemas que surgen en la comprensión y la producción de textos.

El aprendizaje fundamental que debe lograr el estudiante en esta área es:  
La comunicación eficaz.

#### **4.5.2. LA IMPORTANCIA DE LA ESCRITURA**

- a) Social: Pretende influir en otras personas.
- b) Cognitiva: Actividad del pensamiento llevado a la reflexión y construcción de nuestros conocimientos.
- c) Expresiva: Refleja las vivencias y emociones.
- d) Informativa: Busca exponer datos y hechos con objetividad.
- e) Literario: Es el uso creativo y subjetivo del lenguaje.
- f) Argumentativo: Busca convencer a otros con estrategias de persuasión.

#### **4.5.3. TIPOS SEGÚN LA ESTRUCTURA FORMAL**

No todos los textos que producimos los hablantes presentan las mismas características, depende del propósito y de su estructura del texto, por eso es necesario que los estudiantes conozcan variedad de textos que les permita utilizar los elementos lingüísticos adecuadamente en sus intenciones comunicativas.

- TEXTOS CONTINUOS.: Son los textos que tienen una secuencia lógica, se presentan en prosa estándar; por lo que constan de oraciones y párrafos.
- TEXTOS DISCONTINUOS: Son los textos en los que la información se presenta en forma de cuadros, gráficos, tablas, imágenes, afiches, trípticos, dípticos, volantes, textos publicitarios; estos textos no tienen una estructura definida, ni secuencia lógica.

Entre los textos discontinuos más difundidos son los textos publicitarios que consisten la difusión de textos e imágenes que invitan a adquirir ciertos productos comerciales o a realizar determinadas acciones. Son

considerados también como textos didácticos para su ejecución es necesario el conocimiento de sus características textuales:

- El uso de rimas.
- Oraciones sin verbo que son más directas imperativas.
- El destinatario es siempre colectivo
- Función fática, apelativa y poética para captar la atención.
- Uso de un lenguaje connotativo
- Uso de eslóganes, combinando imagen y texto

El afiche es quizás el tipo de texto más conocido por su empleo frecuente en la difusión de mensajes en los medios de comunicación. Su elaboración en las aulas genera expectativa tanto en los estudiantes como en los docentes, toda vez que surge de una situación real del contexto, aniversarios o fiestas patronales, campañas dentro o fuera de la institución educativa; hacemos uso de él, muchas veces sin tomar en cuenta sus características.

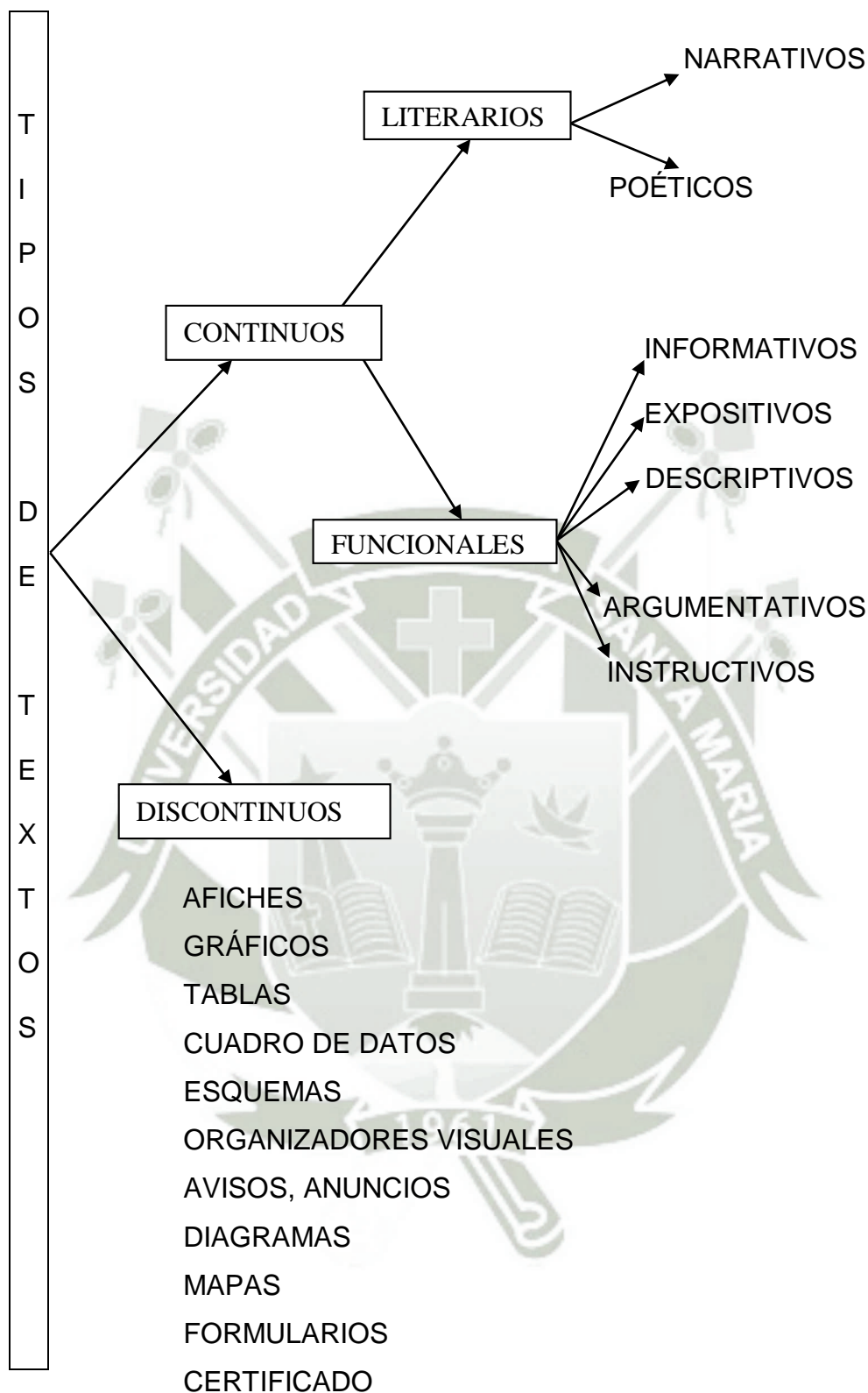
La exigencia de la vida cotidiana hoy más que nunca demandan que estemos en la capacidad de traducir en forma escrita lo que pensamos o sentimos. Las actividades escolares, laborales y profesionales, y nuestra relación con los demás requieren que desarrollemos la habilidad para escribir. La escuela tiene la función de desarrollar esta capacidad, partiendo de los textos que sean más cercanos a los estudiantes, pero considerando, además, los textos de elaboración más compleja, como informes académicos, ensayos, monografías, textos publicitarios, entre otros.

Sin embargo para aprender a producir textos no basta con solo escribir. Además es necesario que los estudiantes tomen conciencia de los procesos cognitivos implicados en el proceso de producción, y que

adquieran conocimientos básicos indispensables para escribir un texto eficaz.

Es necesario que los estudiantes adquieran las habilidades cognitivas para mejorar el proceso de producción de textos, que les permita comunicar sus ideas en forma eficaz: por lo tanto debemos tener en cuenta la secuencia didáctica propuesta en las Rutas del Aprendizaje.





#### 4.5.4. PROPIEDADES TEXTUALES

Cassany reconoce seis propiedades fundamentales. En un texto.

<b>ADECUACIÓN</b>	Capacidad de utilizar el registro de lengua adecuado, el más apropiado a la situación de comunicación en función del tema, canal, formalidad o propósito.
<b>COHERENCIA</b>	<p>Es la conexión de las partes de un todo, en una relación armoniosa entre ideas, conceptos, hechos que aparecen en un texto con sentido.</p> <p>Necesidad de que los textos sean consistentes conceptualmente. Se refiere al dominio del procesamiento de la información: cantidad y calidad, ordenación, precisión, estructuración, relaciones lógicas.</p> <p>Los principales elementos que contribuyen a dar coherencia al texto son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La información</li> <li>○ Los párrafos</li> <li>○ La estructura</li> </ul>
<b>COHESIÓN</b>	Se refiere a las articulaciones gramaticales y lexicales del texto. Las oraciones están relacionadas con elementos gramaticales y lexicales como puntuación, artículos, pronombres, conectores, relaciones temporales, sinónimos, entonación, construyendo un entramado que cohesiona el texto.
<b>GRAMÁTICA</b>	Se refiere a utilizar la morfosintaxis y el léxico para que generen oraciones bien formadas, haciendo uso de las normas ortográficas de la lengua.

<b>PRESENTACIÓN</b>	Según las convenciones que exige el tipo de texto.  Incluye aspectos de pulcritud, legibilidad, formato, organización del texto, índice, paginación, bibliografía
<b>ESTILÍSTICA</b>	Capacidad expresiva general de un texto; riqueza, variación y precisión léxica, complejidad y variación lingüística, recursos retóricos.

#### 4.5.5. ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS

##### A. ETAPA DE PLANIFICACIÓN

Etapa que corresponde a la generación y selección de ideas. La elaboración de esquemas previos, la toma de decisiones sobre la organización y diagramación del texto, el análisis de las características de los posibles lectores y del contexto comunicativo, así como de la selección de estrategias para la planificación del texto. Durante esta etapa habrá que responder a las siguientes preguntas:

- a) ¿A quiénes está dirigido el texto?
- b) ¿Con qué propósito se produce el texto?
- c) ¿Qué tipo de texto es?
- d) ¿Cuál es su estructura?
- e) ¿Qué materiales se empleará?

## **ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN**

- a) Analizar los elementos de la situación de comunicación (emisor, receptor, propósito, tema etc.) Flower, el alumno debe interrogarse sobre el sentido del escrito que se quiere producir ¿Quién lo leerá? ¿Qué sé del tema?
- b) Formular con palabras el objetivo de una comunicación escrita ¿Qué se espera conseguir?
- c) Consultar fuentes de información diversas, enciclopedias, diccionarios, web.
- d) Aplicar técnicas diversas de organización de ideas (esquemas jerárquicos, ideogramas, palabras claves.)
- e) Determinar cómo será el texto (extensión, tono, presentación)
- f) Elaborar borradores.

## **B. ETAPA DE TEXTUALIZACIÓN**

Es el acto mismo de poner por escrito lo que se ha previsto en la etapa de planificación. Lo que se ha pensado se traduce en información lingüística y esto implica tomar una serie de decisiones, sobre la imagen, el léxico y la estructura del texto, el propósito del emisor.

## **ESTRATEGIAS DE TEXTUALIZACIÓN**

- a) Proceder a plasmar sobre el papel las ideas
- b) Concentrarse selectivamente en diversos aspectos del texto.
- c) Generar ideas, una técnica útil es la lluvia de ideas, que consiste en concentrarse durante unos pocos minutos en un tema y apuntar todo lo que se nos ocurra. Hacerse preguntas sobre el tema, dibujar, etc.
- d) Organizar ideas, en mapas mentales, listas, clasificaciones ideogramas esquemas.
- e) Manejar el lenguaje para lograr el efecto deseado.
- f) Utilizar la sintaxis correcta y seleccionar vocabulario.

### **C. ETAPA DE REVISIÓN**

Esta etapa está orientada a mejorar la producción textual. Se cumplen tareas como la lectura atenta y compartida de lo escrito para detectar casos de incoherencia, vacíos, borradores, tachaduras, faltas ortográficas y otros aspectos que necesiten mejoramiento.

La etapa de revisión incluye también la reflexión sobre el proceso de producción textual. La meta cognición abarca las diversas etapas pues en todo momento tenemos necesidad de corroborar si estamos haciendo bien las cosas o no.

### **ESTRATEGIAS DE REVISIÓN**

- a) Comparar el texto producido con los planes previos.
- b) Leer en forma selectiva concentrándose en diversos aspectos (cohesión, coherencia)
- c) Conocer diversas formas de corregir o retocar un texto eliminar agregar, ortografía, puntuación, etc.
- d) Estudiar modelos

### **D. ETAPA DE EDICIÓN**

En esta etapa los textos escritos son previamente sometidos a un tratamiento especial para hacerlos novedosos y atractivos de tal modo que inviten a la lectura, al editar un texto se puede responder a las siguientes preguntas:

- a) ¿El texto se ha distribuido en forma equilibrada?
- b) ¿Se ha utilizado las imágenes y colores correctos?
- c) ¿Se distingue claramente el mensaje?
- d) El texto, de manera general, ¿Invita a la lectura?

#### 4.6. PRODUCCIÓN DE TEXTOS PUBLICITARIOS

Un texto publicitario, es un texto que trata de informar y convencer al público para que actúe o piense de un modo determinado; es un texto de impacto emotivo, es un recurso efectivo para llegar a gran cantidad de público, para sensibilizar y concientizar a la sociedad sobre alguna temática en particular como los que realizan los gobiernos o instituciones públicas

Es un texto por medio del cual se difunde un mensaje con la intención de promover un servicio o producto; invitar a participar en algo, actuar de cierta forma.

Se puede distinguir tres tipos de textos publicitarios, según sea su finalidad:

- a) Comercial: Orientada a la venta de productos o a contratación de ciertos servicios de consumo.
- b) Institucional: dirigida a modificar las conductas o comportamientos de los ciudadanos; invita a reflexionar sobre un problema que nos afecta a todos.(afiches)
- c) Política: Cuyo objetivo es que la opinión pública asuma determinadas ideas políticas y sociales como propias, en una determinada colectividad.

#### 4.7. EL AFICHE

##### A) CONCEPTO

Es un texto no literario persuasivo, de lenguaje sencillo y preciso que difunde un mensaje con la intención de convencer la compra de un producto o servicio, invitar a participar en algo.

Está compuesto por imagen y texto, intenta comunicar ciertas ideas a través de un mensaje persuasivo; da a conocer una actividad, un producto, hace una invitación. Solicita la participación de los demás en

campañas de sensibilización y publicidad en general. Las imágenes suelen ser de colores llamativos y los textos breves, precisos, lo más directo posible y en distintos tipos de letra.

Es interesante y de fácil lectura de lenguaje sencillo y preciso que ayuda a presentar las ideas frente a un gran número de personas poniendo en juego la creatividad.

El afiche según el diccionario de la lengua española, es un cartel o aviso expuesto al público, realizado con alguna intención artística mediante el que se anuncia un evento futuro.

Otra definición, es un cartel que comunica un mensaje y es para destacar que este mensaje puede ser tanto textual como imágenes u otros recursos gráficos, como símbolos; es expresamente gráfico. Los afiches también son utilizados para otros fines, como los de anunciar ciertos eventos que pueden ser también de intención con intención comercial, es decir pagado,

La propaganda política también utiliza estos recursos para promocionar obras o actos políticos. Además encontramos los destinados a sensibilizar o concientizar a la sociedad sobre un tema en particular.

## **B) ESTRUCTURA DEL AFICHE**

a) IMAGEN: Representa el mensaje que se quiere transmitir, (fotos, recortes de revistas) que sea significativo. No es un fin en sí mismo sino un medio. La imagen aclara o guía la interpretación de un texto ambiguo con significado polisémico.

Así mismo se debe tener en cuenta el uso de los colores cálidos y fríos según el propósito del texto.

Usar contraste máximos en negro sobre blanco, negro sobre amarillo, rojo sobre blanco, blanco sobre negro, azul sobre blanco, negro sobre rojo, para llamar la atención del lector.

- b) TEXTO: Informa de manera concisa lo que se quiere dar a conocer, que sea fácil de entender y retener, debe reforzar la imagen y no repetirla exactamente. El texto deshace la ambigüedad de la imagen, añade nuevos significados a los aportados por la imagen y viceversa.

La presencia del adjetivo en grado superlativo o comparativo es frecuente en estos textos. Así mismo utiliza formas verbales en imperativo como: “vea”, “use” “cuide”.

Puesto que el afiche intenta persuadir es importante el uso de recursos literarios: rimas, metáfora, comparaciones, etc.

El estilo y tamaño de la letra deben ser adecuados al propósito del texto.

Predominio de cualidades positivas y palabras relacionadas con los valores.

El léxico apela a la función fáctica, apelativa y poética para captar la atención.

Uso de lenguaje connotativo, se refiere al uso de palabras cuyo significado es subjetivo que se añade al significado denotativo. Para convencer al público y generar en él un deseo de consumo o cambio de conducta se emplean dos tipos de mensajes: icónico y textual  
Son frecuentes las repeticiones, los paralelismos y antítesis.

Entre ambos se establece comparaciones, alusiones, etc.; así como también relaciones de oposición o contradicción en las que el texto, por ejemplo, afirma lo contrario de o que dice la imagen, o viceversa.

- c) **ESLOGAN:** Es una frase fácil de recordar que tiene un fin publicitario. Es una frase breve, es fundamental ya que por medio de él se entrega el mensaje, debe ser directa.<sup>8</sup>

Usa diversos tamaños y estilos de tipografía para llamar la atención del público.

### **C) FUNCIONES DEL AFICHE**

- **Informativo:** Relaciona un emisor con un receptor colectivo con el propósito de captar su atención, llevar conocimiento o modificar un comportamiento.
- **Económica:** El afiche tiene que hacer valer un producto o actividad.
- **Educadora:** La imagen por su contenido inmediato respecto al receptor implica una nueva estructura de sus hábitos sensitivos y cognitivos constituye un proceso de educación.
- **Estética:** Constituye un medio plástico que contiene un elevado valor estético.
- **Creativa:** El autor debe recurrir a las innovaciones constantes de nuevas técnicas, procedimientos y materiales.

## **5. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

En la búsqueda realizada en los catálogos de tesis de las bibliotecas de la universidad Católica de Santa María se han encontrado las siguientes investigaciones que guardan alguna relación con el tema de investigación.

---

<sup>8</sup> Creación literaria y más - ayuda y recursos para docentes. El afiche.-creación literaria.net/2012/05/el-aficheestructura-e-importancia/ -obtenido 13 de octubre de 2014

A. Autora. Doris Elizabeth Luque Quispe

CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS ESCRITOS INFORMATIVOS EN LOS ALUMNOS DE QUINTO GRADO DE SECUNDARIA DE LA I.E. "ROMEO LUNA VICTORIA" DEL DISTRITO DE CERRO COLORADO, AREQUIPA, 2006

### **Conclusiones**

Las características de la producción de textos escritos analizados en cuanto a coherencia mostraron que alrededor de la mitad de los alumnos registran un incipiente dominio y un mínimo porcentaje de las unidades de estudio demostró un logro esperado.

