



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y  
HUMANIDADES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE EDUCACIÓN**

**TESIS**

**“TEXTOS PUBLICITARIOS Y SU INFLUENCIA EN LA COMPRESION Y  
PRODUCCION DE TEXTOS EN ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE LA  
I.E.P. N° 70045 CHANU, CHANU, PUNO-2014”**

**PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIADO EN:**

**EDUCACION PRIMARIA**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER:**

**FELIX ADOLFO CCAMA AROCUTIPA**

**PUNO - PERU**

**2014**

### **DEDICATORIA:**

A los estudiantes del Perú, por su constante esfuerzo y dedicación.

A mi familia por su comprensión en las largas horas de ausencia para la realización de este trabajo de investigación.

### **AGRADECIMIENTO:**

Agradezco a la universidad Alas Peruanas por brindarme el tiempo necesario para aprender y llegar a realizar este arduo trabajo de investigación en favor de la educación.

## RESUMEN

Este trabajo tuvo como objetivo principal Describir de qué manera el uso de textos publicitarios influye el desarrollo en la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

La metodología utilizada fue descriptivo explicativo, de tipo aplicada al campo de la educación, su método es hipotético deductivo, porque se emplean técnicas de deducción e inducción dentro del estudio y el diseño no experimental de carácter transversal. La Población estuvo conformada por 31 estudiantes de la I.E.P. I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, y la muestra por 28 estudiantes del primer grado conformada por 6 niñas y 22 niños.

Las técnicas para recolectar información es la encuesta, el instrumento un cuestionario piloto conformado por 20 preguntas, elaboradas de acuerdo a los indicadores de la investigación, en este instrumento se mide las variables uso de textos en sus dimensiones materiales gráficos y logotipos con la lectura y escritura creativa en sus dimensiones comprensión y producción de textos.

La prueba estadística revelo que si se establece el uso de textos publicitarios de forma continua entonces esto influirá en el desarrollo de la lectura y escritura creativa, además que el uso continuo de los materiales gráficos influye positivamente en la comprensión de textos creativos y el uso constante de logotipos adecuados influye en el desarrollo de la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

**Palabras Claves:** uso de textos, lectura y escritura, materiales gráficos, logotipos, comprensión de textos, producción de textos.

## **ABSTRACT**

This work had as main objective Describe how the use of advertising texts influenced the development in reading and creative writing in third grade students of the IEP No. 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

The methodology used was descriptive explanatory, applied to the field of education type, its method is deductive hypothetical, because deduction and induction techniques used in the study and no transversal experimental design. The population consisted of 31 students of the IEP I.E.P. No. 70045 Chanu, Chanu, and the sample of 28 first graders consists of six girls and 22 boys.

The techniques for gathering information is the survey, a pilot survey instrument included 20 questions, prepared according to indicators of research, this instrument using text variables measured in material dimensions graphics and logos with reading and creative writing in size comprehension and production of texts.

The statistical test revealed that if the use of advertising texts continuously set then this will influence the development of reading and creative writing, and that continued use of graphic materials positively influences the understanding of creative texts and constant use Suitable logos influences the development of creative texts production in third grade students of the IEP No. 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

Key words: use of texts, reading and writing, graphic materials, logos, text comprehension, text production.

## ÍNDICE

HOJA DE RESPETO.....	
CARÁTULA.....	
DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÍNDICE.....	v
INTRODUCCIÓN.....	1

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	3
1.2 Delimitación de la Investigación.....	5
1.2.1 Delimitación Social.....	5
1.2.2 Delimitación Temporal.....	5
1.2.3 Delimitación Espacial.....	5
1.3 Problemas de Investigación.....	5
1.3.1 Problema General.....	5
1.3.2 Problemas Específicos.....	5
1.4 Objetivos de la Investigación.....	6
1.4.1 Objetivo General.....	6
1.4.2 Objetivos Específicos.....	6
1.5 Hipótesis de la Investigación.....	6
1.5.1 Hipótesis General.....	6
1.5.2 Hipótesis Específicas.....	6
	7
	8

1.5.3	Identificación y Clasificación de Variables e Indicadores.....	8
1.6	Diseño de la investigación.....	10
1.6.1	Tipo de Investigación.....	9
1.6.2	Nivel de Investigación.....	9
1.6.3	Método.....	9
1.7	Población y Muestra de la Investigación.....	9
1.7.1	Población.....	10
1.7.2	Muestra.....	10
1.8	Técnicas e Instrumentos de la Recolección de Datos.....	10
1.8.1	Técnicas.....	10
1.8.2	Instrumentos.....	10
1.9	Justificación e Importancia de la Investigación.....	10
1.9.1.	Justificación de la Investigación	
1.9.1.1	Justificación Teórica.....	10
1.9.1.2	Justificación Práctica.....	11
1.9.1.3	Justificación Social.....	11
1.9.1.4	Justificación Legal.....	11

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1	Antecedentes de la Investigación.....	12
2.1.1	Estudios Previos.....	12
2.1.2	Tesis Nacionales.....	14
2.1.3	Tesis Internacionales.....	17
2.2	Bases Teóricas.....	20
2.3	Definición de Términos Básicos.....	49

## **CAPÍTULO III**

### **PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

3.1	Estadística descriptiva de las variables.....	53
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>84</b>

<b>RECOMENDACIONES</b> .....	85
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....	86
<b>ANEXOS</b> .....	90
- Matriz de Consistencia.....	91
- Cuestionario.....	93



## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, titulado: “TEXTOS PUBLICITARIOS Y SU INFLUENCIA EN LA COMPRESION Y PRODUCCION DE TEXTOS EN ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE LA I.E.P. N° 70045 CHANU, CHANU, PUNO-2014”, tiene como finalidad describir de qué manera el uso de textos publicitarios influye el desarrollo en la lectura y escritura creativa en estudiantes.

A continuación, sumariamente, señalaremos los aspectos más relevantes de los diversos capítulos que presenta el trabajo:

Capítulo 1: Planteamiento Metodológico; está constituido por la descripción de la realidad problemática con respecto a la inteligencia emocional, a través de un riguroso proceso de observación en los estudiantes del 1er grado de la Institución Educativa Primaria N° 70045

Asimismo se desarrolla la delimitación de la investigación, los antecedentes teóricos relacionados con la investigación; la formulación del sistema problemático relacionado con la realidad problemática además se consideran los objetivos de la investigación, describiendo el objetivo general, los objetivos específicos, la hipótesis de investigación, el diseño de la investigación, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos para la recolección de datos y la justificación e importancia de la investigación.

Capítulo 2: Marco Teórico; donde se ha consultado diversas fuentes primarias y secundarias que tienen relación con las variables del trabajo de investigación. Asimismo, se da énfasis a los antecedentes de la investigación, que hacen referencia a una serie de tesis que se han encontrado en el plano nacional e

internacional, que sirven de sustento el estudio de las variables. Por último, se incluye la definición de términos básicos.

Capítulo 3: Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados, donde se desarrolla la prueba de hipótesis a partir del análisis estadístico, cuyos resultados se presentan en tablas y gráficos que reflejan hallazgos favorables a la correlación de las variables y se presentan en las páginas correspondientes al capítulo. Finalmente, dejamos a juicio de los lectores la interpretación de los resultados.

Las conclusiones se han anotado de manera objetiva, de tal manera que ellas sean el reflejo de la investigación realizada, junto a recomendaciones para futuros trabajos de investigación

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO**

#### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

La gran mayoría de las escuelas no emplean correctamente las propuestas del nuevo enfoque curricular y medios y materiales educativos adecuados. Para superar toda esta problemática, debemos tener en cuenta claramente lo que nos dice el programa A.E.I. (1998; 16) que " leer es buscar activamente el significado de un texto, en relación con las necesidades, intereses y proyectos del lector".

La lectura y escritura evolucionan en respuesta a necesidades personales y sociales. Los niños que crecen en ambientes llenos de palabras Impresas desarrollan su competencia para la lectura y escritura antes de entrar a la escuela.

Por todo lo expuesto, los textos publicitarios son significativos, Interesantes y auténticos en los niños; para mejorar el aprendizaje de la lectura y escritura, con el cual el niño realizará una serie de trabajos, con el propósito de que el niño identifique y compare los diferentes textos mediante la lectura y escritura de estos para que posteriormente el niño construya textos según su creatividad y espontaneidad.

#### **1.2 Delimitación de la investigación**

##### **1.2.1 Delimitación social**

El presente proyecto de investigación comprendió 28 estudiantes del 3er grado de primaria.

##### **1.2.2 Delimitación temporal**

La ejecución del proyecto de investigación estuvo comprendida entre los meses de Marzo a Diciembre del 2014.

### **1.2.3 Delimitación espacial**

El presente proyecto de investigación se llevó a cabo en I.E.P. N° 70045 del departamento de Puno.

## **1.3 Problemas de Investigación**

### **1.3.1 Problema general**

De qué manera el uso de textos publicitarios influye el desarrollo en la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014

### **1.3.2 Problemas específicos**

**1.3.2.1** ¿ De qué manera el uso de los materiales gráficos influye en la comprensión de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014?