B. Autora. Emma Lourdes Durand Gómez

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA DISCURSIVA ESCRITA DE LOS ESTUDIANTES DEL ISPA, Arequipa, 2010,

### **Conclusiones**

Las dos terceras partes de los estudiantes del ISPA usan en la producción de textos narrativos y argumentativos, casi todos los recursos lingüísticos para lograr la cohesión y coherencia. Lo que plantea la necesidad de desarrollar estrategias que permitan mejorar las habilidades discursivas escritas.

C. Autora. Consuelo Vásquez Tantalean

APLICACIÓN DEL MODELO DE FLOWER Y HAYES "PROCESO DE COMPOSICIÓN" EN LA PRODUCCION DE CUENTOS EN ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE SECUNDARIA DE LA I.E. "PAOLA FRASSINETTI" FE Y ALEGRÍA 45", MIGUEL GRAU, PAUCARPATA, AREQUIPA, 2013.

## Conclusiones

En cuanto a las características externas e internas de la producción de cuentos después de la aplicación del modelo, los estudiantes alcanzaron un 76% de eficacia. Logrando mantener la estructura adecuada del cuento, superando en la presentación del mismo lo referente a márgenes, enmendaduras, tachaduras y borrones; además evitaron caer en errores en el plano del vocabulario, redundancias, contradicciones y vacíos de información, así como, en el uso inadecuado de conectores lógicos y del punto y seguido.

## 6. HIPÓTESIS, VARIABLES E INDICADORES

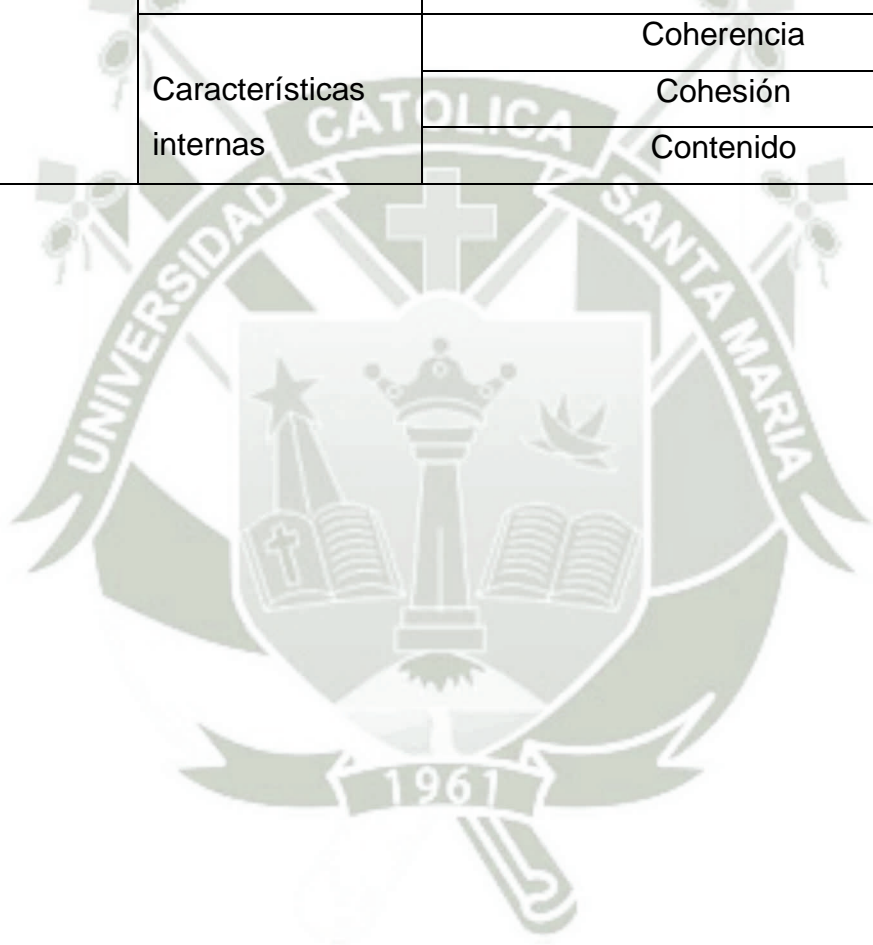
### 4.1. Hipótesis

Dado que la producción de afiches es un tipo de texto publicitario que permite informar, educar, desplegar la creatividad y apreciar el arte en sus diversas formas de comunicar sus conocimientos; es probable que los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. “Santa Rita de Siguas”, con la aplicación de estrategias básicas de las rutas del aprendizaje logren mejorar la producción de afiches.

### 4.3. Cuadro de variables e indicadores

VARIABLES	INDICADORES	SUB-INDICADORES
Independiente	Planificación	Registro formal.
		Características del destinatario.
	Textualización	Información
		Secuencia lógica y temporal
		Acentuación y recursos ortográficos
	Revisión	Vocabulario
		Relación imagen-texto.

Estrategias básicas de las rutas del Aprendizaje.	Edición	Imagen y colores adecuados
		Propósito
<b>Dependiente:</b> Producción de afiches	Características externas	Presentación
		Texto
		Imagen
	Características internas	Eslogan
		Coherencia
		Cohesión
		Contenido





## CAPÍTULO II

### 2. DISEÑO TÉCNICO Y EJECUCIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS

#### 2.1. Técnicas e instrumentos de verificación

##### A. TÉCNICA

La técnica empleada fue la observación directa y planificada de los estudiantes durante el proceso del antes y durante la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje en la producción de afiches en el aula.

Las anotaciones de campo permitieron interpretar las observaciones durante las sesiones de aprendizaje planificadas en el presente trabajo de investigación, para mejorar la producción de afiches.

**CUADRO N° 1**  
**ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO**

<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>ITEMS</b>
<b>INDEPENDIENTE</b> Estrategias básicas de las rutas del aprendizaje	Planificación Textualización Revisión Edición	Observación directa	Lista de cotejo	1 al 9
<b>DEPENDIENTE</b> Producción de afiches	Características externas Características internas	Observación directa	Lista de cotejo	10 al 23

## 2.2. Campo de verificación

### 2.2.1. Ámbito geográfico

El presente trabajo de investigación se realizó en el ámbito geográfico del distrito de Santa Rita de Sigwas, Unidad de Gestión Educativa La Joya, Provincia de Arequipa, Región Arequipa, en la Institución educativa secundario, Santa Rita de Sigwas, con dirección domiciliaria en Calle Ciro Alegría s/n.

### 2.2.2. Unidades de estudio

El universo cualitativo está conformado por los estudiantes matriculados en el segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas.

El universo cuantitativo está formado por los estudiantes asistentes en el segundo grado "A" de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas, es decir 35 estudiantes, distribuidos de la siguiente manera.

**CUADRO N° 2**  
**UNIDADES DE ESTUDIO**

<b>ALUMNOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Porcentaje</b> %
<b>Mujeres</b>	16	46
<b>Varones</b>	19	54
<b>TOTAL</b>	35	100

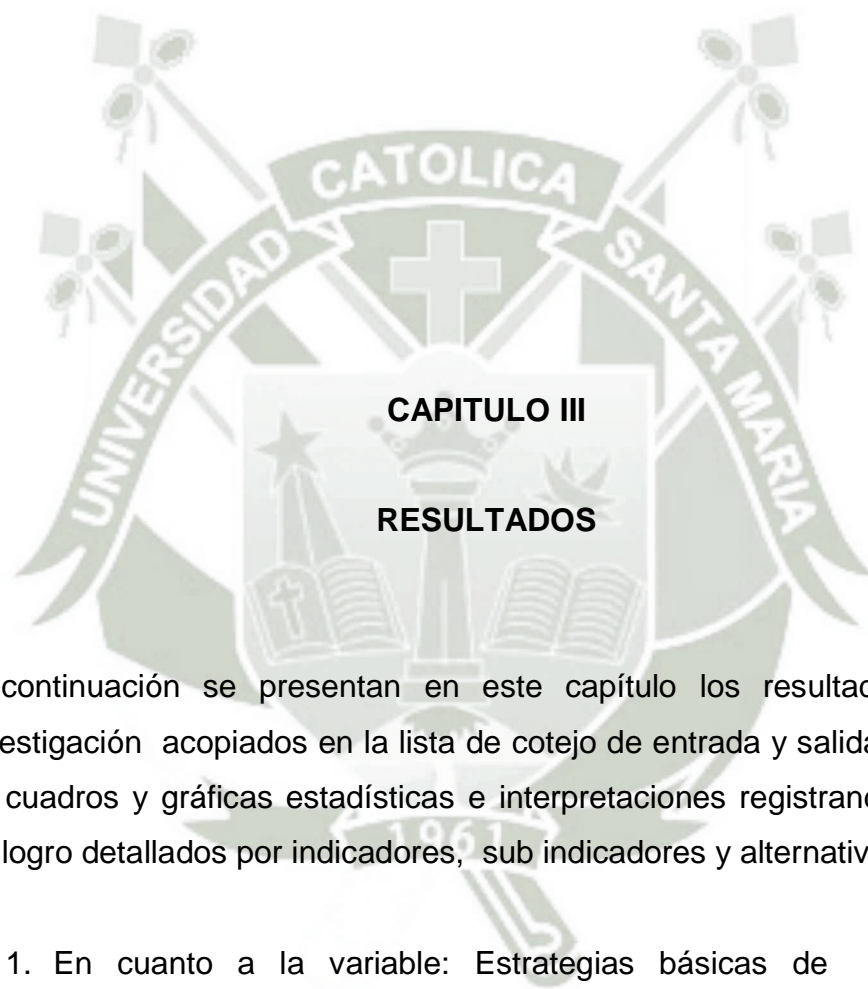
### 2.2.3. Ubicación temporal

El presente trabajo de investigación es coyuntural al haberse ejecutado durante el presente año 2014.

#### 2.2.4. Estrategias de la recolección de datos

Para la ejecución de la presente investigación se siguió el siguiente proceso:

- Se presentó el oficio respectivo a la Dirección de la I.E. “Santa Rita”, para la autorización de la aplicación del presente trabajo de investigación.
- Se solicitó el permiso a los profesores tutores de segundo grado “A” para coordinar las acciones necesarias para la realización del trabajo de investigación.
- La validación se hizo por consulta a expertos, a través de una docente de comunicación de la Institución Educativa.
- La aplicación por parte de los estudiantes del segundo grado “A”, en forma individual producen un afiche, en base a sus saberes previos, siendo evaluados con la lista de cotejo de entrada.
- Se procedió a buscar información en diferentes fuentes bibliográficas y digitales: se sistematizó la información a través de 10 sesiones de aprendizaje, planificados para el presente trabajo de investigación.
- Producen nuevamente un afiche para el concurso, siendo evaluados por la misma lista de cotejo como instrumento de evaluación de salida.
- Se ejecutó el análisis estadístico de los datos recogidos y su respectiva interpretación.
- Se procedió a la sistematización en la elaboración del informe final de la investigación con la creación de la sigla, APEBRAZ.



### **CAPITULO III**

### **RESULTADOS**

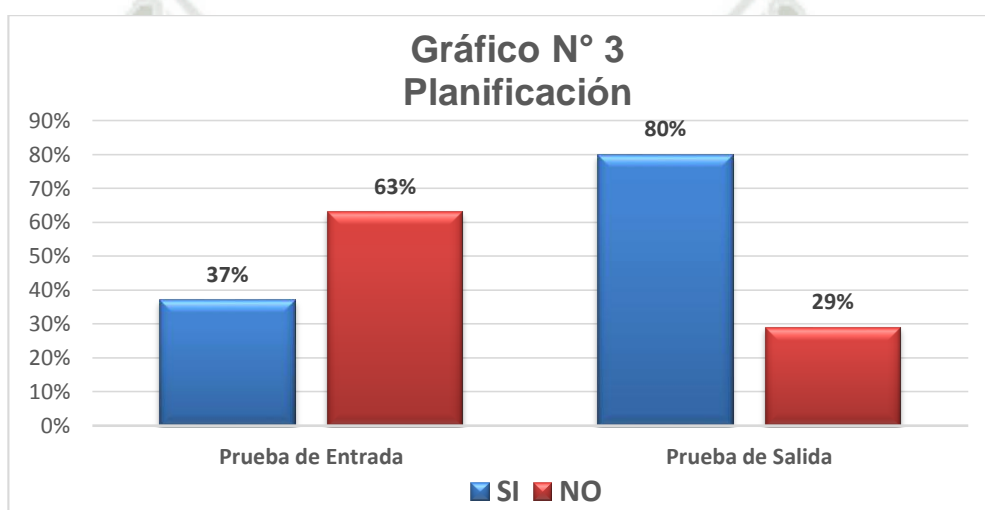
A continuación se presentan en este capítulo los resultados de la investigación acopiados en la lista de cotejo de entrada y salida, a través de cuadros y gráficas estadísticas e interpretaciones registrando el nivel de logro detallados por indicadores, sub indicadores y alternativas.

1. En cuanto a la variable: Estrategias básicas de rutas del aprendizaje

CUADRO N° 3

INDICADOR: PLANIFICACIÓN

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Selecciona de manera autónoma el registro formal del afiche	13	37	22	63	28	80	7	20



Fuente: APEBRAZ

En el cuadro referido a los resultados sobre **planificación**, donde el estudiante, eligió el registro formal del afiche, encontramos que en la prueba de entrada solamente el 37% logró elegir en forma correcta el registro formal del afiche, significa que el 63% no planificaron el propósito correcto tampoco la estructura del afiche.

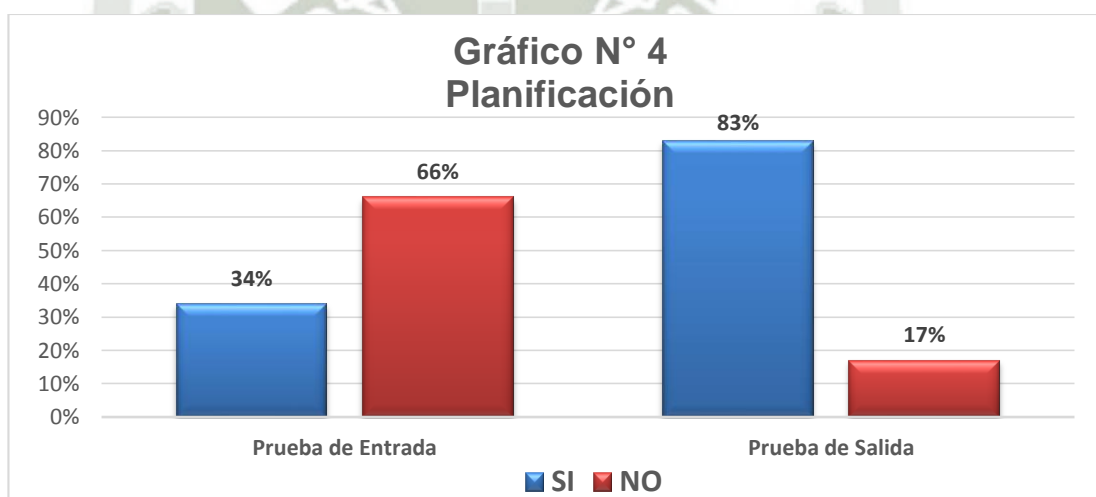
Mientras que en la prueba de salida se observa que el 80% de los estudiantes lograron elegir correctamente la planificación del afiche.

Significa que la mayoría de los estudiantes identifican la situación comunicativa, el propósito del afiche y su estructura, organizan las ideas con anticipación, a través de la estrategia del uso de un cuadro de planificación del texto.

CUADRO N° 4

INDICADOR: PLANIFICACIÓN

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Determina las características del destinatario.	12	34	23	66	29	83	6	17



Fuente: APEBRAZ

Esta tabla estadística sobre **planificación**, encontramos que en la prueba de entrada solamente el 34% lograron el indicador de adecuar el afiche al destinatario. Sin embargo en la prueba de salida encontramos el 83% que lograron el indicador propuesto, los resultados de la prueba de salida expresan que se logró revertir los resultados de la prueba de entrada en un 49% lo cual es importante para la adecuación del afiche al destinatario.

CUADRO N° 5

INDICADOR: TEXTUALIZACIÓN

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Mantiene el tema cuidando de no presentar vacíos de información.	16	46	19	54	20	57	15	43



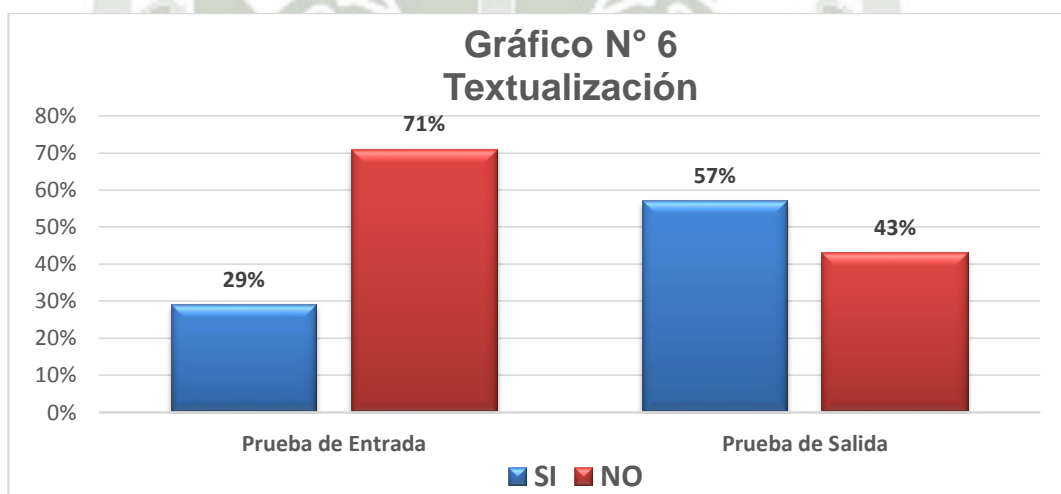
Fuente: APEBRAZ

En esta tabla estadística sobre **textualización** encontramos que en la prueba de entrada solamente el 46% alcanzó mantener el tema y no presentar vacíos de información en el afiche, es decir, el eslogan, el mensaje se mantienen en el tema de la conservación de la limpieza de la I.E así mismo expresan ideas completas y coherentes, en la prueba de salida el 57%, sí lograron el indicador propuesto. Al comparar ambos resultados observamos que el incremento es de 11% lo cual indica que mejoro la coherencia de los afiches.

CUADRO N°6

INDICADOR: TEXTUALIZACIÓN

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Establece la secuencia lógica y temporal en el afiche.	F	%	F	%	F	%	F	%
		10	29	25	71	20	57	15



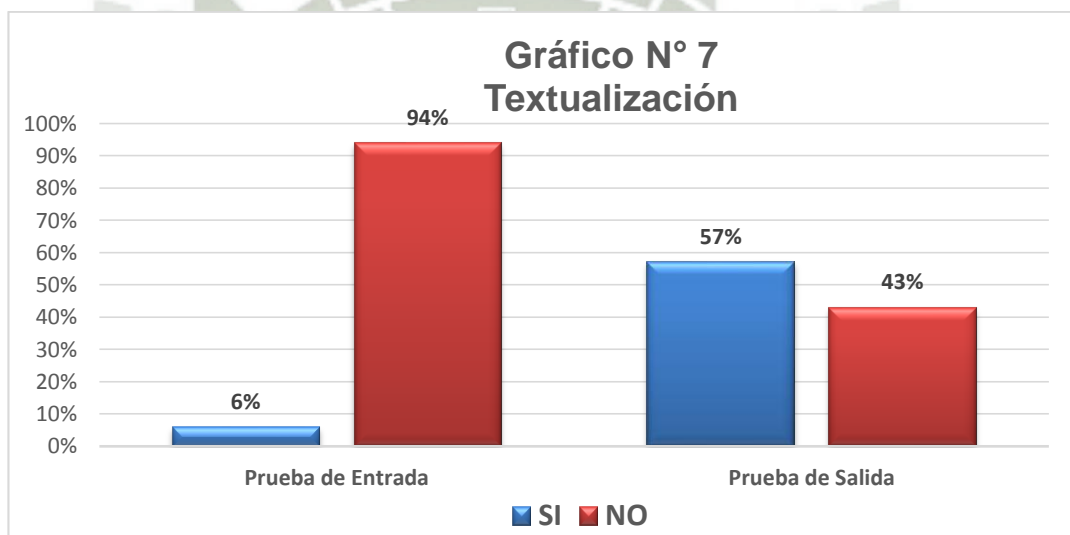
Fuente: APEBRAZ

Según el presente cuadro sobre **textualización**, vemos que en la prueba de salida se duplicó el resultado del logro al establecer la secuencia lógica y temporal en el afiche, lo que demostró que, los estudiantes lograron superar sus dificultades y mejorar la producción de afiches presentándolos con una secuencia lógica y temporal.

CUADRO N° 7

INDICADOR: TEXTUALIZACIÓN

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Usa recursos ortográficos de puntuación y acentuación	2	6	33	94	20	57	15	43



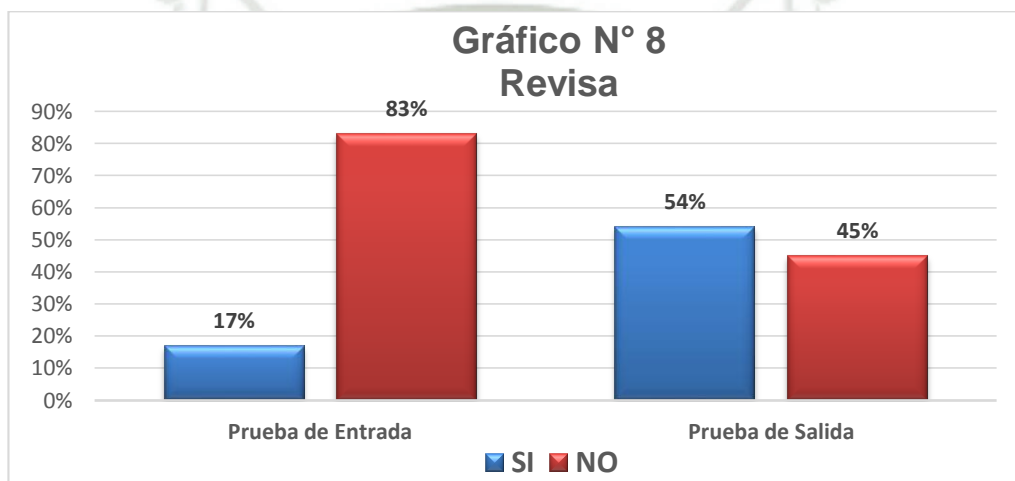
Fuente: APEBRAZ

Según el presente cuadro sobre **textualización**, apreciamos que en la prueba de entrada un mínimo porcentaje usa recursos ortográficos de puntuación y acentuación ortográfica en la producción del afiche, significa que presentan errores de escritura de palabras, así mismo palabras sin acento ortográfico, inadecuado uso de signos de puntuación. Sin embargo en la prueba de salida se logra remontar este resultado, al elevar la cantidad de estudiantes que mejoraron la producción del afiche utilizando correctamente los recursos ortográficos.

CUADRO N° 8

INDICADOR: REVISA

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Revisa si ha usado vocabulario variado y apropiado.	F	%	F	%	F	%	F	%
	6	17	29	83	19	54	16	45



Fuente: APEBRAZ

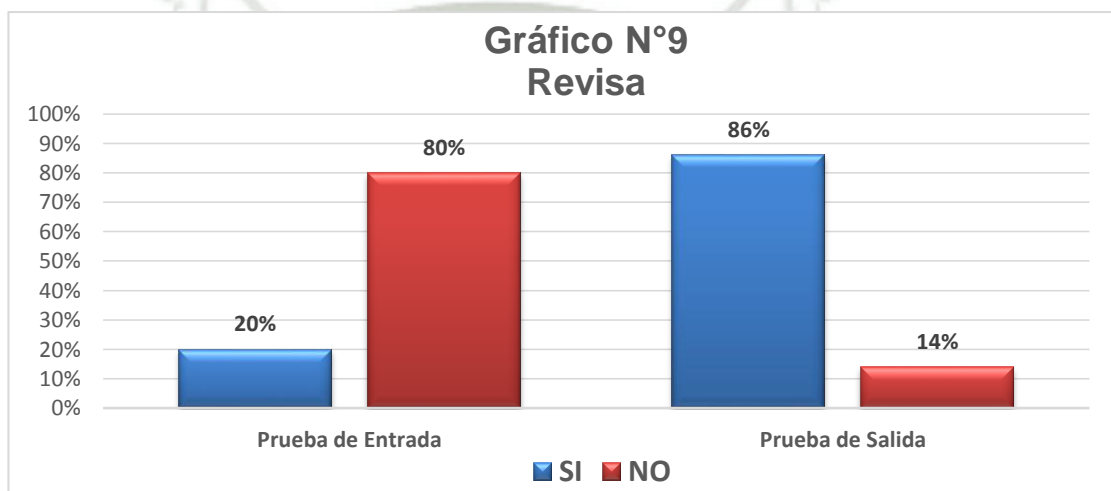
En esta tabla estadística sobre **revisa**, en la prueba de entrada el 17% revisa el vocabulario que usó en el afiche, mientras que el 83% no alcanzó este indicador; lo que manifiesta la deficiencia en el uso del vocabulario pertinente que manejan los estudiantes. Esto significa que las palabras utilizadas en el afiche son de significado básico, además escriben como se expresan cotidianamente en el ambiente familiar.

A pesar de ello en la prueba de salida se incrementa el porcentaje de alumnos que logran mejorar su vocabulario, utilizando sinónimos de palabras comunes.

CUADRO N° 9

INDICADOR: REVISA

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Revisa el significado de la imagen y el texto.	F	%	F	%	F	%	F	%
		7	20	28	80	30	86	5



Fuente: APEBRAZ

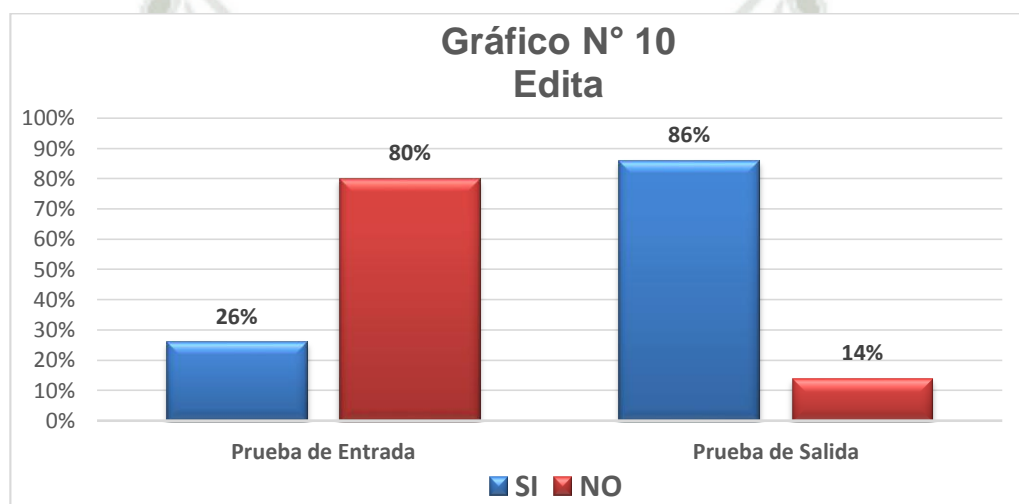
Con respecto al cuadro de **revisa**, encontramos que en la prueba de entrada el 20% si revisa la relación de la imagen con el texto del afiche. Mientras que en la prueba de salida encontramos que el 86% lograron relacionar la imagen con el mensaje que desean expresar según el propósito comunicativo del afiche.

Como resultado comparativo entre las respectivas pruebas, observamos un incremento en el nivel del uso adecuado y pertinente de la imagen que se relaciona con el texto.

CUADRO N°10

INDICADOR: EDITA

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Utiliza imágenes y colores adecuados.	F	%	F	%	F	%	F	%
	9	26	26	74	30	86	5	14



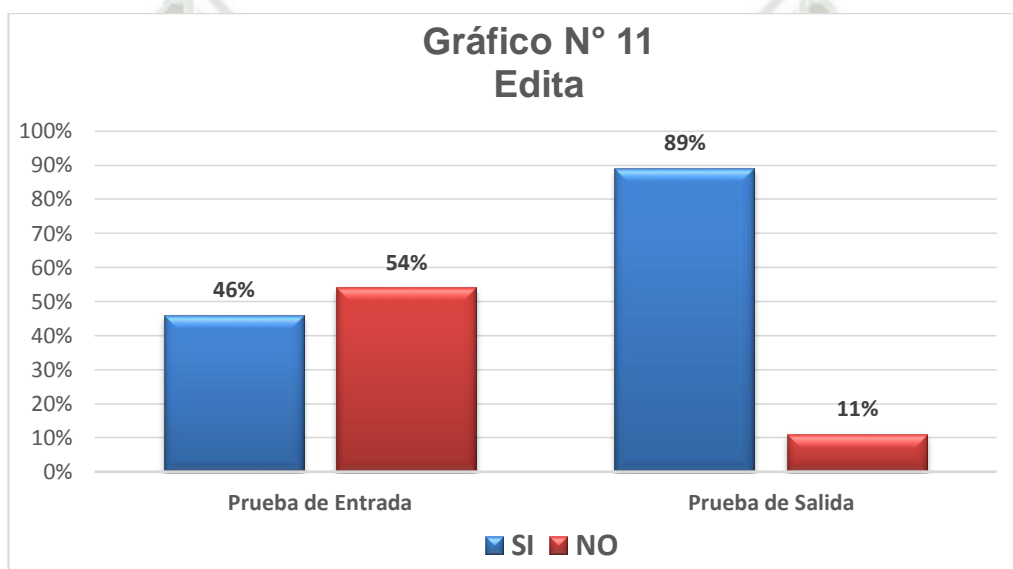
Fuente: APEBRAZ

En este cuadro sobre **edita**, se observa que en la prueba de entrada lograron utilizar imágenes adecuadas y combinar los colores para atraer la atención del destinatario el 26%. En la prueba de salida se observa un incremento significativo en el uso adecuado del elemento ícono gráfico del afiche.

Como podemos apreciar comparativamente, los resultados de la prueba de entrada revelan un incremento positivo en el uso de la imagen y colorido en la producción del afiche.

**CUADRO N° 11**  
**INDICADOR: EDITA**

ÍTEM	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Se distingue el propósito del texto.	F	%	F	%	F	%	F	%
		16	46	19	54	31	89	4



Fuente: APEBRAZ

Tomando en consideración el presente cuadro sobre **Edita**, se aprecia que en la prueba de entrada el 46% se concentró en convencer al destinatario para mantener la limpieza y orden de su Institución educativa en resguardo de su bienestar, además, los resultados de la prueba de salida indican el incrementó ostensible que llegó al 89% de estudiantes que expresaron el propósito a través de la imagen y el texto en el afiche.

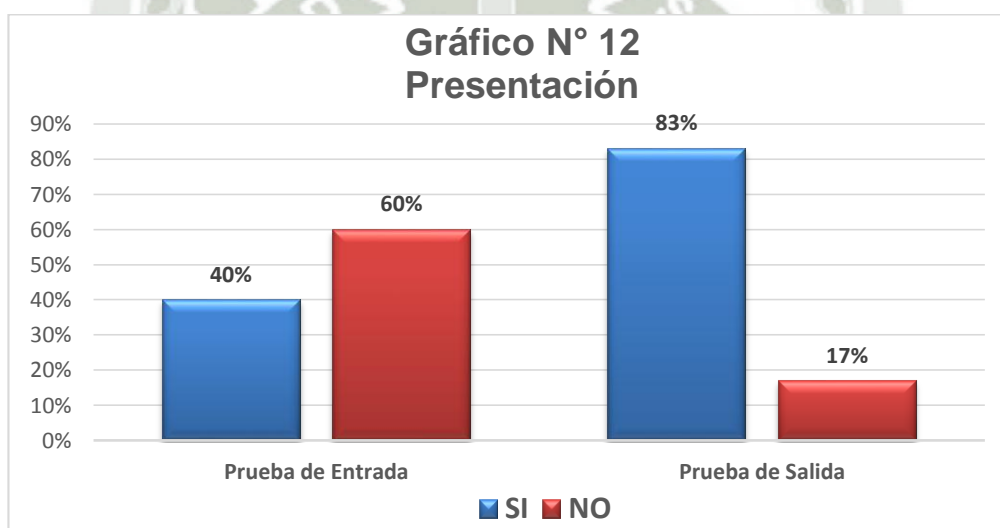
2. En cuanto a la variable: Producción de afiches

CUADRO N° 12

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS EXTERNAS

SUB INDICADOR: PRESENTACIÓN

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Elabora con criterio estético	F	%	F	%	F	%	F	%
	14	40	21	60	29	83	6	17



Fuente: APEBRAZ

El presente cuadro sobre **la presentación**, nos muestra que en la prueba de entrada el 40% elabora el afiche con criterio estético; mientras que en la prueba de salida el 83% logra la presentación del afiche con criterio estético.

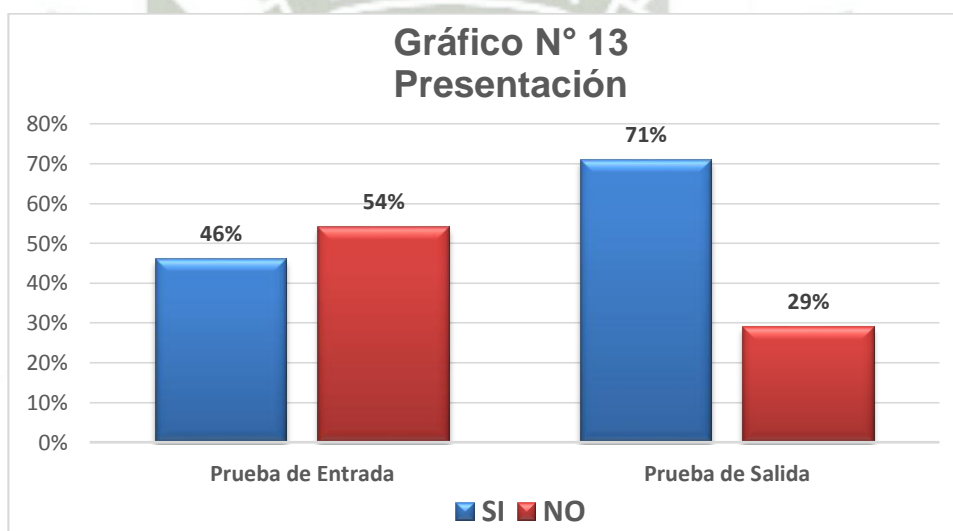
De la prueba de entrada y salida, podemos observar comparando los resultados que en la primera el 60% no logró el indicador programado. Sin embargo en la prueba de salida la presentación de los afiches en la mayoría mejoró.