**1.3.2.2** ¿ De qué manera el uso de logotipos influye en la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014?

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivo General**

Describir de qué manera el uso de textos publicitarios influye el desarrollo en la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

**1.4.2.1** Describir de qué manera el uso de los materiales gráficos influye en la comprensión de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

**1.4.2.2** Describir de qué manera el uso de logotipos influye en la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

## **1.5 Hipótesis de Investigación**

### **1.5.1 Hipótesis General**

si se establece el uso de textos publicitarios de forma continua entonces esto influirá en el desarrollo de la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

### **1.5.2 Hipótesis Específicas**

**1.5.2.1** El uso continuo de los materiales gráficos influye positivamente en la comprensión de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

**1.5.2.2** El uso constante de logotipos adecuados influye en el desarrollo de la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

### **1.5.3 Identificación y Clasificación de Variables e Indicadores.**

#### **1.5.3.1 Variable 1:**

##### **USOS DE LOS TEXTOS**

Materiales gráficos

Logotipos

#### **1.5.3.2 Variable 2:**

##### **LECTURA Y ESCRITURA**

Comprensión De Textos

Producción De Textos

## **1.6 Diseño de la investigación**

“Estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto (causales)” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 154).

### **1.6.1 Tipo de investigación**

Para el desarrollo de este estudio se empleó el tipo de investigación “aplicada” con el fin de responder a los objetivos e interrogantes planteados.<sup>1</sup>

### **1.6.2 Nivel de la investigación**

Este diseño descriptivo explicativo, involucra un amplio espectro de estudios no experimentales, que se inician en la observación de comportamientos producidos en forma natural por la acción de variables sobre las cuales no se ha ejercido ninguna manipulación ni control experimental.

### **1.6.3 Método**

El método que se ha utilizado ha sido el hipotético – deductivo

## **1.7 Población y muestra de la investigación**

### **1.7.1 Población**

La Población está conformada por 31 estudiantes

### **1.7.2 Muestra**

---

<sup>1</sup> Mavilo Calero Pérez, (1999), “Técnicas de estudio e Investigación”, Editorial San Marcos, Perú, Pàg;180-190

El presente trabajo de investigación consideró a todos los estudiantes de la población, por lo tanto, no fue necesario llevar a cabo la aplicación de la fórmula de poblaciones finitas.

**n= 28**

Conformado por 6 niñas y 22 niños.

## **1.8 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos**

### **1.8.1 Técnicas**

La técnica para recolectar información es la encuesta que se aplicó a los estudiantes de tercer grado de primaria, obtenida la información, fue sometida a pruebas de consistencia para determinar su validez y confiabilidad, utilizando estadísticos se procedió al procesamiento y presentación de datos a través de tablas y gráficos estadísticos

### **1.8.2 Instrumentos**

El instrumento que se empleo fue un cuestionario

## **1.9 Justificación e Importancia de la Investigación**

### **1.9.1 Justificación de la investigación**

El trabajo tiene como finalidad analizar la influencia del uso de textos publicitarios como material educativo en el desarrollo de la lectura y escritura.

Los textos publicitarios como las etiquetas (envases de productos) y los afiches son textos verdaderos que pertenecen al entorno del niño con los cuales ellos adquieren sus primeros conocimientos sobre lectura y escritura.

Si llevamos estos textos auténticos al aula y si los docentes los sabemos utilizar vamos a provocar situaciones verdaderas de aprendizaje que va permitir captar la atención y el interés del alumno(a) y por ende va facilitar el aprendizaje de la lectura y escritura.

El presente trabajo de investigación servirá a los docentes del nivel primario que tengan la inquietud de conocer y usar nuevos materiales que les permitan lograr un mejor aprendizaje en sus estudiantes; Asimismo, servirá de base para posteriores trabajos.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION:**

- **Guadalupe Alessandrini, Gladis (2002) en su tesis titulada “Factores conductuales y pedagógicos que influyen en el nivel de comprensión de lectura funcional”, estableció los siguientes objetivos:**

Determinar el grado de influencia de los factores conductuales y pedagógicos en el nivel de comprensión de lectura funcional de los alumnos del 6to grado de Educación Primaria de centros educativos estatales del distrito de la Molina.

Llegando a las siguientes conclusiones:

- Las variables conductuales (hábitos de lectura y frecuencia en la realización de la lectura funcional) y las variables pedagógicas (estrategias de aprendizaje y cantidad de variedad de material de lectura), son factores que ejercen influencia significativa en el incremento de los niveles de comprensión de lectura funcional del grupo de alumnos del sexto grado de los colegios estatales del distrito de la Molina.
- El nivel de comprensión de lectura funcional del grupo de alumnos de nivel alto en las variables conductuales A2, es mayor que el nivel de comprensión

de lectura funcional del grupo de alumnos de nivel bajo en las variables conductuales

- **Aparicio Reyes, Cecilia Raquel Brock Velazco, Aymeé Estela (Lima: 1997) con su trabajo de investigación.” Relación entre el lenguaje comprensivo y la comprensión lectora”** llegando a las conclusiones:

- se hallaron diferencias significativas en el nivel de lenguaje comprensivo entre niños y niñas de primer-grado que asisten a centros educativos que atienden a niños con problemas de aprendizaje.

-Se halló relación significativa entre el nivel de lenguaje comprensivo y el nivel de comprensión lectora, el área de la palabra, el área de la oración.

## **2.2. BASES TEORICAS :**

### **2.2.1 LOS TEXTOS PUBLICITARIOS**

Los textos publicitarios (afiches, envases de productos, avisos, etc.) invaden nuestra vida cotidiana, nos envuelven por todos lados, basta con mirar la televisión o mirar nuestras calles llenas de publicidad. Todos estamos expuestos a los textos publicitarios, sobre todo los niños quienes son atraídos por los dibujos, los colores y las palabras.

Partiendo de lo dicho y de la definición de J. Jolibert (1991; 57) que nos dice que “textos, es todo escrito auténtico (es decir, no fabricado especialmente para aprender a leer), completo que responde a una situación afectiva dada, que sirve para comunicar, es decir para expresar, informar, contar, describir, explicar, argumentar, poner en práctica la función poética del lenguaje. Puede tratarse de una historia, un afiche, un artículo, una carta, un poema, un anuncio publicitario”

Arteaga Campos, Inés (2002; 29), define a los textos publicitarios como: “una forma de comunicación persuasiva que pretende informar y, sobre todo, convencer a los destinatarios para que actúen de una forma determinada”.

Además, González Cruz, Eliana (2001; 31) nos dice que los textos publicitarios “son mensajes múltiples constituidos por signos de diversa naturaleza: lingüísticos y no lingüísticos, que varían según el canal utilizado”

Lo definimos como un material gráfico que tiene un contenido simbólico y cuya función es presentar ideas objetivas generalmente.

Tiene como finalidad instruir e informar. Además el texto debe ser corto y preciso al margen de los dibujos, los cuales pueden ser buenos elementos de decodificación en la escuela ya que puede ser utilizado en el aprendizaje de la lectura y escritura.

## **2.2.2. ELEMENTOS DE UN TEXTO PUBLICITARIO**

Arteaga Campos, Inés (2002; 29), nos dice que “en un texto publicitario no pueden estar ausentes el orden, la belleza y la armonía, ya que estos factores, colaboran para que el impacto visual sea agradable y llame la atención”. Además, menciona que los textos publicitarios cuentan con elementos básicos, los cuales a continuación describiremos.

**2.2.2.1 Encabezado:** Es la parte más importante del anuncio. Es lo primero que se lee, por tanto deberá despertar el interés del consumidor, para que quiera saber más acerca del producto que se vende.

**2.2.2.2 Sub encabezado:** Si el mensaje es largo, El encabezado y su sub encabezado. El segundo puede descubrir la promesa que se presenta en el primero. Puede ser largo que del encabezado; invita a seguir leyendo y sirve como transición para el párrafo inicial del texto.

**2.2.2.3 Imágenes:** Fotografías, dibujos, caricaturas que complementan la información del texto; las cuales pueden ser impresas o fijas en periódicos y revistas, y móviles en la televisión y se les conoce como imágenes icónicas o íconos.

### **2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE UN TEXTO PUBLICITARIO**

Arteaga Campos, Inés (2002; 30), nos dice que los textos publicitarios se caracterizan, entre otras causas, por:

- a) Presentar algunas frases sin verso: Frumanía, el delicioso sabor del norte.
- b) Presentar frases en tono imperativo: Apresúrate tienes 14 días para resucitar tu celular.
- c) Conocer rimas: Colgate el mal aliento combate.
- d) Contener repeticiones: Pan Bimbo siempre rico, siempre fresco.
- e) Abundantes Extranjerismos: Fonocard una tarjeta para hablar en todo el Perú y el mundo.
- f) Abundante juegos de palabras: Amasa con masilla y endurece como metal: Moldimix.
- g) Usar interrogantes de carácter apelativo: ¿Sabe por qué somos muchos más que una ferretería? ACE Home Center mucho más que una ferretería.

### **2.2.4. LA ENSEÑANZA DE LA LECTURA Y DE LA ESCRITURA**

Hace cerca de treinta años que conocemos las posibilidades que tienen los niños pequeños de leer y de escribir, la forma peculiar en que lo hacen, y el proceso a través del cual van siendo competentes tanto en la producción como en la interpretación de textos (proceso que inician a edades muy tempranas, justo cuando comienzan su historia escolar). Y desde finales de la década de los setenta, al tiempo que se difundían esos aportes psicolingüísticos, comenzaron a elaborarse de manera sistemática propuestas e iniciativas didácticas coherentes con ellos, que destacan la importancia decisiva que tienen que ofrecer al niño entornos alfabetizadores, es decir, donde se leen y se escriben textos sociales con las mismas finalidades y características que tienen dichas acciones en los contextos

letrados, o sea, en los que tanto leer como escribir forman parte de la vida cotidiana (Lerner, 2001).

En consecuencia, esas propuestas resaltan la necesidad de disponer en las aulas de la mayor cantidad y variedad posible de textos verdaderos, de soportes y de instrumentos de escritura, y, claro está, de un docente entusiasta y comprometido su rol alfabetizador. Desde esta perspectiva, lo que se propone es enseñar a leer y a escribir utilizando los textos y los instrumentos que se emplean en el mundo social, entre los que también están los textos y los soportes informáticos.

Así, incorporar el ordenador no es el hito fundamental del momento en el proceso histórico de la escuela como institución alfabetizadora. Lo que importa es que, entre la amplia gama de textos con los que se cuente, estén los que se localizan vía Internet, y que entre los soportes y los instrumentos de escritura se disponga de ordenadores. El salto cualitativo es que los textos y las acciones de leer y de escribir sean el eje del trabajo didáctico en el aula, intentando reproducir las características que tienen esas acciones fuera de la escuela.

De esta forma es como se mantienen sus funciones, sus sentidos y sus maneras de hacerlo, y como los niños se van constituyendo en usuarios de la lectura y de la escritura. Dado que en los momentos actuales se accede en el mundo letrado a textos informatizados y a modos de escribir tecleando que van dejando atrás los diferentes instrumentos de trazado, es fundamental que se utilicen en el aula esos avances tecnológicos tanto para escribir como para leer desde el inicio de la escolaridad.

Sin embargo, entre las resistencias de la escuela es necesario destacar de manera específica la referida a la incorporación de los avances tecnológicos. Cuando decimos tecnológicos, nos estamos refiriendo a una variedad de elementos o de instrumentos que han permanecido o que permanecen fuera del ámbito escolar.

Sólo citamos algunos, con el fin de hacer un listado breve: el bolígrafo, que se utilizó durante largo tiempo en la vida cotidiana sin que estuviera permitido su uso en el aula como instrumento de escritura; la máquina de escribir, que aunque cumplía múltiples funciones al mejorar la legibilidad, la presentación y la formalidad en un texto, la escuela nunca la adoptó; la calculadora, que parecía un objeto temible porque iba a arruinar el aprendizaje de la matemática, de manera que los niños la utilizaban a escondidas; la TV y los vídeos, que podrían constituirse en fuentes de análisis y de reflexión para propiciar sujetos críticos, pero que suelen emplearse como entretenimiento o para ver programas didácticos en los pocos casos en los que se aplican en el contexto escolar (Ferreiro, 2004).

Estos ejemplos sirven para ilustrar la tendencia de la escuela a permanecer aislada de la vida social, de sus comportamientos, de sus objetos, de sus usos y de sus necesidades, constituyéndose en un espacio peculiar que con frecuencia se rige por premisas propias que sólo obtienen su legitimidad del hecho de mantenerse indemnes. Los avances tecnológicos han sido y son vistos como objetos que nada tienen que hacer en el contexto escolar.

Por otra parte, en el ámbito específico de la informática se produce un hecho sorprendente: cuando se incorpora a la escuela, con frecuencia se hace de manera empobrecida, escolarizada (en el peor sentido del término), perdiendo su identidad y su potencia, restringiéndola a los usos más mecánicos y reiterativos para realizar los mismos ejercicios de toda la vida, pero que, en lugar de hacerlo a base de trazos, lo hace oprimiendo el botón del ratón. A veces a esa sustitución se la denomina de varias maneras: modernización, actualización, cambio... Que el niño trabaje sobre una ficha o sobre una cartilla con un lápiz o con un ratón no significa modificación alguna; sólo se trata del uso de otro dedo o de otro tipo de presión manual. Nada ha cambiado: la capacidad mental sigue sin utilizarse, porque desde esta concepción el niño es considerado como carente de ella, y porque sigue estando ocupado en hacer tareas vacías de sentido.

¿Se trata de sustituir el trazo por el movimiento de hacer clic? Una actividad que carece de justificación y de sentido cuando se hace con un lápiz, también lo es cuando lo que se utiliza es el ratón de un ordenador.

En cambio, en las aulas donde se trabaja tomando en cuenta los aportes psicolingüísticos de las últimas décadas hay todo tipo de textos, y, por lo tanto, ahora también se cuenta con textos informatizados, así como al existir todo tipo de soportes y de instrumentos de escritura, igualmente hay pantallas y teclados de ordenador; pero todos estos recursos son utilizados de la misma forma y con la misma función con la que se utilizan en la vida social. De ahí que sean fuentes de obtención y de producción de textos.

Veremos tres usos básicos: el procesador de textos como instrumento de escritura, el correo electrónico como modo de comunicación, e Internet como fuente de información.

### **2.2.5. FUNCIONES DE LOS TEXTOS PUBLICITARIOS**

Corominas, Agustí (1994; 40 – 41) nos dice “la publicidad utiliza todos los medios que tiene a su alcance para conseguir sus fines. Así, tendrá muy en cuenta el uso de los distintos elementos que utiliza (imagen, texto escrito, música, etc.)” Además propone algunas funciones como las siguientes:

**2.2.5.1.La función de información:** Es la función necesaria para dar a conocer un producto, una marca, un eslogan. Esta función es asumida muchas veces por la palabra o por el texto que aparece escrito. La imagen, debido a su carácter polisémico, tiene una información muy imprecisa. El texto aclara las significaciones ambiguas, distingue lo accesorio de la esencial y cristaliza la significación.

**2.2.5.2.La función de persuasión:** La persuasión ha sido una de las funciones más importantes y que la publicidad ha desarrollado más ampliamente. Para persuadir, la publicidad utiliza procedimientos como

órdenes, amenaza, sugestión, asociaciones en serie, rodajes condicionados, etc.

**2.2.5.3.La función económica:** Está destinada a que la publicidad sea rentable para quien la promueve, es decir, tiene que hacer vender el producto o imponer la idea al mayor número de personas posible. Es pues la función de crear nuevas necesidades. Por ese motivo, la sugestión prevalece sobre la argumentación.

**2.2.5.4.La función de seguridad y de rol:** Un aspecto importante de esta función es la seguridad que se presenta al individuo en su rol social. Si una pertenece a una clase determinada ha de utilizar tal producto comercial. De esta manera, queda afianzado su rol en la colectividad o la que pertenezca.

## **2.2.6. RECURSOS DE LOS TEXTOS PUBLICITARIOS**

Según González C (2005; 231) los recursos que se emplean para el texto publicitario son:

- Descubrir el producto con imágenes y palabras apropiadas que resalten la ventaja del producto. Las oraciones exclamativas y exhortativas son fundamentales: ¡No te lo pierdas!

- También se utilizan otros recursos que acompañen a la imagen como comparaciones, metáforas, epítetos, hipérbato, con el fin de captar la atención del público.

## **2.2.7. IMPACTO DE LOS TEXTOS PUBLICITARIOS**

Sabemos que la influencia de la publicidad en los hábitos de consumo de la población es tal que la mayoría de la gente prefiere aquellos productos de los que ha recibido un mensaje publicitario. Además, González C (2005; 232) manifiesta que “en el mundo en el cual vivimos está lleno de lenguaje icónico verbal, en las calles, en la televisión, en los afiches, etc.



Por ello decimos que la escuela debe propiciar situaciones de análisis, reflexión y comprensión de este tipo de textos, así como también, lo que es la producción de textos icono verbales de diversa naturaleza por necesidad real y siempre en el marco de las actividades planificadas.”.

Según Quispe, Segundo (2005; P 29) Sostiene que los logotipos junto con los anuncios, constituyen un material escrito muy interesante para los niños. A estas edades los más importantes son el conocimiento de algunas marcas de gaseosas, logotipos de canales de televisión, casas comerciales, grandes almacenes.

Cabe destacar que estos logotipos tienen sus características propias que los diferencian unos de otros, tienen un nombre que les corresponde, que está escrito con el mismo tipo de letra y muchas veces presenta un texto sencillo que lo complementa.

Los niños pueden reconocer el nombre de determinadas marcas sin saber leer, hasta son capaces de interpretar el slogan que los acompaña basándose en una imagen conocida del texto, asocian la forma global del cartel con el texto reconociendo la marca y el producto.