**CUADRO N° 13**

**INDICADOR: CARACTERÍSTICAS EXTERNAS**

**SUB INDICADOR: PRESENTACIÓN**

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Realiza trabajo limpio y ordenado	16	46	19	54	25	71	10	29



Fuente: APEBRAZ

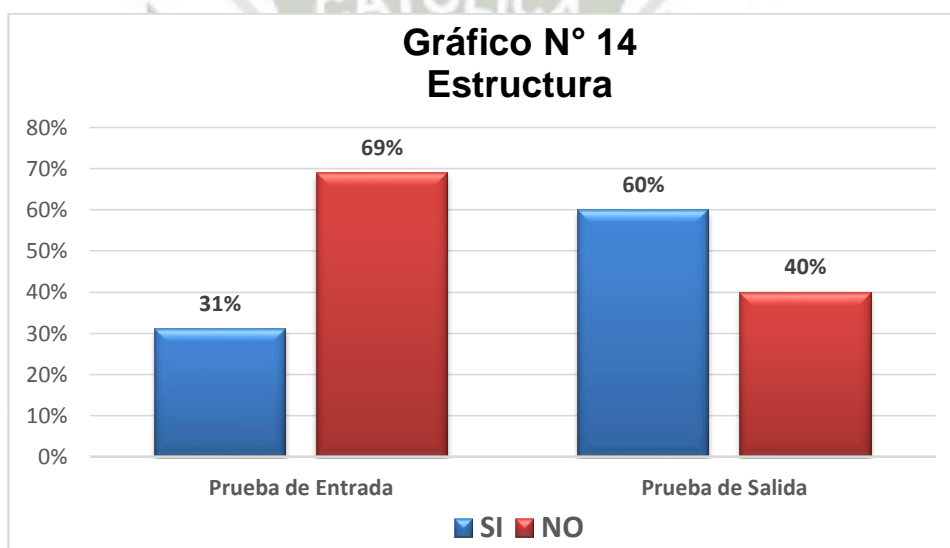
En el cuadro referido a los resultados sobre **presentación** de afiches, encontramos que, en la prueba de entrada el 46% alcanzó el indicador propuesto; quiere decir una presentación limpia y ordenada del afiche, sin embargo, en la prueba de salida este porcentaje se incrementa al 71%, por motivo de seguimiento permanente en el aula, lo que permitió superar sus dificultades de limpieza y orden.

CUADRO N°14

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS EXTERNAS

SUB INDICADOR: ESTRUCTURA

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Es breve y preciso	F	%	F	%	F	%	F	%
		11	31	24	69	21	60	14



Fuente: APEBRAZ

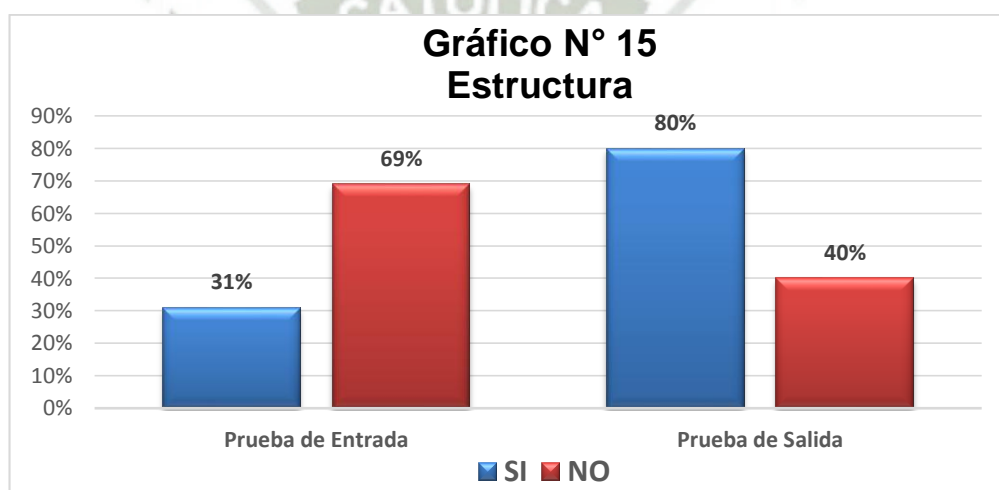
Con respecto a este cuadro sobre **estructura del afiche**, en referencia al texto, podemos decir que en la prueba de entrada el 31% logró argumentar con texto breve y preciso el propósito comunicativo del afiche; mientras, en la prueba de salida el 60% logró ser breve y preciso en el mensaje expresado con la intención de convencer al destinatario.

CUADRO N° 15

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS EXTERNAS

SUB INDICADOR: ESTRUCTURA

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Es comprensible y efectivo	F	%	F	%	F	%	F	%
	11	31	24	69	28	80	7	20



Fuente: APEBRAZ

En este cuadro estadístico sobre **estructura del afiche**, encontramos que en la prueba de entrada el 31% logró el indicador, significa que el uso adecuado del formato, sin embargo, en la prueba de salida este resultado se incrementó al 49%.

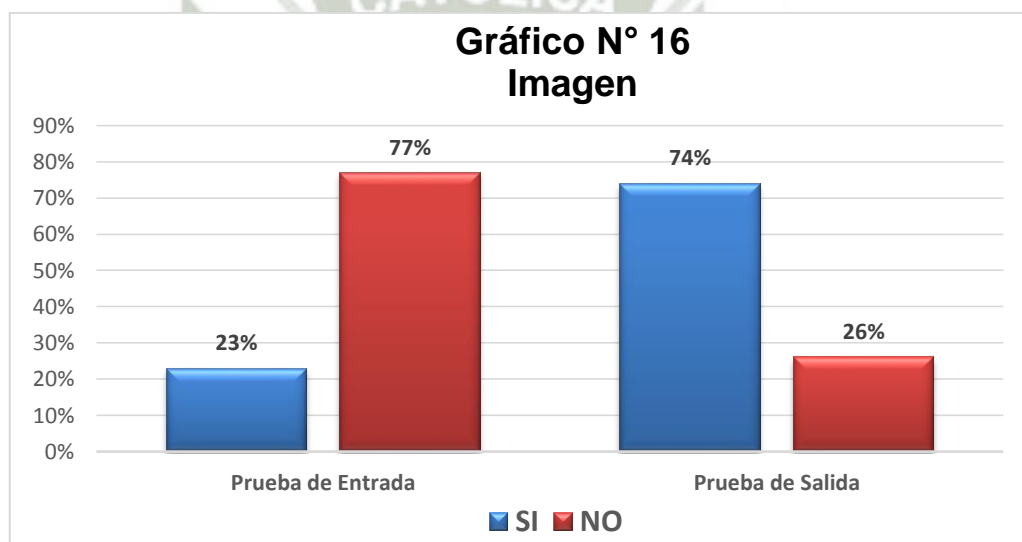
Observando comparativamente los resultados de este cuadro podemos decir que en la prueba de entrada el 69% no aplicó la estructura correcta y, el 31% sí, en tanto que en la prueba de salida el 80% aplicó la estructura correcta del afiche lo cual mejoró los afiches.

CUADRO N° 16

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS EXTERNAS

SUB INDICADOR: IMAGEN

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Presenta originalidad	F	%	F	%	F	%	F	%
	8	23	27	77	26	74	9	26

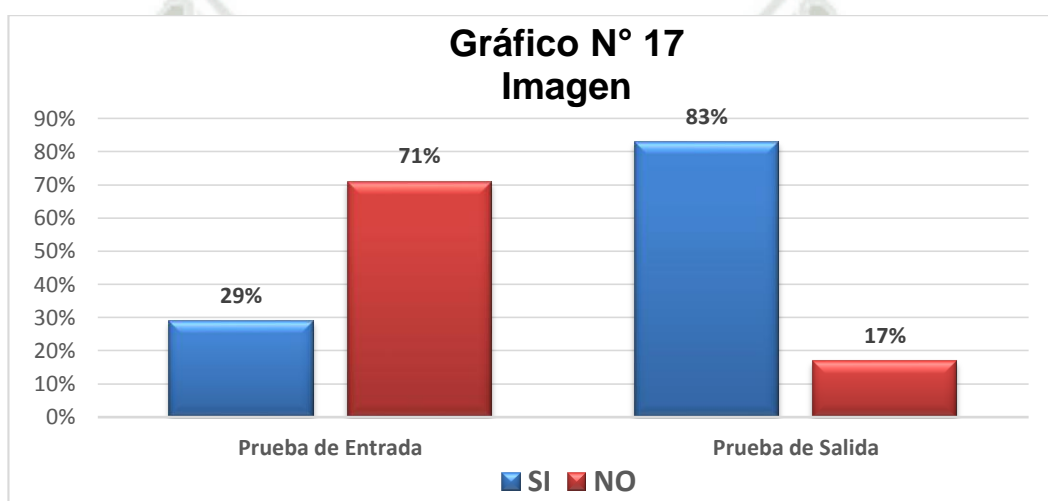


Fuente: APEBRAZ

Con respecto a este cuadro sobre **la imagen**, del afiche apreciamos que en la prueba de entrada el 23% logró presentar originalidad en la producción del afiche, significa que fue creativa, innovadora en la distribución del contenido, las imágenes que, por sí sola expresa el mensaje. Sin embargo en la prueba de salida se incrementó a 74%, demostró la innata capacidad de los adolescentes para expresar sus ideas en forma original y creativa.

**CUADRO N° 17**  
**CARACTERÍSTICA EXTERNAS**  
**SUB INDICADOR: IMAGEN**

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Existe relación ícono textual	F	%	F	%	F	%	F	%
		10	29	25	71	29	83	6



Fuente: APEBRAZ

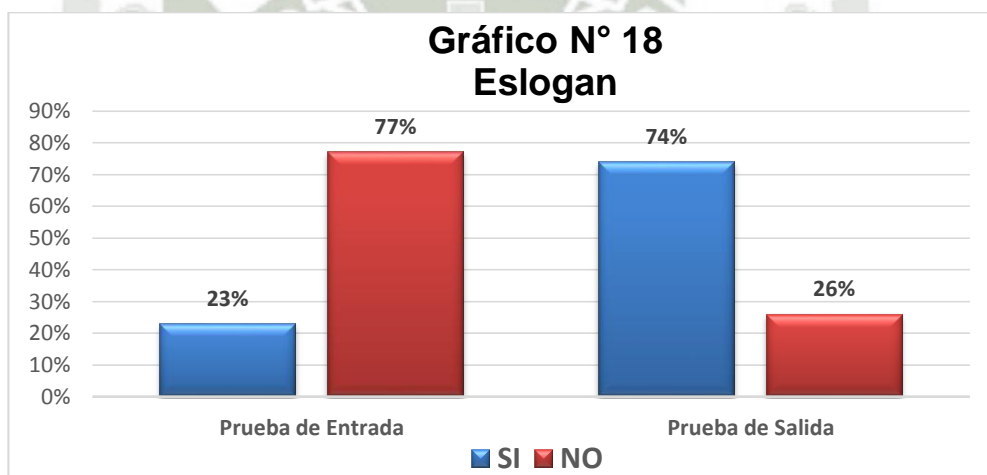
En el cuadro referido a los resultados sobre **imagen**, encontramos que en la prueba de entrada, el 29% sí presenta relación ícono textual en la producción del afiche, quiere decir que, se observa en el afiche una estrecha relación entre el texto y la imagen; no lograron el indicador el 71%; sin embargo, en la prueba de salida sí alcanzaron el indicador un 83% y no alcanzaron en un 17%. De ello podemos afirmar que esta mejora en el uso adecuado de la imagen se debe a la aplicación de las estrategias básicas de rutas del aprendizaje en la producción de afiches.

CUADRO N° 18

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS EXTERNAS

SUB INDICADOR: ESLOGAN

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Corto fácil de memorizar	F	%	F	%	F	%	F	%
	8	23	27	77	26	74	9	26



Fuente: APEBRAZ

El presente cuadro sobre **el eslogan**, podemos observar que en la prueba de entrada 23% sí producen el eslogan corto y fácil de memorizar y 77% no lo incluyeron en la producción del afiche; en tanto, en la prueba de salida el 74% presento el eslogan en su afiche, por lo que se deduce que al recibir la información correspondiente y observar en forma directa diversos afiches pudieron mejorar La Aplicación del eslogan.

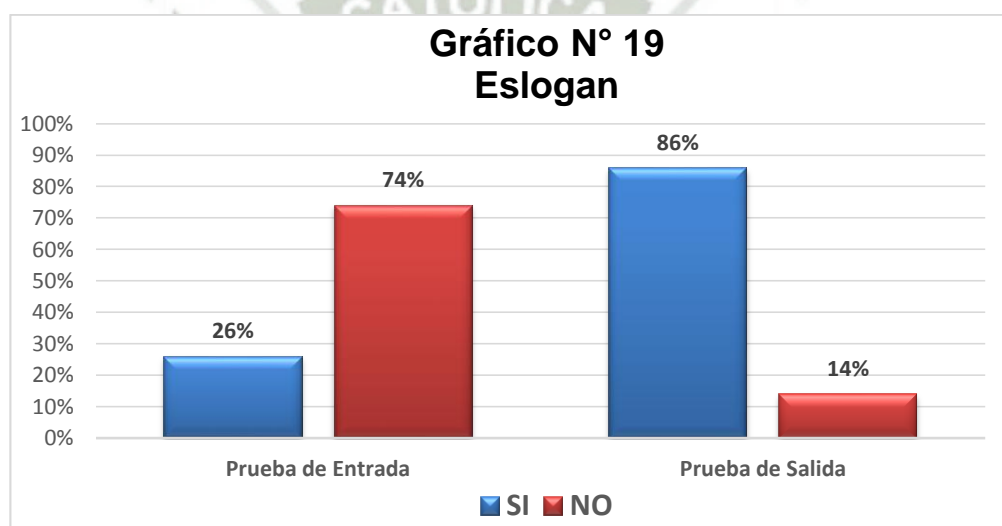
Comparando los resultados podemos establecer que en la prueba de salida los estudiantes evaluados produjeron afiches con eslogan corto y fácil de memorizar, y un 26% todavía necesita apoyo para lograrlo.

**CUADRO 19**

**INDICADOR: CARACTERÍSTICAS EXTERNAS**

**SUB INDICADOR: ESLOGAN**

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Usa diversos estilos y tamaños	F	%	F	%	F	%	F	%
		9	26	26	74	30	86	5



Fuente: APEBRAZ

En este cuadro estadístico sobre **el eslogan**, encontramos que en la prueba de entrada el 74% de los estudiantes no usan diversos estilos y tamaños en las grafías del eslogan para darle agilidad y evitar la monotonía del afiche y, que si lo hacen 26%; en cambio en la prueba de salida el 86% de los estudiantes usa diferentes estilos y tamaños de letra en el eslogan del afiche lo cual significa una presentación ágil y dinámica del afiche y, el 14% no lo hace.

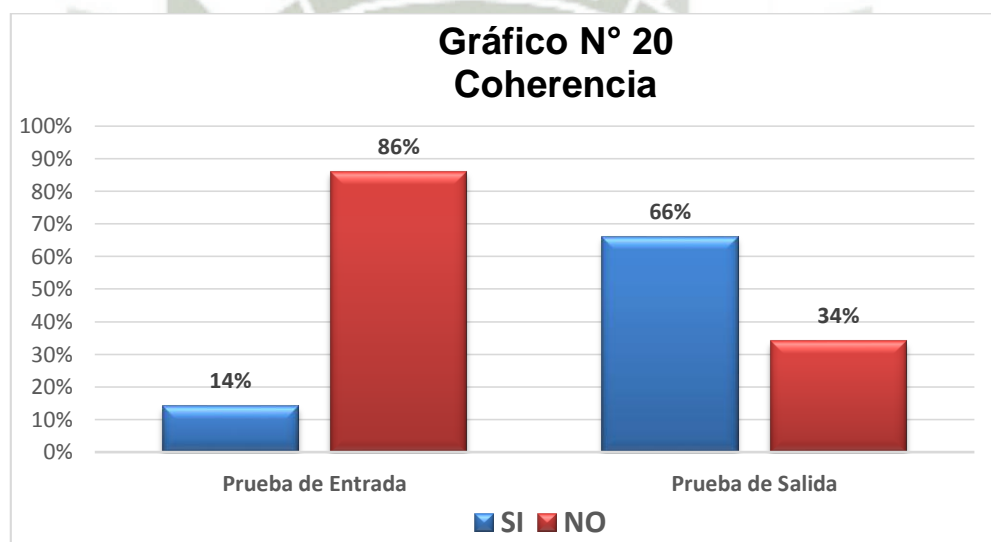
Observando comparativamente los resultados de este cuadro, podemos decir que el uso de diversos estilos y tamaño del eslogan mejoró.

CUADRO N° 20

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS INTERNAS

SUB INDICADOR: COHERENCIA

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Posee conexión interna de unidad.	F	%	F	%	F	%	F	%
	5		14	30	86	23	66	12



Fuente: APEBRAZ

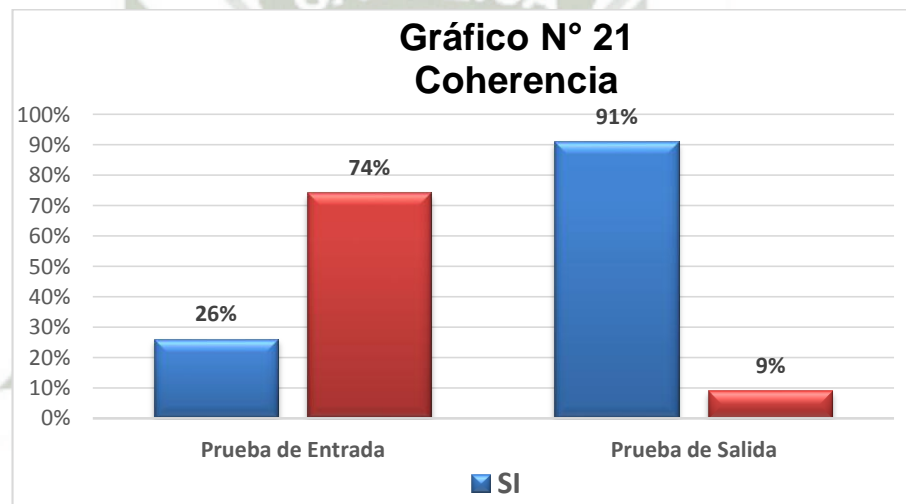
Con respecto a este cuadro sobre **la coherencia**, podemos decir que en la prueba de entrada el 86% no logro producir el afiche con conexión interna de unidad, es decir que, se expresaban ideas separada y les faltaba conectarlas para lograr un solo mensaje, y, el 14% sí; sin embargo, en la prueba de salida 66% si alcanzaron integrar las ideas y conectarlas para presentar una sola idea y mejorar la unidad textual y, 34% no lo alcanzaron.