Debemos tener claro que los niños están en contacto con las etiquetas. Las primeras actividades que se pueden realizar con ellos salen de su propio interés responden a un propósito concreto es por ello que los llamamos textos auténticos pues están ligados a una situación concreta y real; por ejemplo se puede emplear etiquetas de los productos que ellos traen, en las marcas de leche, bebidas conocidas, etc., y con esto comenzar su trabajo concreto.

### **2.2.8 RELACIÓN DE TEXTOS PUBLICITARIOS CON LA LECTURA Y ESCRITURA**

En el presente trabajo resaltamos la importancia del uso de los textos publicitarios como material educativo para mejorar las habilidades en la

lectura y escritura, pues favorecen a través de sus presentaciones, dibujos llamativos, variedad de letras y formas, la creación e inicio de lectura y escritura.

Según Pavan, Elda M. (1999; 105), nos dice que los textos publicitarios “Es una excelente fuente de recursos para el estudio de las construcciones de los textos y las representaciones de la realidad que utilizan el lenguaje verbo icono, donde la imagen, palabra y elementos forman una unidad con significado”

Teniendo como base este enunciado decimos que todo afiche, propaganda, envoltura tiene un significado para el niño al emplearlo en la creación de sus textos, ellos mismos, al presentar el material, podrán crear sus propias historias y luego el interés de escribir, formar palabras recortando ellos mismo de sus envolturas, afiches, etc. y una vez formados lo rescribirán.

La autora refiere que “es un material apto para la memoria a corto y largo plazo, porque uno de sus objetivos es que el mensaje sea recordado, además lo importante de trabajar con afiches, dibujos, carteles, envolturas, ayuda a ejercitar la memoria visual, pues con sus formas llamativas favorece el desarrollo de la atención en el niño, clave para el aprendizaje”

Los estudiantes al empezar a descubrir el tipo de texto e intercambiarlo para extraer información logran comparar el tipo de letra, el tamaño, el color, interrogan que tipo de artículo es, para que sirve. Además este tipo de textos favorece mucho el trabajo cooperativo pues intercambian información de sus propias producciones, poseen un valor social pues motiva a leer ya que es un material de su entorno.

Realmente es la importancia en la utilización de textos publicitarios en el aprendizaje de la lectura y escritura en los niños menores de 6 años pues desarrolla su lenguaje oral, pues para expresar una idea hay que saber articular los sonidos, para que se haga comprensible entre los demás y capte el significado, posteriormente el uso de los ejercicios psicomotrices

logrará una destreza motora en el niño y facilidad para el uso de gráficas y el uso de iconos propaganda, afiches, envolturas, desarrolla la atención, memoria visual, perceptual que todo en su conjunto facilitan aprendizaje.

Con todo lo expuesto denota claramente que los textos publicitarios favorecen la comprensión y desarrollo de la comunicación tanto oral como escrita en los primeros años y su capacidad meta cognitiva para producir textos.

### **2.2.9 ESCRITURA**

Los docentes solemos confundir lo que es escribir, mayormente lo relacionamos con el dominio del sistema alfabético o la habilidad motora para trazos letras y dejamos de lado la intencionalidad de todo escrito; por lo cual procederemos a definir lo que es escribir, desde diversos autores.

Condemarín y Chadwick (2000; 3) define a la escritura “como una representación gráfica del lenguaje que utiliza signos convencionales, sistemáticos e identificables. Consiste en una representación visual y permanente del lenguaje que le otorgue un carácter transmisible, conservable y vehicular”.

Además Diez Cristina (2004 ; 23) nos dice que la escritura es una forma de lenguaje realmente nueva y compleja porque despierta en los niños una actitud intrínseca y es importante y básica para la vida”.

El Ministerio de Educación (2005; 17) en el diseño curricular nacional afirma que la escritura “responda a las necesidades de los niños de comunicarse, relacionarse con otros ya sea para expresar ideas, sentimientos, necesidades, fantasía, humor, facilitar la convivencia,”

En base a las definiciones anteriores nosotros definimos como una forma de expresión que utiliza el niño, empleando los signos gráficos para comunicar sus pensamientos, necesidades e intereses.

### **2.2.9.1 NATURALEZA DE LA ESCRITURA**

Según Diez Cristina (2004, 23) la escritura “posee una doble naturaleza: como sistema de notación y como medio de comunicación, como sistema de notación hace referencia a un conocimiento de la escritura en sí, de sus propiedades formales. En cuanto medio de comunicación se refiere a sus propiedades instrumentales: que sirve para escribir recetas, noticias, cartas, etc.

Estas dos perspectivas responden a qué es la escritura y para qué sirve la escritura.

### **2.2.9.2. FACTORES QUE FAVORECEN EL APRENDIZAJE DE LA ESCRITURA**

Según Condemarín y Chadwich (2000;6–7)”los principales factores que favorecen el aprendizaje de la escritura son: el desarrollo de la psicomotricidad, la función simbólica, el lenguaje y la afectividad”.

#### **2.2.9.3. El Desarrollo de la Psicomotricidad**

El desarrollo de la escritura no se debe simplemente a una acumulación de ejercicios. La escritura constituye el producto de una actividad psicomotriz extremadamente compleja, en la cual participan los siguientes aspectos:

- Maduración general del sistema nervioso, expresada por el conjunto de las actividades motrices.
- Desarrollo psicomotor general, especialmente en lo que se refiere a tonicidad y coordinación de los movimientos.
- Desarrollo de la motricidad fina a nivel de los dedos y la mano. Todas las actividades de manipulación y todos los ejercicios de habilidad digital fina contribuyen, en este sentido, al desarrollo de la escritura)

#### **2.2.9.4. Función simbólica**

Hay que tener presente que escribir implica comprender que los trazos realizados son signos que tienen un valor simbólico.

Además, dado que la escritura es un grafismo privilegiado cargado de sentido, es necesario que el niño haya alcanzado un suficiente nivel de desarrollo de la función simbólica como para comprender, o al menos sentir, que la escritura conlleva un sentido y transmite un mensaje.

El niño que aprende a escribir debe saber, aunque sea confusamente, que está utilizando una nueva modalidad de lenguaje que le permitirá comunicarse a través de un medio diferente a la palabra hablada.

#### **2.2.9.5. El desarrollo del lenguaje**

Dado que la escritura es la última modalidad del lenguaje aprendida por el niño en el marco escolar, es evidente que el desarrollo que él alcance en las otras áreas de su conducta verbal puede favorecer este aprendizaje.

De la misma manera, las alteraciones que se produzcan en las otras modalidades del lenguaje afectarían el aprendizaje de la escritura.

Así, un retraso simple del lenguaje, un trastorno de la comprensión, un trastorno del habla con alteraciones fonéticas, pueden perturbar el aprendizaje de la lectura. El niño que no puede leer o que tiene dificultades para hacerlo tendrá dificultad para escribir. Podrá ser capaz de copiar, pero no siempre podrá utilizar adecuadamente los símbolos escritos para comunicarse.

#### **2.2.9.6. La Afectividad**

El aprendizaje de la escritura, como modalidad del lenguaje expresivo, requiere que el niño no sólo haya alcanzado un determinado nivel de desarrollo del lenguaje y el pensamiento, sino también que haya

desarrollado su afectividad de manera tal que le permita codificar mensajes con matrices emocionales diferentes.(41)

## **2.2.10. NIVELES DE ESCRITURA**

Según Ferreiro, Emilia (1979 ; 5), el niño y la niña son capaces de aprender a escribir escribiendo las palabras, las frases, los textos de su propio vocabulario, especialmente aquellos que lo ligan afectivamente, sobre todo respetando los niveles de escritura de nuestros niños y niñas: pre silábico, silábico, silábico – alfabético y alfabético.

### **2.2.10.1. Primer Nivel: Pre Silábico**

- El niño diferencia el dibujo de la escritura aun cuando no tiene idea de la relación que existe entre signos gráficos y su sonido.
- Representa la escritura con trazos: líneas rectas, onduladas en forma horizontal.
- Para el niño cualquier signo representa una palabra. Si la palabra es el nombre de algo grande, hace trazo grandes y si el objeto es pequeño trazos pequeño.
- Surgen hipótesis. Para poder leer tiene que haber por lo menos tres grafías (hipótesis de cantidad)

### **2.2.10.2 Segundo Nivel: Silábico**

- Descubre los sonidos que componen una palabra, sonido de sílabas.
- En esta etapa entra en contradicción con su hipótesis de cantidad mínima.
- Usa una grafía para representar cada sílaba.

### **2.2.10.3 Tercer Nivel: Silábico Alfabético**

- Al interior del pensamiento del niño se producen conflictos entre la hipótesis silábica y la información que está recibiendo con el uso de material escrito.

Al escribir las palabras usa grafías que a veces representan sílabas y a veces fonemas.

- Usa grafías espontáneas y convencionales.

- A veces las consonantes son representadas con cualquier grafía y las vocales con la letra correspondiente.

#### **2.2.10.4 Cuarto Nivel: Alfabético**

- Se establece la correspondencia entre grafía y sonido. La forma de representación en esta etapa empieza a ser real, pero falta superar algunas dificultades ortográficas y la separación de palabras.

#### **2.2.11. PROPUESTA CONSTRUCTIVISTA DEL LENGUAJE ESCRITO**

Según DIEZ Vega, Cristina nos dice que existen diversos métodos de alfabetización, como el sintético, que parte de la grafía o de la sílaba hasta llegar a la palabra o frase; el método analítico, que parte de la frase o la palabra hasta llegar a la letra; o los métodos mixtos, que pretenden conjugar ambos puntos de partida, pretendiendo participar de las ventajas de uno y de otro.

Cada uno de estos métodos se basa en diferentes planteamientos y supuestos psicológicos. Por otra parte existen otros enfoques que se centran en los procesos de aprendizaje y que pueden considerarse métodos por no seguir un texto determinado; dentro de ellos cabe destacar el enfoque constructivista y significativo. Esta propuesta pretende contribuir a que los niños aprendan a leer y escribir partiendo de las ideas que elaboran acerca del sistema de escritura y organizar las actividades de enseñanza considerando su función real que es la de comunicar un mensaje.

### **2.2.12. APRENDIZAJE DE LA ESCRITURA**

Para Yetta Goodman (1996.50) “el aprendizaje de la escritura va de “la inversión a la convención”, en la medida que los niños tengan la oportunidad de “escribir” cotidianamente en el aula y se acerquen progresivamente a los rasgos convencionales de la escritura en su lengua materna.”

Antes de adaptar los signos, la escritura de los niños es altamente simbólica y por ello significativa. Los niños deben vivir la experiencia de la producción de textos como la experimentan los escritores afinando y corrigiendo en función de la situación comunicativa y los destinatarios del texto.

El leer y el escribir son habilidades lingüísticas que se desarrollan paralelamente y cierran el circuito de la alfabetización.

#### **ESCRIBIENDO SIEMPRE**

- Sobre sus propios intereses
- Ayudándose de otros escritos
- Desarrollando su sentimiento de autoría
- Respetando las producciones de los demás

### **2.2.13. El Proceso de Adquisición de la Escritura**

Los estudios realizados sobre el proceso de la adquisición del sistema alfabético de escritura por parte del niño nos permite ver la similitud entre este proceso y el que recorrió la humanidad. Muy tempranamente el niño es capaz de dibujar si le proporcionan los elementos para hacerlo sus dibujos representan algo y pueden explicar qué representan.

Sin embargo, al principio no es capaz de diferenciar dibujo de escritura si le pedimos por ejemplo que dibuje una pelota o una casa y luego que escriba, su producción en cuanto a dibujo y escritura será similar.



A continuación explicaremos el proceso que conduce al niño a atender el lenguaje escrito para permitir al maestro comprender la razón de las preguntas y de las hipótesis del niño, de esta forma estará en mejores condiciones de ayudarlo en el camino que conduce a la adquisición de nuestro sistema de escritura.

#### **2.2.14. NIVELES DE CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ESCRITURA**

**2.2.14.1. Nivel Concreto:** Los niños enfrentados a un texto lo interpretan como dibujos, rayas, letras, etc., no han comprendido la función simbólica de la escritura. No han descubierto que la escritura remite a un significado.

En ocasiones piensan que se lee a partir de dibujos y los textos escritos que generalmente aparecen debajo de los dibujos no tienen sentido para ellos (“No se puede Leer”)

**2.2.14.2. Nivel Simbólico:** Los niños han descubierto que la escritura representa algo y puede ser leída e interpretada. Por ejemplo: las letras que aparecen en lata de leche, anticipa que dice leche. El niño ha dado un gran paso: dibujo y escritura están diferenciadas (“se puede leer”); pero para saber qué dice un texto necesita ir acompañado de un objeto o dibujo.

Además los textos deben tener determinadas características para que “se puedan leer”: el número de letras consideradas necesarias para que en ellas se pueda leer varía según el momento del proceso evolutivo. El niño comienza realizando un signo gráfico por cada dibujo y en él leerá el nombre del mismo.

Más adelante tendrá una exigencia de cantidad. El niño considera que una escritura con menos de tres letras no se puede leer. Estas hipótesis de cantidad de grafías es justificada por el niño de la siguiente forma: “Son muy poquitas, no dice nada”.

Pero no acaban aquí las hipótesis originales que los niños construyen a partir del descubrimiento de la función simbólica de la lecto-escritura. A la hipótesis

del nombre y la cantidad se agrega ahora una tercer exigencia para que un texto pueda ser leído es necesario que las letras usadas sean variadas. Así el niño piensa que es imposible realizar un acto de lectura cuando los signos empleado son iguales ejemplo: (AAAAA, TTTTTT) éstos “no sirven para leer”.

La escuela tradicional ha considerado algunas palabras como fáciles y por lo tanto adecuadas para iniciar la enseñanza de lecto-escritura. Por ejemplo mamá, papá, ala, oso. Si se tiene en cuenta las hipótesis de variedades de letras y las de cantidad ¿no serán estas palabras muy difíciles para los niños porque encontrarían sus propias ideas sobre la lengua escrita?

Enseñar a escribir palabras del tipo de osos y ala conduce a otro problema puesto que estas palabras pueden leerse de izquierda a derecha o de derecha a izquierda con idénticos resultados ¿podrían ayudar al niño a descubrir la dirección convencional de nuestro sistema de escritura? Hasta aquí el niño ha descubierto la relación entre la escritura y el significado pero todavía no ha llegado a comprender la relación entre escritura y aspectos sonoros del habla.

**2.2.14.3.Nivel Lingüístico:** Estos niños han descubierto otras características importantes del sistema de escritura: la relación que existe entre los textos y aspectos sonoros del habla.

## **2.2.15. LOS SIETE NIVELES LINGÜÍSTICOS PARA LA COMPRENSIÓN Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS ESCRITOS**

Según Jossette Jolibert (1996; P 64 -66) existen siete niveles para la comprensión y producción de textos:

### **2.2.15.1. Niñas y niños se preparan para el encuentro con el texto.**

Cuando la actividad de aprendizaje que estén desarrollando la requiera, y los niños lean los textos. Asimismo deben orientar con preguntas a los niños

y las niñas para que formulen hipótesis sobre el texto elegido, así surgirá una gran expectativa por conocerlo. Puede preguntar: ¿De dónde sacamos el texto? ¿Quién lo trajo? ¿Para qué? ¿Lo han visto antes? ¿Dónde? ¿De qué creen que se trata el texto? ¿Por qué creen eso? ¿Quién lo habrá escrito? ¿Con qué?

En esta primera etapa, los niños y las niñas habrán descubierto cómo ha llegado el texto a sus manos; si ha sido extraído del envase de un producto (etiquetas) de una revista, de un periódico o de un libro de la biblioteca; si ha sido escrito por ellos, por la profesora u otro autor, así adquirirán una idea global de su contenido.

### **2.2.15.2. Niñas y niños construyen el significado del texto**

El profesor debe permitir que los niños y niñas hagan hipótesis sobre el significado del texto. La mejor manera de hacerlo es siempre preguntando: ¿Qué tipo de texto es? ¿Por qué? ¿Cómo lo sabes? ¿Es una carta, una poesía, un afiche, una etiqueta? ¿Por qué? ¿Cómo se dieron cuenta? ¿Cómo es? ¿Qué partes tiene? ¿Cómo comienza? ¿Cómo termina? ¿Qué forma presenta? ¿Qué creen que dice el texto? ¿Por qué?

Las respuestas de los alumnos y alumnas orientarán al profesor para formular las preguntas. Puede ocurrir que un niño o niña de una respuesta “avanzada”, esta situación obliga al profesor a que los demás niños y niñas sepan cómo razonó y por qué dio esa respuesta.

Por el contrario también puede ocurrir que el profesor formule una pregunta “sencilla” y los niños y niñas no respondan.

Esta situación obligará al profesor a identificar preguntas más sencillas para poder avanzar. En este momento de análisis, los niños y niñas reconocerán personas o sujetos que intervienen en el texto, acciones que realizan los personajes, cualidades de los personajes o sujetos del texto, el tiempo en que se realizan las acciones.

El docente debe identificar las palabras reconocidas y pedir a los niños que las escriban en carteles que le permitan su fijación y la producción de textos nuevos. También reconocerán los signos de puntuación y su utilidad, los cambios de línea y las mayúsculas del texto. A través de la observación y la composición, los niños y niñas construirán y comprenderán el significado del texto.

### **2.2.15.3. Actividades para aprovechar la lectura de textos**

Llamamos actividades de aprovechamiento aquellos que el docente debe proponer a los niños y niñas, para que utilicen los carteles de las palabras que identificaron en el texto leído o interrogado. Estas actividades pueden ser:

Diferentes clases de apareamientos, pupiletras, crucigramas, completas oraciones.

### **Producción de Textos**

El docente debe aprovechar este momento para que sus niños, de manera individual o grupal, construyan nuevos textos, análogos, semejantes o diferentes, teniendo como referencia los materiales que han interrogado:

Relatos, recetas, poesías, canciones, adivinanzas, cuentos diversos, afiches, etiquetas, cartas, notas etc.