CUADRO N° 21

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS INTERNAS

SUB INDICADOR: COHERENCIA

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Se conoce el emisor y receptor	F	%	F	%	F	%	F	%
	9	26	26	74	32	91	3	9



Fuente: APEBRAZ

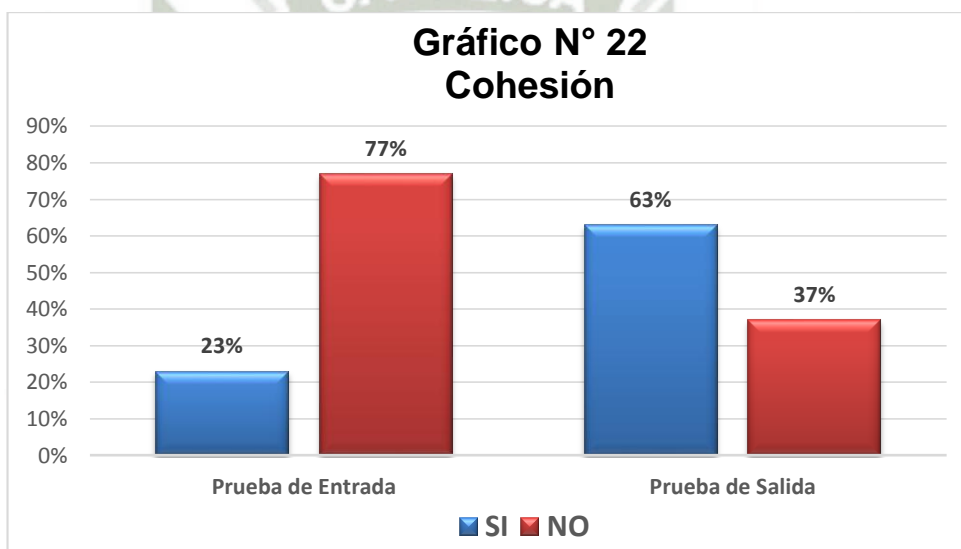
Con respecto a este cuadro sobre **la coherencia** en la producción de los afiches, podemos decir que en la prueba de entrada el 74% no logró identificar al emisor en el afiche, así mismo el contenido del mensaje no poseía característica de adecuación al destinatario, lo que significa falta de coherencia en el afiche, y, 26% alcanzaron a producir el afiche adecuándolo al receptor o auditorio. Haciendo una comparación de los resultados de la prueba de entrada y de salida, podemos observar que en la de entrada los afiches no se adecuan al receptor y se desconoce el emisor; mientras que en la prueba de salida el 91% identifica el destinatario y emisor del afiche.

CUADRO N° 22

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS INTERNAS

SUB INDICADOR: COHESIÓN

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Usa oraciones admirativas	F	%	F	%	F	%	F	%
	8		23	27	7	22	63	13



Fuente: APEBRAZ

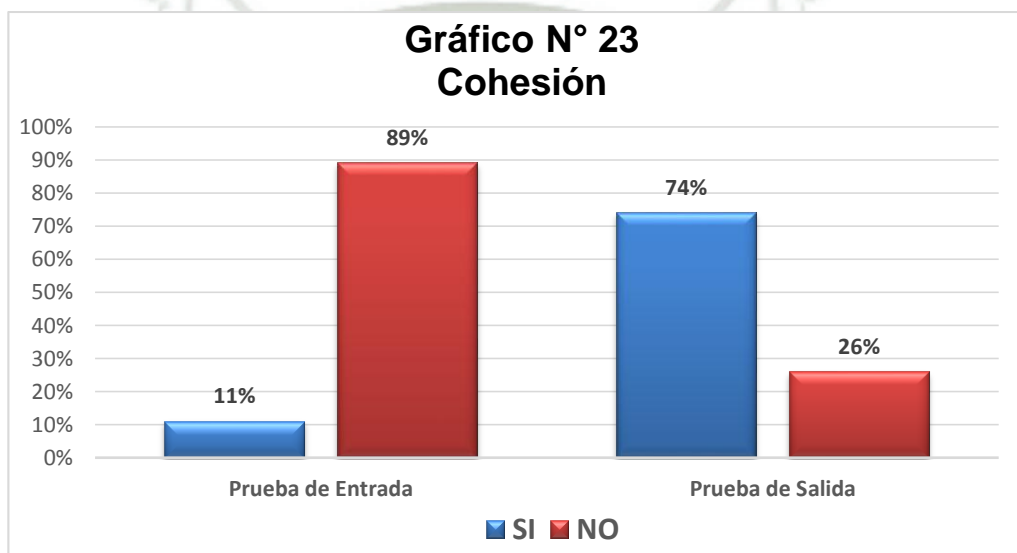
Como podemos apreciar el presente cuadro sobre **la cohesión** encontramos que en la prueba de entrada 77% de los estudiantes no usaron oraciones admirativas en el afiche, lo que significa inadecuado uso de la gramática y si lo hacen un 23%; no obstante en la prueba de salida se aprecia que el 63% logró mejorar el uso de la gramática en la producción del afiche con el uso correcto de oraciones exclamativas frente a un 37% que no lo lograron. Por lo tanto la cohesión en la mayoría de los estudiantes mejoró.

**CUADRO N° 23**

**INDICADOR: CARACTERÍSTICAS INTERNAS**

**SUB INDICADOR: COHESIÓN**

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Aplica reglas ortográficas	F	%	F	%	F	%	F	%
		4	11	31	89	26	74	9



Fuente: APEBRAZ

Con respecto al cuadro sobre aplicar reglas ortográficas básicas, uso correcto de mayúsculas, signos de puntuación y escritura correcta de las palabras en la prueba de entrada 89%; no logró, y, sí un 11%.

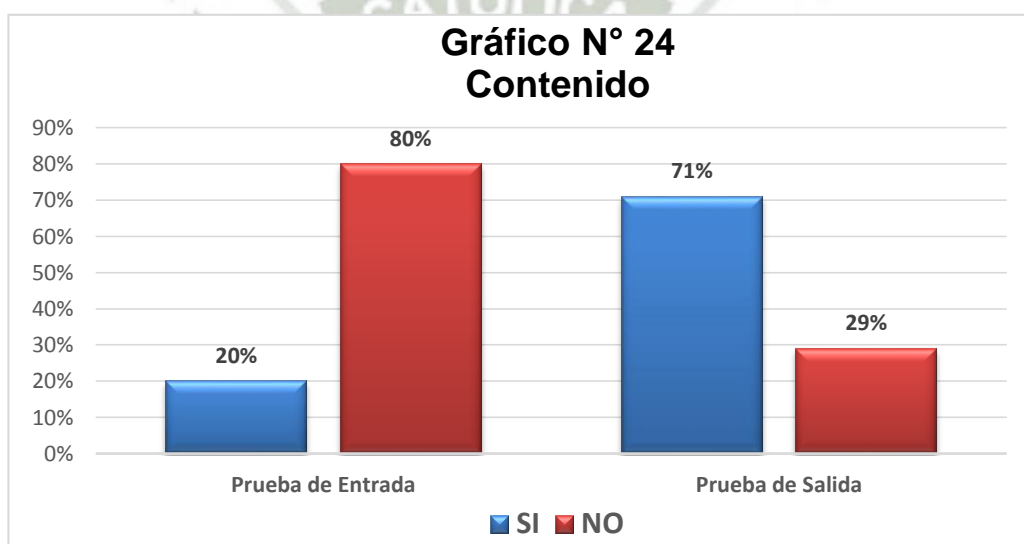
Observando los resultados podemos establecer que en la prueba de entrada la mayoría de los estudiantes no lograron aplicar las reglas ortográficas básicas, en cambio en la prueba de salida el 74% de los estudiantes aplicaron los recursos ortográficos en la producción del afiche, y no lo hicieron el 26%. Comparativamente los estudiantes en su mayoría mejoró en el uso de los recursos ortográficos.

**CUADRO N° 24**

**INDICADOR: CARACTERÍSTICAS INTERNAS**

**SUB INDICADOR: CONTENIDO**

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Atractivo breve e impactante	F	%	F	%	F	%	F	%
	7	20	28	80	25	71	10	29



Fuente: APEBRAZ

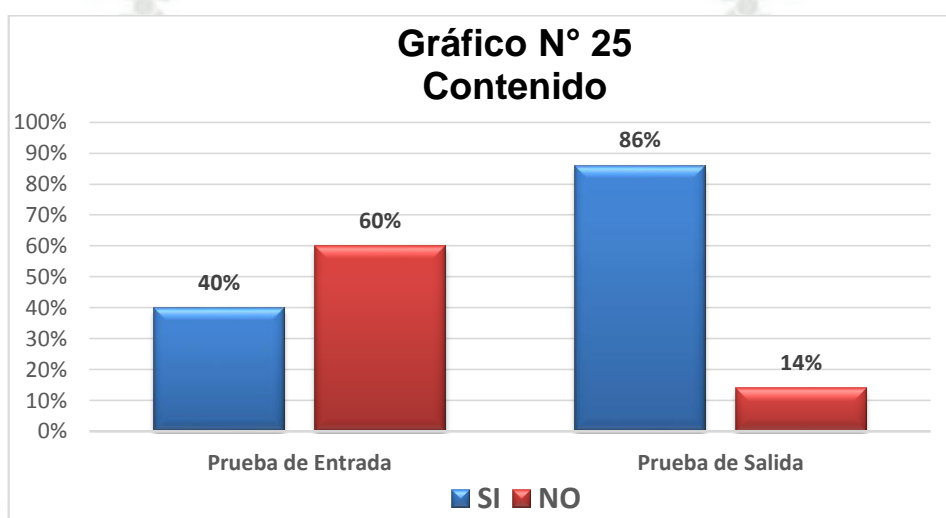
El presente cuadro sobre **el contenido**, en referencia al propósito manifiesto del afiche, nos muestra que en la prueba de entrada el 80% no expresan el propósito deseado en forma breve, atractiva e impactante, y sólo el 20% sí; mientras que, en la prueba de salida el 71% de los estudiantes presenta afiches breves, atractivos e impactantes. El avance obtenido en la prueba de salida se manifiesta en que se evidencia argumentos válidos dirigidos hacia la campaña de conservación del medio ambiente escolar.

CUADRO N° 25

INDICADOR: CARACTERÍSTICAS INTERNAS

SUB INDICADOR: CONTENIDO

ALTERNATIVA	PRUEBA DE ENTRADA				PRUEBA DE SALIDA			
	SÍ		NO		SÍ		NO	
Acorde con el propósito	F	%	F	%	F	%	F	%
	14	40	21	60	30	86	5	14



Fuente: APEBRAZ

Tomando en consideración el siguiente cuadro sobre **El Contenido**, en referencia al propósito del texto, se aprecia que en la prueba de entrada logró el propósito del afiche 40% y no lo lograron 60%, sin embargo, en la prueba de salida lograron evidenciar el propósito del afiche 86%, al poseer mayor información; no lo hicieron 14%, respectivamente.

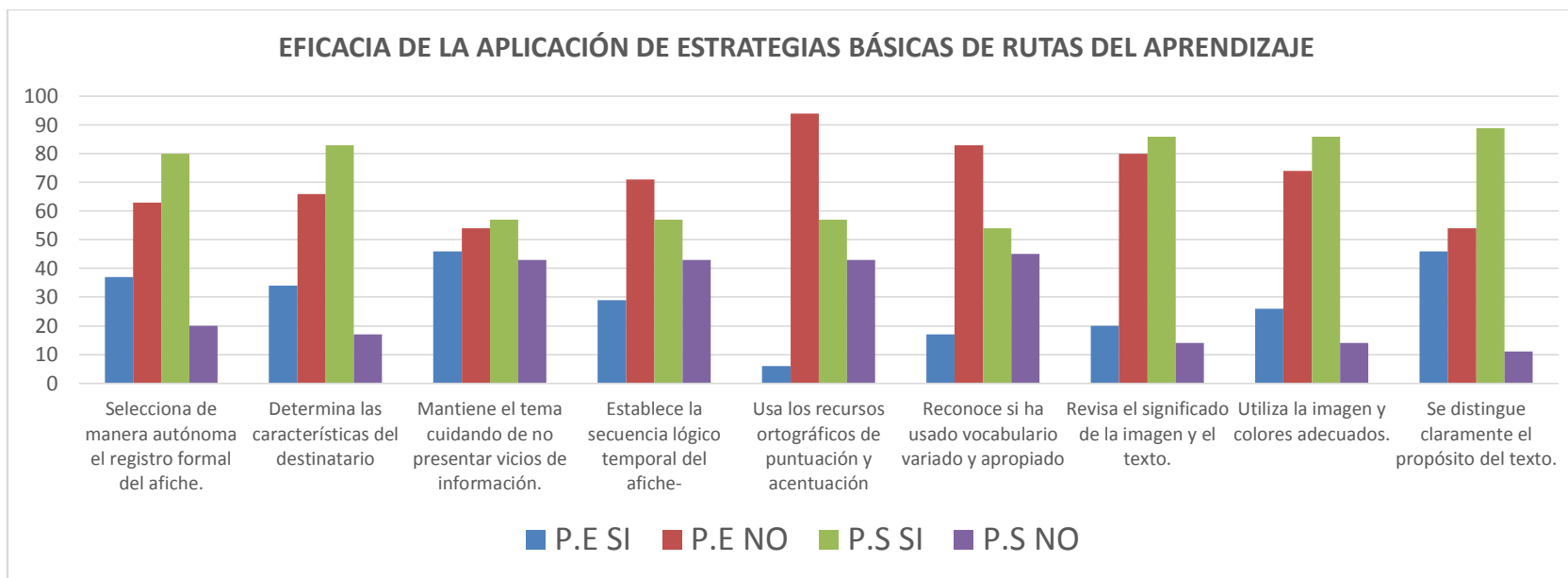
Como resultado comparativo, en la prueba de salida este porcentaje se duplica y se obtiene un 86% que expresa claramente el propósito del afiche, frente a un 14% que no lo hace y necesita apoyo para superar sus dificultades.

CUADRO N° 26

EFICACIA DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE

INDICADORES	SUB INDICADORES	FRECUENCIA				PORCENTAJE %				EFICACIA PRUEBA SALIDA
		P. E		P.S		P.E		P.S		
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
PLANIFICACIÓN	Selecciona de manera autónoma el registro formal del afiche.	13	22	28	7	37	63	80	20	43%
	Determina las características del destinatario	12	23	29	6	34	66	83	17	49%
TEXTUALIZACIÓN	Mantiene el tema cuidando de no presentar vicios de información.	16	19	20	15	46	54	57	43	11%
	Establece la secuencia lógico temporal del afiche-	10	25	20	15	29	71	57	43	28%
	Usa los recursos ortográficos de puntuación y acentuación	2	33	20	15	6	94	57	43	51%
REVISA	Reconoce si ha usado vocabulario variado y apropiado	6	29	19	16	17	83	54	45	37%
	Revisa el significado de la imagen y el texto.	7	28	30	5	20	80	86	14	66%
EDITA	Utiliza la imagen y colores adecuados.	9	26	30	5	26	74	86	14	60%
	Se distingue claramente el propósito del texto.	16	19	31	4	46	54	89	11	43%

Fuente: APEBRAZ



Fuente: APEBRAZ

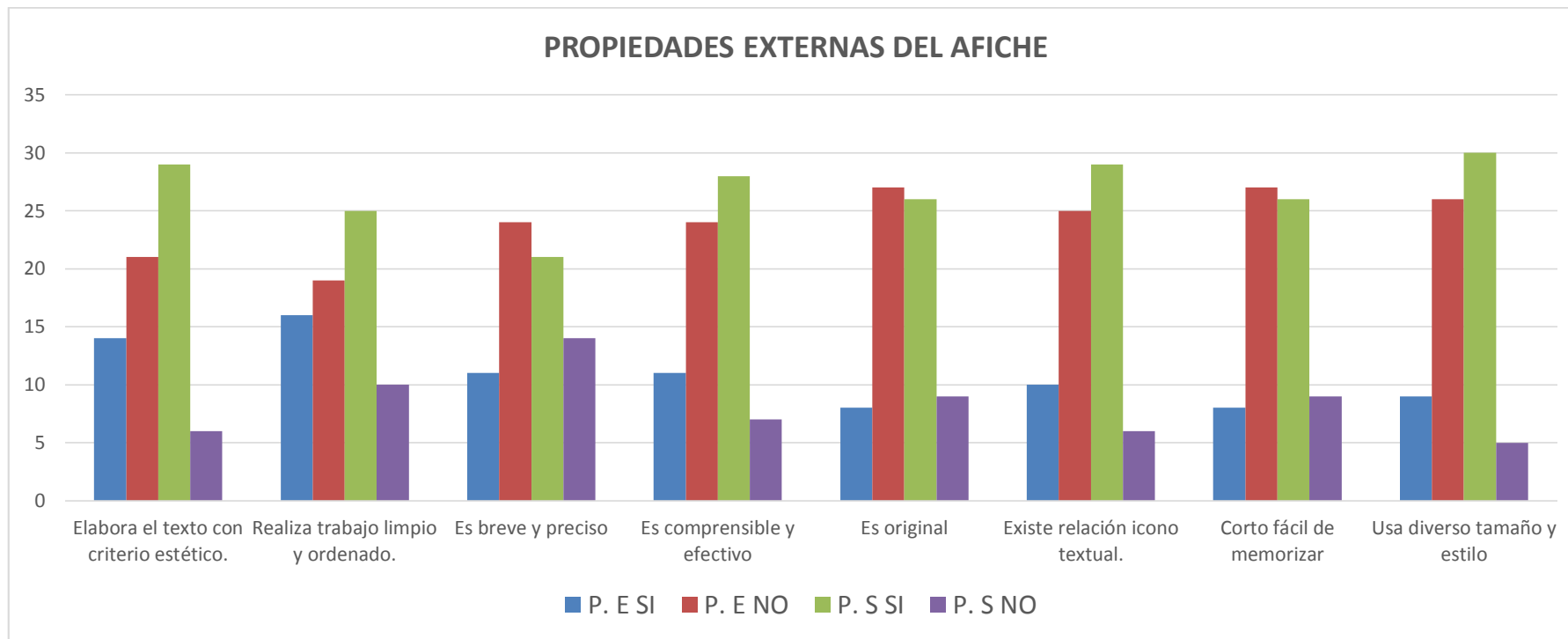
En la gráfica sobre la aplicación de las estrategias básicas de las Rutas del Aprendizaje se aprecia un incremento en todos los indicadores propuestos, en la planificación, un promedio de 46%, de eficacia en la prueba de salida; mientras que en textualización un promedio del 30% de eficacia y, en revisión se logró un promedio de 52% de eficacia. La edición del afiche presenta 52% de eficacia.