### **Lingüística de la oración y de la frase**

Distinguir las huellas del funcionamiento lingüístico a nivel de las oraciones y de la frase. En particular sintaxis, concordancia de persona, número, género, terminaciones verbales, relación entre las palabras y determinantes. El vocabulario es clave.

**Lingüística a partir de la micro estructura del texto: palabra, sílaba, letra.**

Delimitar el conocimiento de las palabras: las palabras ya conocidas, las palabras nuevas que se pueden analizar, la identificación de sílabas o letras que la componen.

Detectar los grafemas (minúsculas, mayúsculas) que se identifican y las combinaciones que constituyen prefijos, sufijos y radicales.

#### **2.2.16. LEER**

El sentido etimológico de leer tiene su origen en el verbo latino Leggere, alcanza a ser muy revelador pues connota las ideas de recoger, cosechar, adquirir un fruto.

Una de las destrezas comunicativas que necesita nuestra particular atención en la actualidad es la lectura, pues en la mayoría de centros educativos la tarea de aprender a leer se ha convertido en un hecho rutinario y mecánico que convierte el aprendizaje de los alumnos en una actividad pasiva y poco estimulante y no debe ser así, en vez debe ser activo. Por eso es importante definir lo que es leer.

Según Solé, Isabel (2001; 18), “Leer es el proceso mediante el cual se comprende el lenguaje escrito. En esta comprensión Interviene tanto el texto, su forma y su contenido, como el lector, sus expectativas y sus conocimientos previos”.

Otra definición, es la que nos da el Ministerio de Educación (2005 ; 116) a través del “Diseño Curricular Nacional” donde nos dice que “Leer es mucho más que descifrar, leer es comprender un texto, es poder establecer comunicación con él, para preguntar y hallar respuestas, procesar, analizar, deducir, construir significados desde las experiencias previas”.

Además, Allende y Condemarín (1994; 18) acota que “Aprender a leer es aprender a comprender textos escritos (La decodificación es sólo una base inicial necesaria).

De acuerdo a esto, una persona ha aprendido a leer sólo cuando es capaz de comprender una gran variedad de textos escritos, en particular, aquellos que le son necesarios para su desarrollo personal y para su adecuado desenvolvimiento en la vida social.

Aprender a leer, entonces, significa dominar progresivamente textos cada vez más complejos, captando su significado”

Así mismo DÍAZ PLAJA, Aurora (2003) manifiesta que “leer no es solamente un proceso de desciframiento, es decir de decodificación de grafemas para obtener el mensaje único que supuestamente contiene una actividad cognitiva por parte del sujeto implicado; que requiere del aprendizaje y el uso de diversas estrategias que permitan hallar significados en los textos”. Es decir, leer no sólo implica decodificar, sino construir la comprensión de lo impreso, interpretando su contenido y descubriendo su significado.

R. Anderson y colaboradores, en su obra “Becoming a Nation of Readers” presenta la siguiente definición “La lectura es un proceso constructivo, interactivo, estratégico y meta cognitivo. La lectura es constructiva porque es un proceso activo de elaboración de interpretaciones del texto y sus partes.

Es interactiva porque la información previa del lector y la que ofrece el texto se complementan en la elaboración de significados. Es estratégica porque varía según la meta, la naturaleza del material y la familiaridad del lector con el tema. Es meta cognitiva porque implica controlar los propios procesos de pensamiento para asegurarse que la comprensión fluya sin problemas

En base a los aportes anteriores, podemos, construir una definición de lectura, que nos servirá para el desarrollo de nuestra investigación. Se define a la lectura como un proceso en el cuál están inmersas dos operaciones

como son la decodificación y la comprensión, siendo este último el objetivo de todo acto de lectura.

Además, leer es buscar activamente el significado de un texto, en relación con las necesidades e intereses del lector y hay que tener en cuenta que el niño desde sus primeros encuentros con textos reales escritos como el nombre de una calle, un afiche, un envase, un aviso ya se inicia en la construcción de ideas sobre el contenido de estos, y lo hace a partir de las imágenes, los títulos, la silueta, etc

### **2.2.17 LAS OPERACIONES DE LA LECTURA.**

Según Allende y Condemarín (1994, 16), “La lectura comprende una serie de operaciones parciales que a veces se suelen confundir con la totalidad del proceso. Esta confusión suele ocurrir con cierta frecuencia durante la enseñanza de la lectura”. Para aclarar dicho panorama analizaremos cada una de ellas.

a) La decodificación: Puede entenderse, dentro del proceso de lectura, como la capacidad para identificar un signo gráfico por su nombre o por su sonido.

b) Decodificación y comprensión: Anteriormente definimos a la decodificación como el reconocimiento de signos escritos y su transformación en lenguaje oral u otro sistema de signos. Mientras, que la comprensión es todo lo que se refiere a la captación del contenido o sentido de los escritos. Por lo tanto una vez que se ha aprendido a decodificar, todo el esfuerzo posterior tiene que estar dirigido a la comprensión.

### **2.2.18.LA IMPORTANCIA DE LA LECTURA**

La lectura es, sin duda, el mecanismo más importante de transmisión de conocimientos. Ser experto en esta destreza es fundamental en todas las etapas del sistema educativo. En los niveles elementales, uno de los objetivos básicos es que el alumno obtenga un dominio aceptable de la lectura. Una vez alcanzada esa comprensión del texto, se extrae de él la información que contiene integrándola a las estructuras cognitivas que posee el lector.

Es incuestionable la importancia del lenguaje como medio de comunicación; por ello en su aprendizaje perseguimos principalmente dos objetivos:

- La capacidad de expresión.
- La capacidad de comprensión.

Ambos se desarrollan en forma paralela: comprender el pensamiento de los demás, mediante la conversación, la comprensión correcta de la lectura, es tan importante como saber expresarse. Por ello debemos deducir que aquellos alumnos que no poseen un desarrollo y dominio del lenguaje de acuerdo a su edad; no progresaron adecuadamente en las diversas áreas de estudio, pues el

9). Lenguaje es la herramienta de trabajo y estudio. (Allende y Condemarín, 1994, 9).

### **2.2.18.1. FACTORES ASOCIADOS AL APRESTAMIENTO DE LA LECTURA**

Según Allende y Condemarín (1993; P 30 - 35) nos dice que existen factores que se asocian al aprestamiento de la lectura, entre estos tenemos:

#### **2.2.18.2. Factores Físicos y Fisiológicos:**

##### **a) Edad Cronológica:**



El número mágico para iniciar a los alumnos en el aprendizaje de la lectura entre los seis y seis años y medio no tiene apoyo experimental consistente.

La edad cronológica en sí mismo no es un factor importante en el aprestamiento para la lectura. Una comprobación empírica de este acierto es que la instrucción lectora se inicia normalmente a los cinco años en Inglaterra, a los seis años en los Estados Unidos y a los siete años en Suecia.

#### **b) Sexo:**

Existe consenso en que las niñas están listas para iniciar el aprendizaje de la Lectura más temprano que los niños. Esto se apoya en el hecho de que las niñas como grupo, maduran más rápidamente que los niños desde un punto de vista fisiológico: aparición de los dientes, desarrollo del esqueleto, iniciación de la pubertad, tienen mayor facilidad en hablar más temprano y tienden a presentar menos trastornos.

#### **c) Aspectos sensoriales**

Los defectos visuales y auditivos pueden alterar la percepción de las palabras escritas o habladas y el aprendizaje en general. Aunque la lectura básicamente es un acto visual, la mayor parte de los programas de aprestamiento no le da la importancia debida a la visión. Los aspectos visuales no deben ser confundidos con la percepción visual.

### **2.2.18.3. Factores sociales, emocionales y culturales**

#### **a) Madurez Emocional y Social**

Los niños que confían en sí mismo y en los otros funcionan en forma Independiente sin exigir excesiva atención y tiempo de otros y pueden resolver sus problemas con una pequeña ayuda por parte de los adultos. El niño con confianza en sí mismo, tiende a enfrentar las

actividades con menos miedo y puede recuperarse de algún fracaso con cierta facilidad.

Los niños con un alto nivel de ansiedad o angustia tienden a tener un resultado adverso en el aprendizaje de la lectura, especialmente porque, la ansiedad alta interfiere con los mecanismos atencionales. Por otra parte un pequeño nivel de ansiedad puede colaborar a que los alumnos rindan mejor.

### **b) Factores Socioeconómicos y Culturales**

Los factores socioeconómicos y culturales constituyen una constante que afecta el aprendizaje de la lectura, en sus etapas iniciales y a lo largo de toda la escolaridad.

El hogar y la comunidad determinan el nivel de estimulación lingüística. Las actitudes frente a la lectura, los modelos de imitación de las conductas lectoras, los sistemas de premio o desaprobación por los logros obtenidos, también son de recursos del hogar. Los niños con mayor disposición a favor de la lectura son los que provienen de hogares en que los padres les leen cuentos, comentan con ellos noticias periodísticas.