**CUADRO N° 27**

**INDICADOR: PROPIEDADES EXTERNAS DEL AFICHE**

SUB INDICADORES	ALTERNATIVA	FRECUENCIA				PORCENTAJE				EFICACIA
		P. E		P. S		P. E		P. S		PRUEBA
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SALIDA
PRESENTACIÓN	Elabora el texto con criterio estético.	14	21	29	6	40	60	83	17	<b>40%</b>
	Realiza trabajo limpio y ordenado.	16	19	25	10	46	54	71	29	<b>25%</b>
TEXTO	Es breve y preciso	11	24	21	14	31	69	60	40	<b>29%</b>
	Es comprensible y efectivo	11	24	28	7	31	69	80	20	<b>49%</b>
IMAGEN	Es original	8	27	26	9	23	77	74	26	<b>51%</b>
	Existe relación icono textual.	10	25	29	6	29	71	83	17	<b>54%</b>
ESLOGAN	Corto fácil de memorizar	8	27	26	9	23	77	74	26	<b>51%</b>
	Usa diverso tamaño y estilo	9	26	30	5	26	74	86	14	<b>60%</b>

Fuente: APEBRAZ



Fuente: APEBRAZ

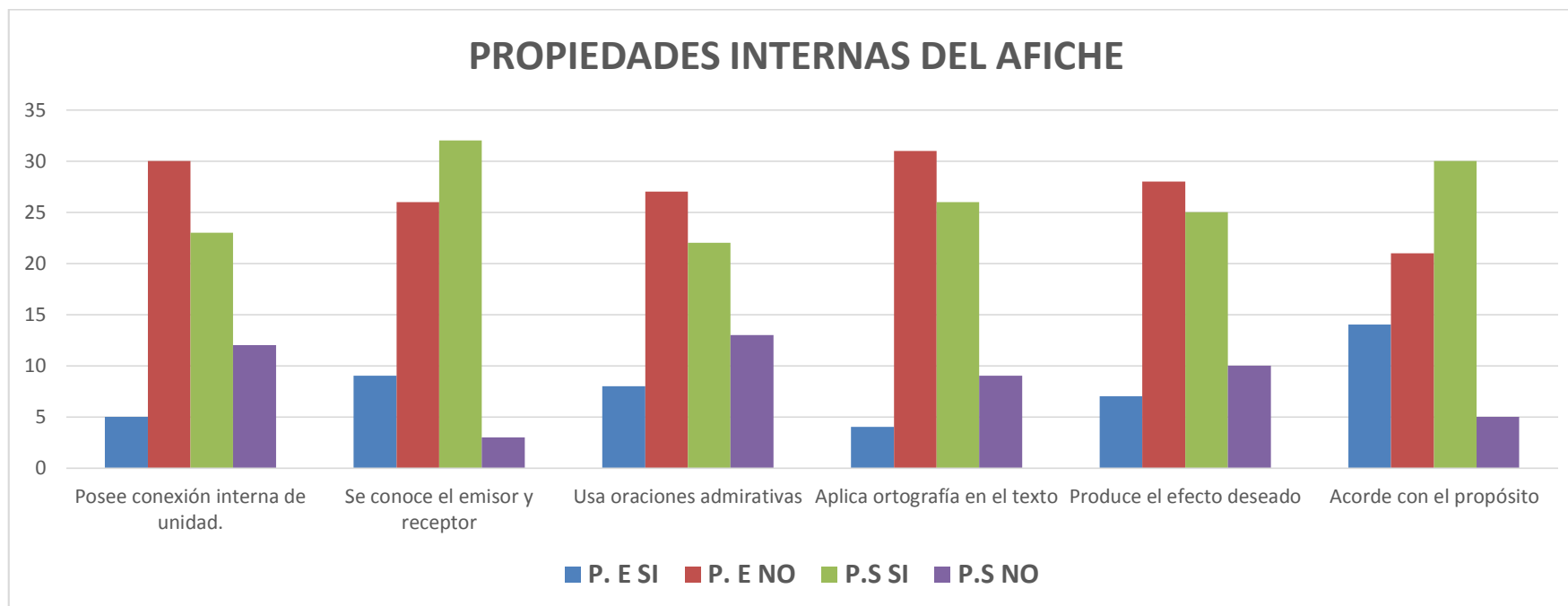
La gráfica muestra la superación de los estudiantes en referencia a las propiedades externas del afiche; si comparamos los resultados de la prueba de entrada y salida, podemos apreciar que los valores negativos de la prueba de entrada se revierten en la prueba de salida, se logró en presentación un promedio de 33% de eficacia, en el texto un promedio de 39% de eficacia, el uso correcto de la imagen un promedio de 53% de eficacia, mientras que el uso adecuado del eslogan un promedio de 56% de eficacia.

**.CUADRO N° 28**

**INDICADOR: PROPIEDADES INTERNAS DEL TEXTO**

SUB INDICADOR	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA				PORCENTAJE %				EFICACIA
		P. E		P.S		P.E		P.S		PRUEBA
		SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SALIDA
COHERENCIA	Posee conexión interna de unidad.	5	30	23	12	14	86	66	34	52%
	Se conoce el emisor y receptor	9	26	32	3	26	74	91	9	65%
COHESION	Usa oraciones admirativas	8	27	22	13	23	77	63	37	40%
	Aplica ortografía en el texto	4	31	26	9	11	89	74	26	65%
CONTENIDO	Atractivo, breve e impactante	7	28	25	10	20	80	71	29	51%
	Acorde con el propósito	14	21	30	5	40	60	86	14	46%

Fuente: APEBRAZ



Fuente: APEBRAZ

La gráfica demuestra una mejora significativa en uso adecuado de las propiedades internas del afiche, apreciamos un promedio de 59% de eficacia en la coherencia del afiche, mientras el logro de la cohesión fue de 53% en promedio, en referencia al contenido del afiche se logró en promedio 49% de eficacia.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Antes de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje en los estudiantes del segundo grado de la I.E. Santa Rita de Sigwas, en lo que se refiere a las propiedades externas del afiche, se apreció deficiencias en la estética, limpieza, en el mensaje, en la unidad textual entre la imagen y el texto, y en la mayoría hubo ausencia de eslogan. En referencia a las características internas, se observó ausencia de unidad interna del afiche, al no precisarse el tema, falta de adecuación expresa en la situación comunicativa, y deficiente uso de los recursos ortográficos. Por lo tanto, las características externas e internas de los afiches presentaron deficiencias limitantes antes de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje.

**SEGUNDA:** Después de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje, en referencia a las características externas del afiche, se evidencia una mejora en la estética, limpieza, el mensaje, la unidad entre la imagen y el texto se apreció el uso adecuado del formato del eslogan. Además, en referencia a las características internas se apreció una mejoría en la unidad interna del afiche al evidenciar el propósito, la adecuación a la situación comunicativa, y mejora en el uso de los recursos ortográficos. Por lo tanto, la mayoría de los estudiantes mejoraron las características externas e internas en la producción de afiches.

**TERCERA:** La eficacia de la aplicación de las estrategias básicas de las rutas del aprendizaje en la producción de afiches de los estudiantes del segundo grado de secundaria de la I.E. Santa Rita de Sigwas, se mostró en las características externas del afiche donde se evidencia el 46% de mejora. Mientras que la eficacia en las características internas evidencia el 54% de mejora. Por lo tanto la mayoría de estudiantes mejoró la producción de afiches.

Por lo tanto, los objetivos fueron cumplidos y la hipótesis confirmada.



## SUGERENCIAS

**PRIMERA:** Socializar los resultados del presente trabajo de investigación en la I.E. “Santa Rita de Sigwas”, sensibilizando a los docentes de la especialidad para la aplicación de “Las estrategias Básicas de las Rutas del Aprendizaje” como herramienta de apoyo al docente con el propósito de superar las dificultades de los estudiantes en la producción de afiches en las diversas áreas académicas.

**SEGUNDA:** Desarrollar talleres prácticos sobre la aplicación de las Rutas del aprendizaje, dirigido al personal docente con la finalidad de compartir experiencias pedagógicas para mejorar el aprendizaje de los estudiantes.

**TERCERA:** Producir afiches en situaciones comunicativas reales, donde el estudiante manifieste su necesidad de escribir con un propósito real que le permita resolver problemas del contexto inmediato y comunicarse en forma eficaz con el lenguaje icono gráfico en diversas situaciones comunicativas.

## BIBLIOGRAFÍA

Cassany, Daniel (2000). Enseñar Lengua. Barcelona: Editorial Gráo

Cassany, Daniel (2003). Describir el escribir: como se aprende a escribir. Barcelona: Editorial. Gráo

Marro, Mabel y Dellamea, Amelia (2012). Para escribirte mejor, textos, pretextos y contextos. Buenos Aires: Editorial Paidós

Ministerio de Educación (2013). Producción de Textos: La comunicación escrita. Lima: Editorial El Comercio S.A

Ministerio de Educación (2013) Comunicación II. Lima: Grupo Editorial Norma S.A.C.

Ministerio de Educación (2014). Módulo formativo. Programa de Especialización en Comunicación, matemática y ciencia. Ciclo IV. Arequipa.

Ministerio de Educación (2013). Mapas de progreso del aprendizaje. Comunicación escrita. Lima

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Diccionario de la lengua española. Obtenido en [www.diccionario de la lengua española/afiche](http://www.diccionario.de.la.lengua.espaola/afiche). El 11 de Agosto de agosto del 2014

El afiche, estructura e importancia – creación literaria. Obtenido en [www.creacionliterarianet.2012/05/el-aficheestructura-e-importancia/](http://www.creacionliterarianet.2012/05/el-aficheestructura-e-importancia/). El 13 de octubre del 2014

El afiche. Obtenido en <http://marcelafalla2008.blogspot.com>. El 5 de julio del 2014.

Evaluación afiches. Obtenido en [www.educarchiles.cl](http://www.educarchiles.cl). El 25 de Agosto del 2014.

Ministerio de Educación, Rutas del Aprendizaje. Obtenido en [www.perueduca.com.pe](http://www.perueduca.com.pe). El 15 de junio del 2014.

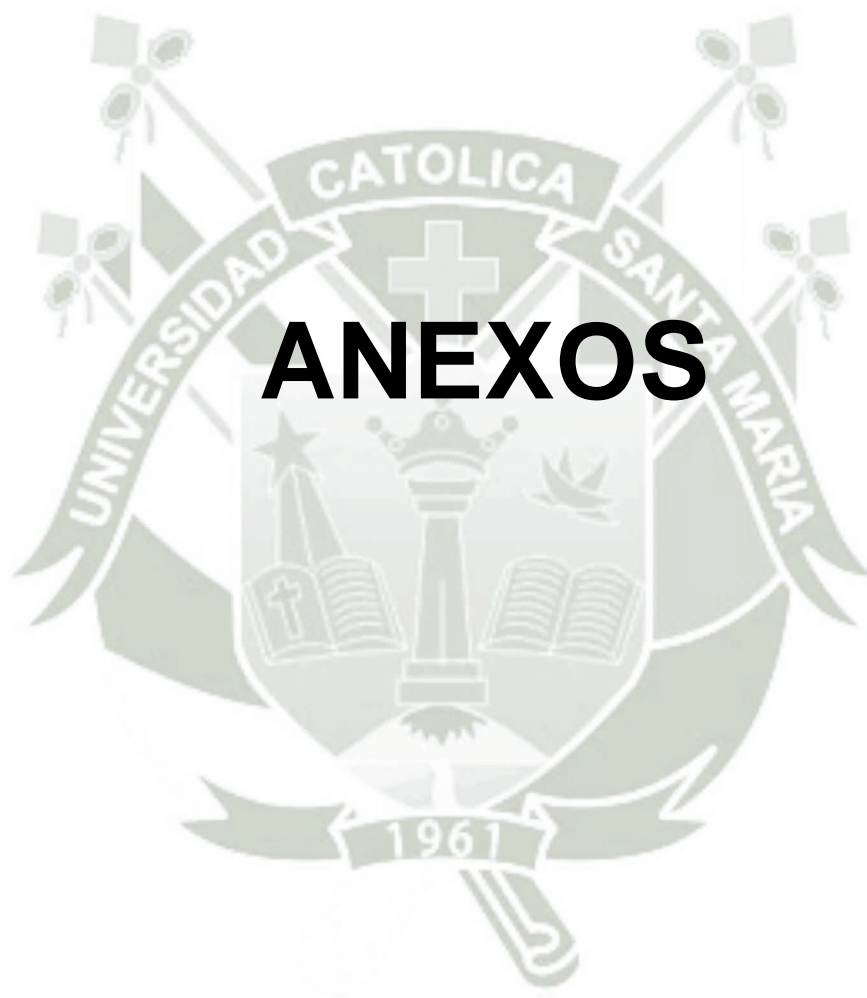
Textos discontinuos obtenido en [www.educatina.com](http://www.educatina.com). El 23 de Agosto del 2014

Wikipedia. Enciclopedia libre. Obtenidos en <http://es.wikipedia.org/wiki/afiche>. El 25 de setiembre 2014.

### HEMEROGRAFÍA

Ministerio de Educación (2014). Fascículo de Rutas del aprendizaje. Área Comunicación. VI Ciclo. Lima.





# ANEXOS

## NORMAS DEL CONCURSO DE PRODUCCIÓN DE AFICHE

Querido estudiante, te invitamos a producir un afiche con el propósito de motivar a los compañeros a mantener la limpieza de la Institución Educativa a favor de la protección de la salud de toda la comunidad educativa.

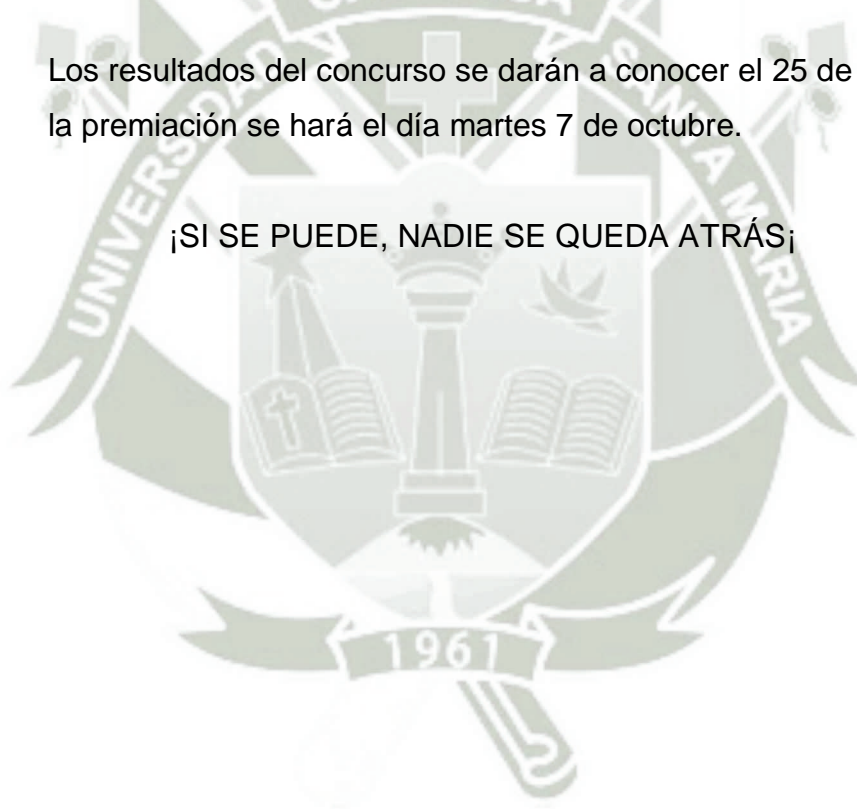
El tiempo del que dispones para la ejecución de esta actividad de aprendizaje es de 90 minutos, durante los cuales deberás cumplir los siguientes indicadores.

INDICADORES	SI	NO
Selecciona en forma autónoma el registro formal del afiche		
Determina las características del destinatario		
Mantiene el tema, cuidando de no presentar vacíos de información		
Establece la secuencia lógica y temporal en el afiche		
Usa los recursos ortográficos de puntuación y acentuación		
Revisa si has usado vocabulario variado y apropiado.		
Revisa el significado de la imagen y el texto		
Utiliza imagen y colores adecuados		
Se distingue claramente el propósito del texto		
Elabora el afiche con criterio estético		
Realiza el afiche con limpieza y orden		
El afiche es breve y preciso		
Se comprende el mensaje, es convincente, persuasivo		

Es original y creativo		
Existe relación entre la imagen y el texto		
El texto es corto y fácil de memorizarlo		
Usa diversas letras		
Posee unidad interna, solo se refiere a un tema		
Identifica el emisor y receptor		
Utiliza oraciones exclamativas		
Aplica reglas ortográficas		
Produce la necesidad de cumplir lo expuesto en el mensaje		
El contenido es conforme al propósito del afiche		

Los resultados del concurso se darán a conocer el 25 de setiembre, la premiación se hará el día martes 7 de octubre.

¡SI SE PUEDE, NADIE SE QUEDA ATRÁS!



**PROGRAMA DE APLICACIÓN**  
**ESTRATEGIAS BÁSICAS DE LAS RUTAS DEL APRENDIZAJE**

<b>SESIÓN</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PROPÓSITO</b>	<b>ESTRATEGIAS/ ACCIONES</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PRODUCTO</b>
1 <sup>o</sup>	Participamos en la campaña de conservación del medio ambiente de la Institución Educativa.	Sensibilizamos a los estudiantes a participar activamente en la campaña de conservación del medio ambiente de la Institución Educativa.	-La docente se presenta a los estudiantes. -Cada estudiante se presenta. -Se informa a los estudiantes sobre el proyecto a realizarse durante 10 sesiones. -Dialogan sobre sus saberes previos sobre los textos discontinuos. -Comentan la necesidad de mantener el ambiente de la institución Educativa limpia.	Pizarra Plumón Mota Cuaderno de trabajo Lapicero Pizarra Plumón mota	-Adapta según Normas culturales el contenido y registro de su texto oral, al oyente de acuerdo con su propósito y al tema	Compromiso De los Estudiantes De Participar Activamente En la campaña de protección a ambiente de la Institución Educativa.

			<p>-Asumen el compromiso de traer materiales para elaborar un texto discontinuo la próxima sesión.</p> <p>Argumentan su participación en la campaña del cuidado del medio ambiente escolar.</p>	<p>aula</p> <p>estudiantes</p> <p>docentes.</p>		
2 <sup>o</sup>	<p>¡Demostramos nuestros saberes previos!</p>	<p>Evaluar sus conocimientos previos acerca del afiche.</p>	<p>-Se interroga a los estudiantes:</p> <p>¿Cómo podemos informar a todos los compañeros de la I:E. sobre la campaña de conservación del medio ambiente escolar.</p> <p>-En forma autónoma formulan su plan de escritura.</p>	<p>Pizarra</p> <p>Plumón</p> <p>Mota</p> <p>Regla</p> <p>Lapicero</p> <p>Cuaderno</p> <p>Cartulina,</p> <p>Ilustraciones</p> <p>Tijera</p> <p>Goma</p>	<p>Escribe diversos tipos de textos con algunos elementos</p> <p>Complejos con diversas temáticas, a partir de sus</p>	<p>Afiche de entrada.</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboran su afiche respetando su plan de escritura.</li> <li>- Comentan la necesidad de recopilar afiches publicitarios e institucionales para la próxima sesión.</li> </ul> <p>Comentan dificultades en la elaboración del afiche.</p>		conocimientos previos.	
3 <sup>o</sup>	¿Qué interesantes son los afiches?	Comparar afiches publicitarios e institucionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Observan afiches publicitarios e institucionales.</li> <li>- Predicen y formulan hipótesis sobre el contenido, datos relevantes y complementarios.</li> </ul> <p>- En grupos de trabajo</p>	<p>Afiches</p> <p>Cinta adhesiva</p> <p>Pizarra</p> <p>Plumón</p> <p>Mota</p>	Explica la organización de sus ideas en el texto.	Cuadro comparativo de datos relevantes y complementarios

			<p>comparan ambos afiches en un cuadro comparativo.</p> <p>Identifican el propósito del texto en forma grupal.</p> <p>Un integrante de grupo expone su cuadro comparativo.</p> <p>Comentan las dificultades que se les presentaron para completar su cuadro comparativo.</p>	<p>Cuaderno</p> <p>Lapicero</p>		
4 <sup>o</sup>	¡Descubrimos los secretos del afiche;	Ampliar sus conocimientos respecto al tema.	<p>-Cada grupo expone con apoyo de recursos visuales su tema.</p> <p>- Comentan las exposiciones, aclarando las dudas pendientes.</p> <p>-Sistematizan la información en</p>	<p>Papelote</p> <p>Plumón</p> <p>Cinta adhesiva</p> <p>Cuaderno de trabajo</p>	<p>Complementa su texto oral, con gestos, además contacto visual, posturas corporales, y desplazamiento</p>	<p>Información pertinente acerca de los elementos y características</p>

			<p>organizadores visuales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflexionan sobre sus aprendizajes y la utilidad que tiene en su vida diaria.</li> </ul>	lapicero	s adecuados a sus normas culturales.	
5 <sup>o</sup>	¿Leemos para aprender?	Comprender lo que leen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Observan la lectura de la página 171 de su texto de Comunicación (Santillana) MED.</li> <li>-Ejecutan lectura. Oral, aplicando los momentos de la lectura.</li> <li>-Sistematizan la lectura en un organizador visual.</li> <li>- Reflexionan: ¿Qué aprendí hoy? ¿Cómo lo hice? ¿Cómo lo usaré?</li> </ul>	<p>Texto comunicación MED.</p> <p>Pizarra</p> <p>Plumón</p> <p>Cuaderno</p> <p>Lapicero</p>	Construye organizadores gráficos de un texto con varios elementos complejos en su estructura..	Resumen en organizador visual
6 <sup>o</sup>	¿Todos los afiches son iguales?	Identificar las características y	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Observan afiche publicitario e institucional.</li> <li>-Identifican las</li> </ul>	Afiches	Establece semejanzas y	Cuadro

		<p>elementos del afiche.</p>	<p>características y elementos de cada uno</p> <p>-Practican valores de tolerancia y respeto para una convivencia armoniosa.</p> <p>En grupo completan cuadro comparativo de los dos afiches.</p> <p>Un integrante de cada grupo sustenta las diferencias entre ambos afiches.</p> <p>Comentan: ¿Qué aprendí? ¿Cómo lo aprendí?</p>	<p>Pizarra</p> <p>Plumón</p> <p>Mota</p> <p>Regla</p> <p>Cuaderno</p> <p>lapicero</p>	<p>diferencias entre las características de un texto con varios elementos complejos en su estructura.</p>	<p>comparativo de las características y elementos del afiche.</p>
--	--	------------------------------	---	---	---	---

7 <sup>o</sup>	¿Tengo derecho a elegir el texto para la campaña	Motivar a los estudiantes a esforzarse para su participación en la campaña de protección del medio ambiente escolar.	-Descubren el problema de mayor incidencia en la I:E: -Argumentan la necesidad de mantener la limpieza y el orden en la IE. -Eligen el tema a tratar en el afiche para la campaña. -Buscan información sobre las fuentes más comunes de contaminación del local escolar.	Pizarra Plumón Mota Fotocopia Cuaderno Lapicero	Localiza información en diversos tipos de textos con varios elementos complejos en su estructura y con vocabulario variado.	Datos relevantes para la producción del afiche
8 <sup>o</sup>	¿Organizo mis ideas para ganar el concurso?	Planificar la producción del afiche	-Se comprometen a mejorar la producción de su afiche. - En forma autónoma cada estudiante planifica la producción de su afiche. -Buscan apoyo bibliográfico	Pizarra Plumón	Revisa si el contenido y la organización de las ideas en el texto se relacionan con	Primer borrador del afiche corregido.

			<p>en su texto de Comunicación y su cuaderno de trabajo.</p> <p>- Producen su primer borrador.</p> <p>-Con ayuda de la profesora revisan el formato, elementos, propósito, emisor, receptor.</p> <p>-Reflexionan: ¿Qué aprendí? ¿Cómo lo aprendí? ¿Para qué me sirve? ¿Qué dificultades tuve? ¿Cómo superé las dificultades?</p>	<p>Mota</p> <p>Cuaderno</p> <p>Lapicero</p> <p>Lápiz</p> <p>Borrador</p>	lo planificado.	
9 <sup>o</sup>	¡Llegó el momento de ganar!	Edita su afiche revisado.	<p>-Escuchan activamente indicaciones de la docente.</p> <p>Elaboran su afiche, respetando el plan de escritura.</p>	<p>Cartulina,</p> <p>ilustraciones,</p> <p>goma,</p> <p>plumones</p> <p>tijeras</p>	Revisa la adecuación de su texto al propósito.	Afiche de salida

			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Editan su afiche utilizando material adecuado.</li> <li>-Reflexionan sobre las dificultades que tuvo y la forma como las superó.</li> </ul>			
10 <sup>0</sup>	¡Somos los mejores!	Exhibimos nuestros afiches.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exhiben en museo los afiches en el aula.</li> <li>-Opinan asertivamente sobre los afiches.</li> <li>- Manifiestan su experiencia en la campaña</li> <li>- Colocan su afiche en diversos lugares de la IE. Para ser apreciado por los demás estudiantes y profesores.</li> </ul>	<p>Cinta adhesiva</p> <p>Mesas</p> <p>Cinta, cartulina</p> <p>Plumones, imágenes</p>	<p>Escribe variados tipos de textos, sobre temas variados con estructura textual compleja a partir de sus conocimientos previos y en base a fuentes de información.</p>	Afiche de salida.

1. LISTA DE COTEJO- ENTRADA

VARIABLE: ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE																				
INDICADOR	PLANIFICA				TEXTUALIZA						REVISAS				EDITA					
ÍTEM	Selección de manera autónoma		El registro formal del afiche		Determina las características del destinatario		Mantiene el tema cuidando de no presentar vacíos de		Establece la secuencia lógica y temporal en el afiche.		Usa puntuación y recursos ortográficos		Revisa si ha usado vocabulario variado y apropiado		Revisa las el significado de la imagen y texto.		Utiliza la imagen y colores adecuados.		Se distingue claramente el propósito del texto.	
ALUMNOS	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO		
01		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
02		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
03		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
04		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
05	X		X		X		X		X		X	X		X		X		X		
06		X	X		X		X		X		X	X		X		X		X		
07		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
08		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
09		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
10		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
11		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
12	X		X		X		X		X		X		X		X		X			
13		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
14		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
15	X			X		X		X		X		X		X		X	X			
16	X		X		X		X		X		X		X		X	X	X			
17		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
18		X	X		X		X		X		X		X		X	X	X			
19		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
20		X		X		X		X		X		X		X		X		X		

21	X		X		X			X		X		X		X	X			
22	X			X	X			X		X		X		X	X			
23	X			X	X		X			X		X		X	X			
24	X		X		X		X		X		X		X		X			
25		X		X		X		X		X		X		X		X		
26		X	X		X		X		X	X		X		X		X		
27	X			X	X			X		X		X		X	X			
28		X	X		X		X		X	X		X		X		X		
29	X		X		X		X		X		X		X		X			
30		X		X		X		X		X		X		X		X		
31	X			X	X			X		X		X		X	X			
32	X			X	X			X		X		X		X	X			
33	X		X		X		X		X	X		X		X		X		
34		X		X		X		X		X		X		X		X		
35		X	X			X				X		X		X		X		
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>23</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>10</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>33</b>	<b>6</b>	<b>29</b>	<b>7</b>	<b>28</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>19</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>37</b>	<b>63</b>	<b>34</b>	<b>66</b>	<b>46</b>	<b>54</b>	<b>29</b>	<b>71</b>	<b>6</b>	<b>94</b>	<b>17</b>	<b>83</b>	<b>20</b>	<b>80</b>	<b>26</b>	<b>74</b>	<b>46</b>	<b>54</b>



### 3. LISTA DE COTEJO- SALIDA

VARIABLE: ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE																		
INDICADOR	PLANIFICA				TEXTUALIZA						REVISA				EDITA			
	Selección de manera autónoma El registro formal del afiche.		Determina las características del destinatario		Mantiene el tema cuidando de no Presentar vacíos de información		Establece la secuencia lógica y Temporal en el afiche.		Usa acentuación y recursos ortográficos		Revisa si ha usado vocabulario Variado y apropiado		Revisa el significado de la Imagen y el texto.		Utiliza la imagen y colores adecuados		Se distingue claramente el Propósito del texto.	
ALUMNOS	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
01	X		X			X		X	X		X		X		X		X	
02		X		X		X		X		X		X		X		X		X
03	X		X		X		X		X			X		X		X	X	
04	X		X		X		X		X			X	X		X		X	
05	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
06	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
07	X		X			X	X		X			X	X		X		X	
08		X		X		X		X		X		X		X		X		X
09	X		X		X		X			X		X	X		X		X	
10	X		X		X		X		X			X	X		X		X	
11		X		X		X		X		X		X	X		X		X	
12	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
13	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
14	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
15	X		X		X		X			X		X	X		X		X	
16	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
17		X		X		X		X		X		X		X		X		X
18		X	X			X		X		X		X	X		X		X	

19	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
20	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
21	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
22	X		X			X		X		X		X	X		X		X	
23	X		X			X		X		X		X	X		X		X	
24	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
25	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
26	X		X			X		X		X		X	X		X		X	
27		X		X		X		X		X		X		X		X		X
28	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
29	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
30	X		X			X		X		X	X		X		X		X	
31	X		X			X		X		X	X		X		X		X	
32		X		X		X		X		X	X		X		X		X	
33	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
34	X		X		X		X		X		X		X		X		X	
35	X		X			X		X		X		X	X		X		X	
TOTAL	28	7	29	6	20	15	20	15	20	15	19	16	30	5	30	5	31	4
PORCENTAJES	80	20	83	17	57	43	57	43	57	43	54	46	86	14	86	14	89	11

**1. LISTA DE COTEJO ENTRADA**  
**VARIABLE: PRODUCCIÓN DE AFICHES**

ALUMNOS	INDICADOR: CARACTERISTICAS EXTERNAS														INDICADOR: CARACTERISTICAS INTERNAS													
	PRESENTACION				ESTRUCTURA										COHERENCIA				COHESIÓN				CONTENIDO					
					TEXTO				IMAGEN				ESLOGAN															
	Elabora con criterio estético		Realiza Trabajo limpio y ordenado		Es Breve, preciso.		Es comprensible y efectivo		Presenta originalidad		Existe relación icono textual		Corto, fácil de memorizar		Usa tamaño y estilo diferente		Posee conexión interna de unidad.		Se conoce el emisor y receptor.		Usa oraciones admirativas.		Aplica reglas ortográficas		Produce el efecto deseado		Acorde con el propósito.	
	N	O	Sí	NO	N	O	Sí	NO	N	O	Sí	NO	N	O	Sí	NO	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ
01	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
02	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
03	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
04	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
05		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		X
06		x		x	X		X		x	X		X		X		X		x		X		X		X		x		x
07		x		x	X		X		X		X		X		X		x	X		X		X		X		X		X
08	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		x	
09	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
10	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	

11	X			X	X		X			x	X		X		X		X		X		X		X		x		
12	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X
13		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
14		X		X	X		X		x		X		X		x		x	X		X		X			x		x
15	x			x		x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
16		x		x		x		x		x	x	x		x		x		x		x		x		x		x	
17	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
18		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
19	x		x		x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
20	x		x		x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
21		X		x		x	x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x	
22		x		x		x		x	x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
23		x		x		x		x	x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
24	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
25		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
26	x		x		x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
27	x		x		x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
28	x		x		x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
29		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
30	x		x		x		x		x		x	x		x		x		x		x		x		x		x	
31	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x



**LISTA DE COTEJO SALIDA**  
**VARIABLE: PRODUCCIÓN DE AFICHES**

ALUMNOS	INDICADOR: CARACTERISTICAS EXTERNAS														INDICADOR: CARACTERISTICAS INTERNAS															
	PRESENTACION				ESTRUCTURA										COHERENCIA				COHESIÓN				CONTENIDO							
	Elabora con criterio estético		Realiza Trabajo limpio y ordenado		TEXTO				IMAGEN				ESLOGAN		Posee conexión interna de unidad.		Se conoce el emisor y receptor.		Usa oraciones admirativas.		Aplica reglas ortográficas		Produce el efecto deseado		Acorde con el propósito.					
	NO	SÍ	N O	SÍ	NO	SÍ	N O	SÍ	NO	SÍ	N O	SÍ	NO	SÍ	N O	SÍ	NO	SÍ	N O	SÍ	NO	SÍ	N O	SÍ	NO	SÍ	N O	SÍ		
	01		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
02	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
03	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
04		X		X	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
05		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X
06		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X
07		X		X	X		X		X		X	X		X	X		X		X		X		X		X		X		X	
08	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
09		X	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	

10		x		x	x			x		x		x		x		x		x		x		x		x	
11	x		x		x		x		x		x		x	x			x	x			x	x		x	
12		x		x	x			x		x	x			x		x		x			x		x		x
13		x		x		x		x		x		x		x		x		x			x		x		x
14		x		x		x		x		x		x		x		x		x			x		x		x
15		x		x		x		x		x	x			x			x		x		x	x			x
16		x		x		x		x		x				x		x		x			x		x		x
17	x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
18		x		x	x			x		x		x		x	x			x		x		x	x		x
19		x		x		x		x		x		x		x		x		x			x		x		x
20		x		x		x		x		x		x		x		x	x			x			x		x
21		x		x		x		x		x		x		x		x		x			x		x		x
22		x		x		x		x		x		x		x		x		x			x		x		x
23		x		x		x		x		x	x			x	x			x	x			x	x		x
24		x		x		x		x		x		x		x		x		x			x		x		x
25		x		x		x		x		x	x			x		x		x	x			x	x		x
26		x	x		x		x		x	x				x	x			x	x			x			x

27	X		X		X			X	X		X	X		X		X		X	X		X			X		X		
28		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
29		X	X			X		X	X		X		X		X		X		X		X	X				X		
30		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
31		X		X	X			X	X		X	X		X	X		X	X		X		X		X		X		
32		X		X		X		X	X	X	X		X	X		X	X		X	X		X		X		X		
33		X		X		X		X	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
34		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
35		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		X		
<b>TOTAL</b>	6	29	10	25	14	21	7	28	9	26	6	29	9	26	5	30	12	23	3	32	13	22	9	26	10	25	5	30
<b>PORCENTAJES</b>	17	83	29	71	40	60	20	80	26	74	17	83	26	74	14	86	34	66	9	91	37	63	26	74	29	71	14	86





# TALLER DE PRODUCCIÓN DE TEXTOS



Dirigido a docentes de la especialidad de lengua y literatura



## TEMAS A TRATAR:

- Producción de Afiches, Infogramas, Tripticos, Dìpticos, Volantes



## Fecha:

15 y 16 de diciembre

**Hora:** 9:00 am a 14:00 pm

## Lugar:

Auditorio Institución Educativa Santa Rita de Sigwas



## Auspicio:



## PROPUESTA

### Objetivo:

- Mejorar la producción de textos en los estudiantes del nivel secundario.
- Aplicar las estrategias de las Rutas del Aprendizaje como herramienta para mejorar la producción de afiches y diversos textos discontinuos..