Son aquellos que ven a los adultos leyendo en variedad de situaciones; recorren librerías, ojean allí libros y revistas, comentan las noticias periodísticas leídas, ven a sus padres consultar bibliografía cuando ellos le formulan alguna pregunta; tienen un lugar con libros donde leer tranquilos.

### **2.2.19. DESARROLLO DEL APRESTAMIENTO PARA LA LECTURA**

Según Alliende y Condemarín (1994; P. 56) “Los niños deben recibir un programa de aprestamiento para la lectura y nos brinda una serie de sugerencias que se estructuran bajo la siguiente denominaciones:

#### **Motivación para la lectura**

La lectura se puede motivar a través de procedimientos como los que se describen a continuación:

- Permitir que los niños vean a sus padres y maestros leer en diversas situaciones.
- Tener a disposición de los niños variados materiales de lectura con láminas atractivas y que interesen a los niños.
- Leerles cuentos en voz alta, con adecuada entonación y entusiasmo.
- Aprender y compartir con los niños juegos lingüísticos como adivinanzas, trabalenguas, rimas y poemas.
- Dramatizar cuentos o leyendas a través de la mímica, teatro de títeres y juegos dramáticos.

### **Estimulación del lenguaje escrito**

El aprestamiento para la lectura se desarrolla mejor en una sala de clases que posea gran variedad de estimulación para el lenguaje oral y escrito.

El niño está siempre inmerso en una atmósfera de estímulos verbales, pero no siempre se encuentra en una atmósfera letrada. Esto es más evidente en los niños de ambientes privados desde el punto de vista gráfico, en los cuales no hay anuncios de propagandas, afiches, libros, literatura de quiosco, póster, rótulos, indicaciones de tránsito.

La inmersión en un ambiente letrado desde la infancia facilita al niño la posibilidad de abstraer el lenguaje escrito de su contexto y de descubrir las reglas necesarias para transformar los signos visuales espaciales en sus equivalentes verbales y progresar gradualmente en las distintas operaciones que implica la lectura.

### **Discriminación visual**

Generalmente los niños provenientes de ambientes letrados conocen una gran variedad y cantidad de palabras impresas usadas en las propagandas de productos, letreros, envases de alimentos, útiles de limpieza, ventas de

helados y golosinas. El niño desarrolla desde muy temprano la habilidad para diferenciar una habilidad de otra y se apoya en la configuración global, el contexto, color y la textura. Con este conocimiento de base, la discriminación progresiva más fina de letras, palabras y estructuras puede ser afinada con la práctica.

### **Discriminación Auditiva:**

La discriminación auditiva es muy importante en el desarrollo del aprestamiento para la lectura inicial. Las variadas actividades que se realizan en los jardines infantiles, relacionadas con el desarrollo de las destrezas de escuchar; la discriminación auditiva entre sonidos y ruidos de la naturaleza o hechos por el hombre; los ejercicios diseñados para aumentar la memoria auditiva, como la repetición de frases o la memorización de poemas, son un excelente medio para aumentar la conciencia del niño de su inmersión en un mundo sonoro, rico y diferenciado.

### **Estimulación Cognoscitiva:**

Dado que la lectura consiste en una serie de procesos sicolingüísticos, todas las actividades que conduzcan al desarrollo del pensamiento son útiles para el proceso lector.

El enfoque Piagetiano de la conducta intelectual del niño, en especial el desarrollo de conceptos, puede servir de base para implementar actividades basadas en la resolución de problemas que le permitan al niño hablar sobre sus experiencias. Este enfoque proporciona al niño la oportunidad para investigar y explorar, ensayar, equivocarse, acertar y descubrir conceptos concretos que el educador debe asegurarse de que han sido entendidas por el niño antes de iniciarlo en las estrategias formales de lectura.

## **2.2.20 EL NIÑO Y LA LECTURA**

La lectura debe ser entretenida, fácil y significativa o el niño cierra el libro. Entre el momento en que el niño aprende a leer -o a decodificar- y la creación de un hábito de lectura, hay una enorme distancia que en muchos casos no se supera. Condemarín se detiene en las características que debe tener esa lectura inicial para acaparar la atención de los niños. Aunque lo ha dicho en todas las ocasiones que ha podido, cree que todavía no hay plena conciencia al respecto más que nunca hay materiales y técnicas para el reforzamiento de la lectura y la escritura, sin embargo esto no se refleja en las estadísticas.

Aquí interesa mucho ese concepto de analfabetismo funcional, que es de la UNESCO... en que la gente en el fondo puede leer en voz alta, o sea puede decodificar, pero lo que más cuesta es utilizar la lectura para solucionar tareas de vida. Por ejemplo leer instrucciones... la habilidad que usas cuando vas a comprar un remedio, para preparar una mamadera, todo se hace al ojímetro, al tincómetro. Se puede decodificar pero no puedes aplicarlo a calidad de vida, a la crianza de hijos a la preservación de la paz.

### **Factores de origen**

Los niños son gozosos, aprenden a leer el primer año y después se les empieza a dar materiales muy alejados de sus intereses y sus propósitos... Hay que hacer una intervención muy directa en cuanto al tipo de textos que les das a leer muy temprano, desde el momento que aprenden a decodificar.

Hay una tecnología que se llama legibilidad de los textos escritos. Por ejemplo en los niños que recién aprenden a leer tienen que ser textos bastante entretenidos, interesantes y fáciles de leer. Esto significa que el sujeto esté muy claro, que las oraciones sean breves y directas. En el momento en que el niño lee: 'éste le dijo aquello'. Ya se pierde.

Yo les puedo leer un cuento con toda la complejidad lingüística, pero cuando ellos empiezan a leer, por ejemplo el cuento de la Caperucita roja, si leen: 'El

lobo la escudriñaba desde lo más profundo de los matorrales con una mirada aviesa', ya el niño cerró el libro.

### **2.2.21 ENSEÑANZA DE LA LECTURA**

Según Solé Isabel (2001, P 48) "Muchos niños y niñas cuando acceden a la instrucción formal en lectura y escritura poseen un buen número de conocimientos acerca del sistema escrito, conocimientos donde se debe cimentar las posteriores adquisiciones".

La participación en actividades conjuntas con sus padres y en la escuela infantil, lectura de cuentos, presentar una confección de una lista para compras, llevar una nota del centro de educación infantil, ver a la maestra leyendo cuentos, escribiendo notas ha propiciado la construcción de este conocimiento, que es muy adecuada a la realidad.

Hay que tener en cuenta que los intentos del niño por explorar el universo escrito están firmemente dirigidos por su necesidad de acceder al significado del texto en cuestión, por lo que decodificación y significado se encuentran siempre presentes en el lector.

Podemos afirmar que el acceso al código debe inscribirse siempre en contextos significativos para el niño. El aprendiz del lector posee conocimientos pertinentes sobre la lectura, sabe que lo escrito dice cosas, que leer es saber qué dice y escribir poder decirlo y de lo que se trata es de aprovecharlos, para que pueda irlos mejorando y haciéndolos más útiles.

Si ello no se tiene en cuenta, es decir, si se trabaja el código de una forma más o menos aislada, descontextualizada, no sólo no aprovecharemos ese bagaje significativo y funcional, sino que contribuimos a que la idea de lectura que construya el niño sea errónea "Leer es decir letras, o los sonidos, o las palabras".

### **2.2.22. La enseñanza inicial en la lectura**

Según Solé Isabel (2001, P. 50) “Cuando se trata de la enseñanza es importante tener en cuenta que a pesar de que los niños poseen numerosos y pertinentes conocimientos acerca de la lectura y escritura, el tipo de instrucción que reciban influirá en el tipo de habilidades que irán adquiriendo.

Además nos dice que el niño puede aprender y de hecho aprende en la medida en que es capaz de utilizar integradamente diversas estrategias y todas estas deben ser enseñadas.

También recalca que el buen lector es aquel que hace uso simultáneamente de los índices contextuales, textuales y grafo tónicos para construir el significado, que la enseñanza de estrategias para acceder al texto no es un fin en sí misma, sino un medio para que el niño pueda interpretarlo y que en la lectura, significado y decodificación se encuentran siempre presentes, pero que su peso es diferente en diversos estadios de la lectura.

Solé Isabel, hace hincapié a que el sistema de la lengua escrita es un sistema complejo, los niños necesitan abordarlo en una perspectiva amplia y necesitan de una multiplicidad de caminos y estrategias para apropiarse de él y que el maestro es el encargado de proporcionarlas. Además los maestros deben contribuir a que los niños vean la lectura no como un inseguro proceso de traslación de un código a otro, sino como un reto interesante que necesitan resolver, para saber que dice y como decirlo.

### **2.2.23 Textualización del Aula**

Según Solé Isabel (2001, P. 52) “La enseñanza inicial de la lectura debe asegurar que la interacción significativa y funcional del niño con la lengua escrita, ello implica que en el aula el texto escrito esté presente de forma pertinente en los libros, en los carteles que anuncian determinadas actividades (salidas, acontecimientos, etc.)