### TALLER DE PRODUCCIÓN DE TEXTOS:

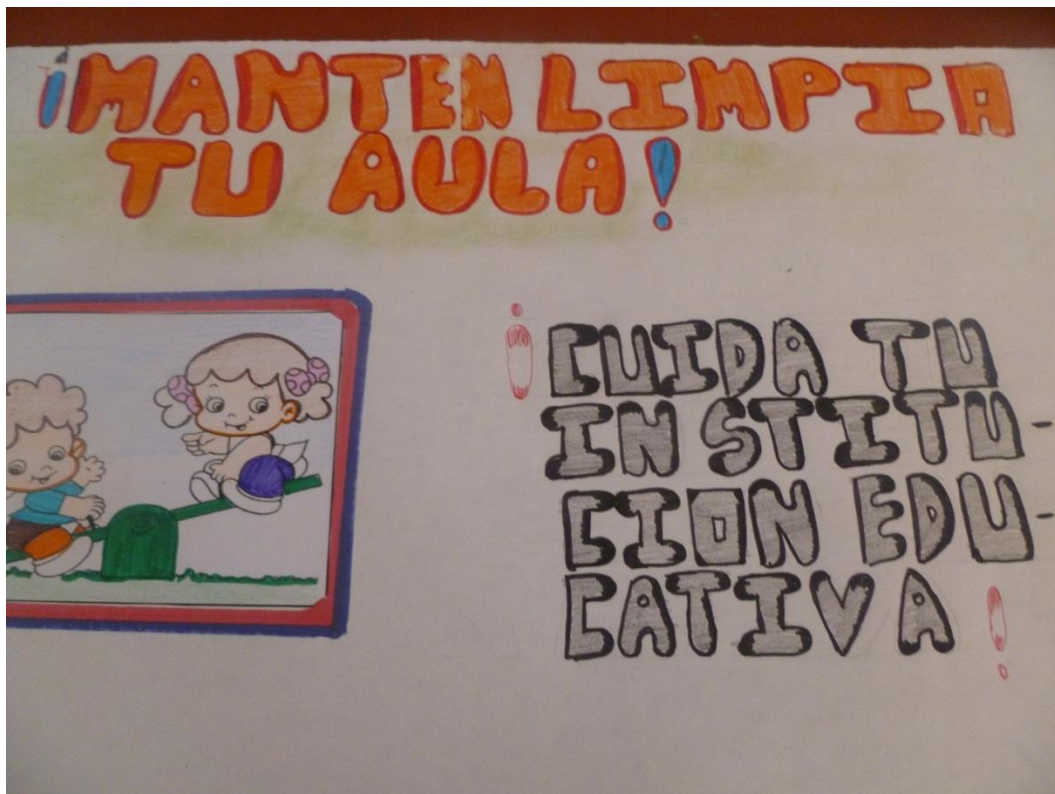
COMPETENCIA	ACTIVIDAD	MATERIALES
<p>Producir en forma reflexiva diversos textos en situaciones comunicativas contextualizadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopilan diversos tipos de textos como referentes o ejemplos.</li> <li>• Observan textos y los analizan en aula</li> <li>• Planifican la producción del texto, la situación comunicativa</li> <li>• Organizan sus ideas con apoyo de diversos recursos gráficos.</li> <li>• Textualizan su primer borrador, respetando su planificación.</li> <li>• Revisan el texto, estructura, unidad textual, coherencia, cohesión, léxico, errores ortográficos y gramaticales, estructura.</li> <li>• Reescriben su texto, segundo borrador corrigiendo los errores.</li> <li>• Revisan el texto en coevaluación inter cambiando el texto entre compañeros.</li> <li>• Reescribe el texto corrigiendo las observaciones del compañero de carpeta.</li> <li>• Consultan el diccionario para verificar la escritura dudosa de palabras.</li> <li>• Textualizan el texto para editarlo.</li> <li>• Editan el texto creativamente.</li> <li>• Cada estudiante expone el</li> </ul>	<p>Afiches publicitarios e institucionales.</p> <p>Entrevista</p> <p>Oficios Solicitudes Recetas Recibos Invitaciones Actas Chistes Trabalenguas Adivinanzas Notas Periódicos Revistas Biblioteca del aula</p> <p>Block Lápiz Lapicero Pizarra Plumón</p> <p>Diccionario escolar Diccionario de sinónimos</p> <p>Cinta Papel bond</p> <p>Fotocopia</p> <p>Papelógrafo</p>

	<p>texto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunican su proceso de escritura para compartirlo con sus compañeros,</li> <li>• Publican el texto en dinámica de museo.</li> <li>• Elaboran ficha de evaluación del texto.</li> <li>• Completan la ficha de evaluación en auto evaluación, coevaluación y/o hetero evaluación.</li> <li>• Reflexionan sobre sus producciones y sus sentimientos y emociones.</li> </ul>	<p>Plumón.</p> <p>Cartulina, Plumones Cinta Papel bond fotocopia</p>
--	--	--



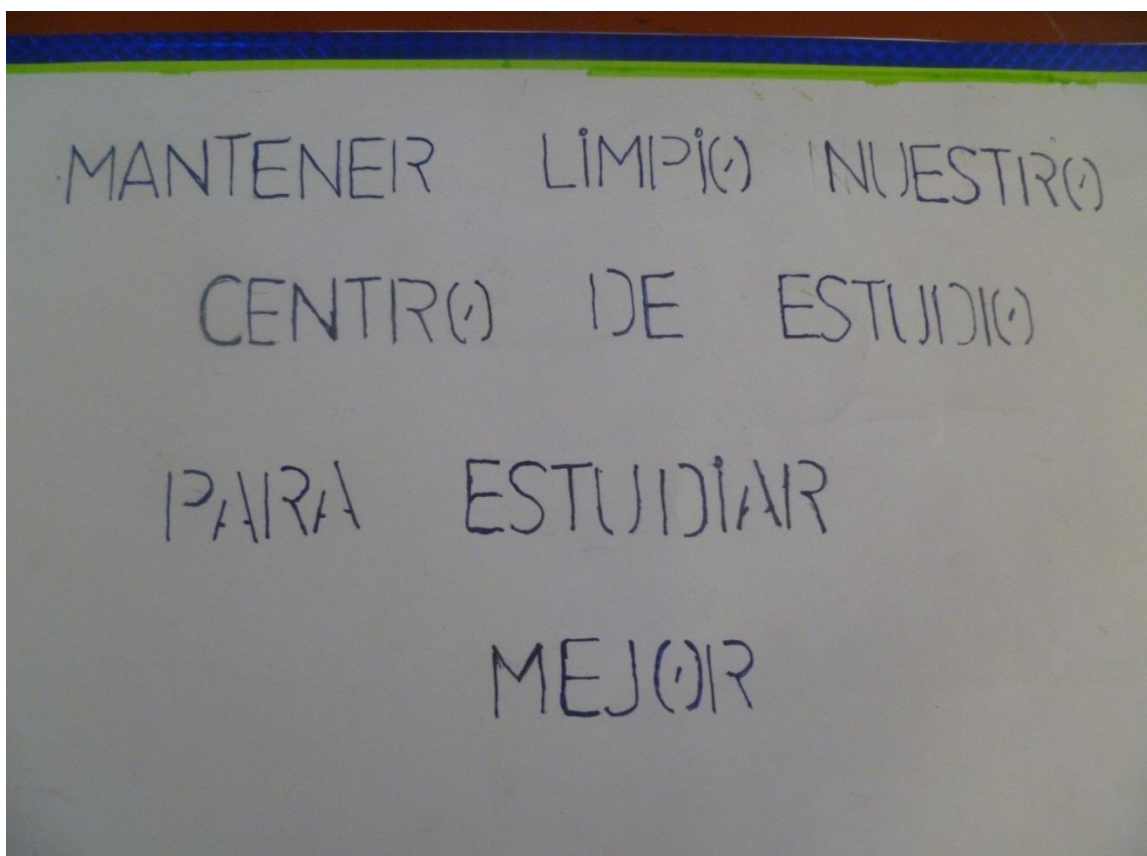
## EVIDENCIAS

### PRODUCCION DE AFICHES ANTES DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE.



- El afiche no presenta un argumento válido para convencer al auditorio.
- El mensaje no está escrito en primera persona, por lo que el destinatario no se sentirá comprometido con el mensaje.
- No se evidencia logotipo o marca textual que identifique al autor.
- No se aprecia la estructura del afiche.

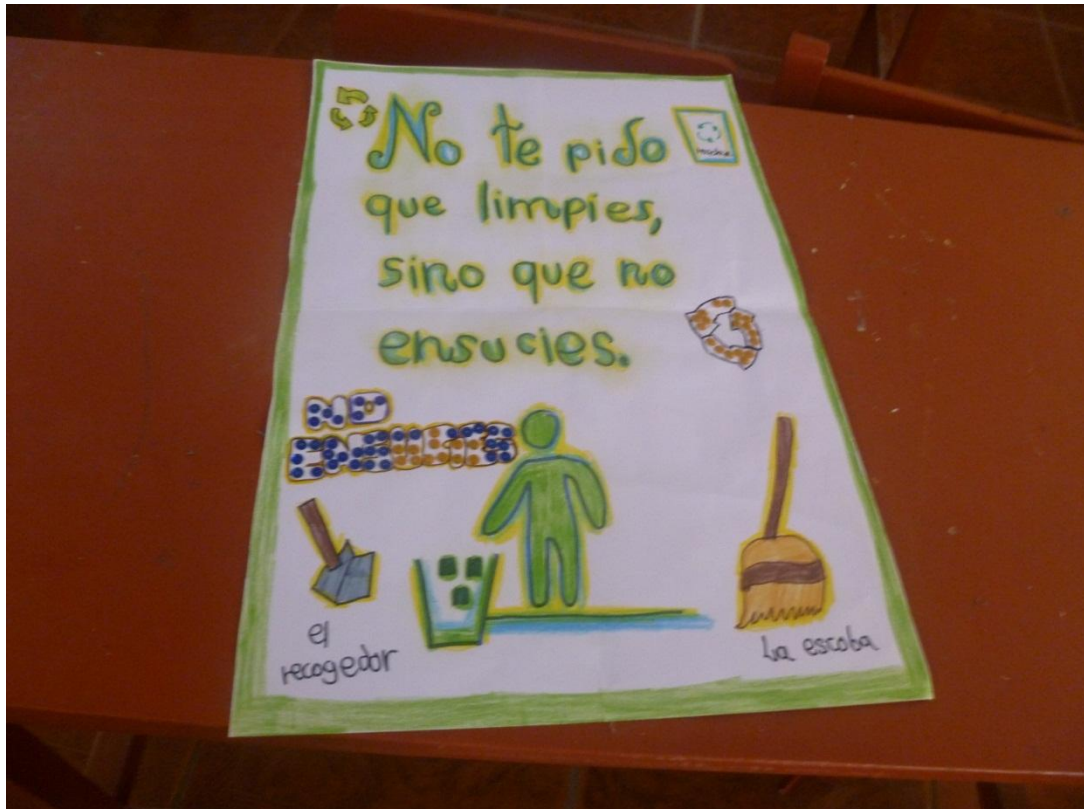
## AFICHE ANTES DE APLICAR LAS ESTRATEGIAS BÁSICAS DE LAS RUTAS DEL APRENDIZAJE.



Presenta las siguientes características:

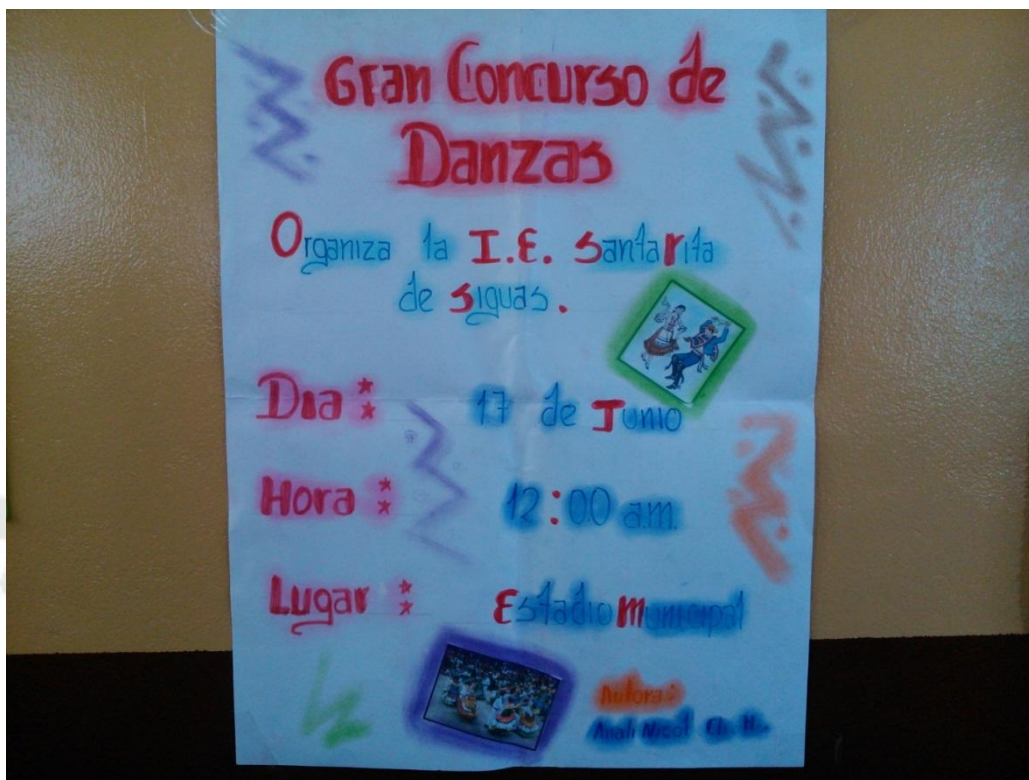
- No presenta el registro formal del afiche
- Presenta vacíos de información al no identificar al destinatario y emisor del afiche
- Carece de imagen o ilustración que facilite la interpretación del mensaje.
- Carece de eslogan que motive al receptor a comprometerse con el mensaje
- Carece de argumentos que fundamenten el texto.
- Presenta dos ideas que no se complementan acorde con el propósito comunicativo.
- Carece de sentido estético
- Carece de diversos colores ni estilos de grafías.
- No posee unidad textual porque no usa referentes ni conectores adecuados.
- Ausencia de cohesión

**AFICHE ANTES DE APLICAR LAS ESTRATEGIAS BÁSICAS DE LAS  
RUTAS DEL APRENDIZAJE.**



- Presenta vacío de información complementaria ¿Por qué? ¿Qué cosa?
- Carece de información sobre el autor.
- Ausencia de signos admirativos que den énfasis al texto.

## AFICHE ANTED E LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS BÁSICAS DE LAS RUTAS DEL APRENDIZAJE.



- Se aprecia el uso inadecuado de las mayúsculas en sustantivos propios.

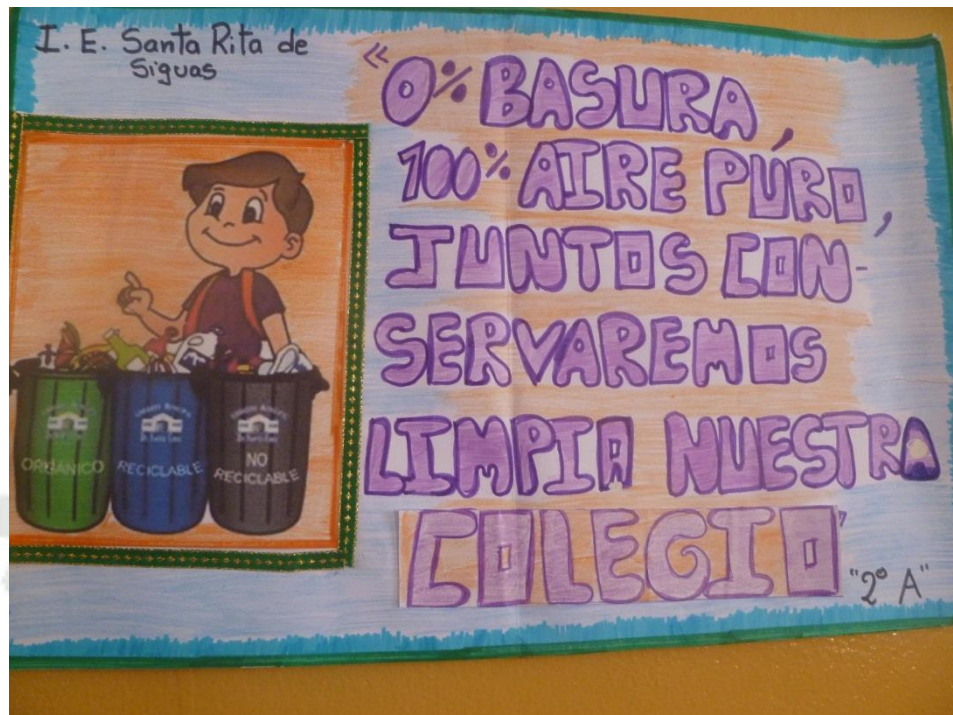
## AFICHE DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE LAS RUTAS DEL APRENDIZAJE.



### PRESENTA LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS

- Registro adecuado del afiche.
- Mantiene la unidad textual se concentra en el propósito del afiche
- Eslogan corto y fácil de memorizar.
- Relación directa entre la imagen y el texto.
- Presenta limpieza, orden y criterio estético.
- Presenta originalidad, usa comilla para destacar el texto.
- Identifica el emisor en forma clara.
- Utiliza diversos tamaños y estilos de letras.

## AFICHE ANTES DE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS BÁSICAS DE RUTAS DEL APRENDIZAJE.



- Presenta relación directa de la imagen con el mensaje.
- Se mantiene en el tema, y propósito comunicativo.
- Identifica el emisor y destinatario claramente.
- Carece de diversidad de estilos y tamaño de letras.
- Presenta discordancia de género



**Sesión 6: ¿TODOS LOS AFICHES SON IGUALES?**



**EQUIPO DE ESTUDIANTES ANALIZANDO CONTENIDO AFICHE SOCIAL**



## ESTUDIANTES ANALIZANDO AFICHE PUBLICITARIO



- Al observar y comparar afiches con diverso propósito comunicativo, los estudiantes pueden inferir las semejanzas y diferencias entre ambos textos.
- La argumentación de sus conclusiones permite a los estudiantes intercambiar opiniones en una situación de convivencia democrática.
- Al trabajar en equipos se sienten más cómodos sin la presión del temor al expresar un error; además el trabajo en pares estimula su autoestima y pertenencia al grupo.