En las etiquetas que tengan sentido (por ejemplo las que indican el nombre del niño al que pertenece un colgador o las que señalan el lugar donde deben depositarse las pinturas) y no discriminarla. Este uso significativo de la lectura y escritura en la escuela además muy motivador y contribuye a incitar al niño aprender a leer y escribir”.

#### **2.2.24.LA LECTOESCRITURA EN LA ESCUELA PERUANA**

En el ámbito de la lecto escritura, tradicionalmente, el proceso de adquisición del sistema alfabético ha sido reducido al aprendizaje de un código de transcripción (de sonidos en grafemas). Los métodos tradicionales de alfabetización han procurado sistemáticamente enseñar de manera empírica la relación entre la escritura alfabética y los aspectos sonoros del habla, todos parecen creer que enseñar a leer y escribir tiene que ver mucho con la paciencia, antes que con el conocimiento.

A lo largo de los años hemos visto cómo se enseña con la ayuda de algún texto escolar, manual o cartilla que indica, paso a paso, los temas a tocar y las actividades a realizar, las letras, sonidos, palabras, frases, oraciones y párrafos a introducir, en una decretada secuencia (ascendente o descendente) que no deja lugar a equívoco ni requiere del maestro otra competencia que no sea seguir instrucciones al pie de la letra

Hace apenas unos años y en el contexto de Reforma educacional, nuestra visión del proceso de adquisición del sistema de escritura varía radicalmente. Primero con una reconsideración del proceso de lectura y de la actividad del lector que paulatinamente ha ido acumulando evidencias que señalan la importancia de las experiencias de interpretación y de producción de textos que tienen lugar en el niño, incluso mucho antes de su ingreso a la escuela.



Luego con la implementación del “aprendizaje significativo” como un marco de referencia en el cual la socialización de los aprendizajes y la apreciación de sus saberes previos, constituyen un pilar del proceso.

Las últimas investigaciones de la psicología genética, la sicolingüística y la lingüística textual, han modificado profundamente las bases teóricas con que se contaba para comprender los procesos de alfabetización y de desarrollo de las capacidades relacionadas con la lecto-escritura. En este contexto 30 o más años de investigación sistemática y rigurosa sobre los procesos de adquisición de la lengua escrita, han significado el inicio de una verdadera revolución en el campo de la alfabetización y en el campo educativo en general.

Desde este punto de vista, un nuevo método no resuelve problemas, hay que reanalizar las prácticas educativas en alfabetización, tratando de ver los supuestos que subyacen a ellas, replanteando el tema de la lecto-escritura: del proceso de enseñanza (un proceso constructivo, eminentemente creativo, no monopolizado por un maestro ni predeterminado por una progresión de letras o de ejercicios), del objeto específico de la alfabetización (el lenguaje humano en sentido amplio, la lengua escrita, el mundo fascinante de la palabra), y del sujeto que aprende (un niño o niña que sabe mucho antes de llegar a la escuela, que razona y piensa, que aprende de manera inteligente y activa, que crea y descubre).

El enfoque de la Psicogénesis del Lenguaje, plantea una nueva forma de entender el proceso a través del cual el niño se apropia del sistema de escritura y de la lengua escrita, a partir de su desarrollo cognitivo y de la interacción con el mundo de los textos.

Emilia Ferreiro, Ana Teberosky y Ana María Kaufmann, explican los procesos y las maneras mediante las cuales los niños aprenden a leer y escribir tomando como punto de partida la construcción del conocimiento a partir del sujeto cognoscente y del objeto a conocer.

Sus investigaciones dejan claro que lo que lleva al niño a la reconstrucción del código lingüístico no es una serie de tareas, ejercicios repetitivos o el conocimiento de las letras una por una y de las sílabas, sino que es una comprensión de las reglas que componen la lengua como un sistema estable que representa un significado. Las autoras sostienen que el niño, muy precozmente, trata activamente de comprender las informaciones escritas que recibe de su entorno y va construyendo hipótesis acerca de la naturaleza de la escritura, las cuales son trabajadas a través de la construcción de principios organizadores, y no solo de vivencias externas sino que también por un proceso interno.

Ferreiro y Teberosky han realizado numerosas investigaciones en las cuales analizaron la manera en que los niños iban construyendo y apropiándose de los conocimientos de la lengua escrita a partir de:

- a) La identificación de los procesos cognitivos subyacentes a la adquisición de la escritura (nociones y funciones de pensamiento)
- b) La comprensión de la naturaleza de las hipótesis infantiles.
- c) El descubrimiento del tipo de conocimientos específicos que posee el niño al iniciar el aprendizaje escolar.

Desde esta perspectiva los niveles estructurales del lenguaje escrito pueden explicar las diferencias individuales y los diferentes ritmos de los alumnos.

## 2.2 DEFINICION DE TERMINOS

- **Afectividad: Conjunto** de emociones y sentimientos que un individuo puede experimentar a través de las distintas situaciones que vive.

- **Psicomotricidad:** Es la disciplina que estudia facultades al ser de las habilidades en las diferentes funciones motrices considerando su efecto en él, desde los aspectos sociales, afectivos y biológicos.
- **Persuadir:** Convencer a alguno con razones a creer en algo
- **Constructivismo:** Es decir que se enfocan sobre el modo en que los individuos crean sistemas para comprender su mundo y sus experiencias, la estructura significativa donde se construye la personalidad del ser humano.
- **Simbólico:** Que representa o simboliza una cosa, se expresa por medio de símbolos, tiene significado afectivo o moral, o valor representativo, más que material: un regalo simbólico
- **Método:** Procedimiento, técnica o manera de hacer algo, en especial si se hace siguiendo un plan, o de forma sistemática, ordenada y lógica
- **Lingüístico:** La lingüística es el estudio científico tanto de la estructura de las lenguas naturales como del conocimiento que los hablantes poseen de ellas.
- **Alfabetización:** Va más allá del saber leer y escribir también incluye el saber comunicarse en sociedad, comprende prácticas y relaciones sociales, comprende el saber, el lenguaje y la cultura. Entendida como el uso de la comunicación escrita, encuentra su lugar en nuestras vidas junto a otras formas de comunicación.
- **Aprendizaje :** Es el proceso a través del cual se adquieren nuevas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción y la observación
- **Producción:** Es un conjunto de operaciones que sirven para mejorar e incrementar la utilidad o el valor de los bienes y servicios económicos.
- **Comprensión:** En psicología, capacidad de comprender o su efecto. En lógica, comprensión de un concepto (o término) el conjunto de notas o conceptos más amplios que lo integran y forman su contenido o sustancia

- **Decodificación:** Es el proceso por el cual se convierten símbolos en información entendible por el receptor.
- **Etimología:** Como la disciplina científica que estudia la verdadera pronunciación, escritura y pronunciación de las palabras su pronunciación y escritura analizan los elementos morfológicos origen y sus transformaciones.
- **Fisiológico:** Describe los procesos biológicos naturales de un organismo vivo.
- **Sintaxis:** Una subdisciplina de la lingüística y parte importante del análisis gramatical, se encarga del estudio de las reglas que gobiernan la combinatoria de constituyentes y la formación de unidades superiores a éstos, como los sintagmas y oraciones.
- **Grafema:** Símbolos fijos, son clases de equivalencia de símbolos gráficos que representan diferentes unidades
- **Crucigrama:** Es un pasatiempo escrito que consiste en escribir en una plantilla una serie de palabras en orden vertical y horizontal que se cruzan entre sí.
- **Textualización:** es el proceso de producción de un texto. Se refiere al momento preciso en el que se juntan palabras para producir un sentido global.
- **Origen:** Se refiere al principio, nacimiento, manantial, raíz y causa de algo.
- **Sílaba:** Es cada una de las divisiones fonológicas que forman una palabra, Sonido o sonidos articulados que constituyen un solo núcleo fónico entre dos depresiones sucesivas de la emisión de voz.
- **Lectoescritura:** Capacidad y habilidad de leer y escribir adecuadamente.
- **Lectura:** es el proceso de la recuperación y aprehensión de algún tipo de información o ideas almacenadas en un soporte y transmitidas mediante algún tipo de código, usualmente un lenguaje, que puede ser visual o táctil

- **Escritura:** Es un documento, carta, o cualquier papel escrito, también se refiere a un documento publico
- **Publicidad:** es una poderosa herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a un determinado grupo objetivo.
- **Logotipo:** Grupo de letras o abreviaturas que agrupadas en un bloque sirve de representación gráfica de una marca comercial, siglas.
- **Fotografía:** La fotografía en sentido estricto es el proceso físico mediante el cual se obtiene que una imagen quede fija en una superficie cuyo compuesto químico es sensible a los efectos de la luz. El proceso incluye necesariamente una cámara oscura que regule el nivel de luz que incide sobre dicha superficie.
- **Gráficos:** Representación de datos numéricos, en forma de líneas o dibujos, y en los que se muestra de una forma gráfica la relación que dichos datos
- **Icono:** Es un sistema de representación tanto lingüístico como visual. Se habla de iconismo al tratar la representación de la realidad a través de las imágenes.

### CAPÍTULO III

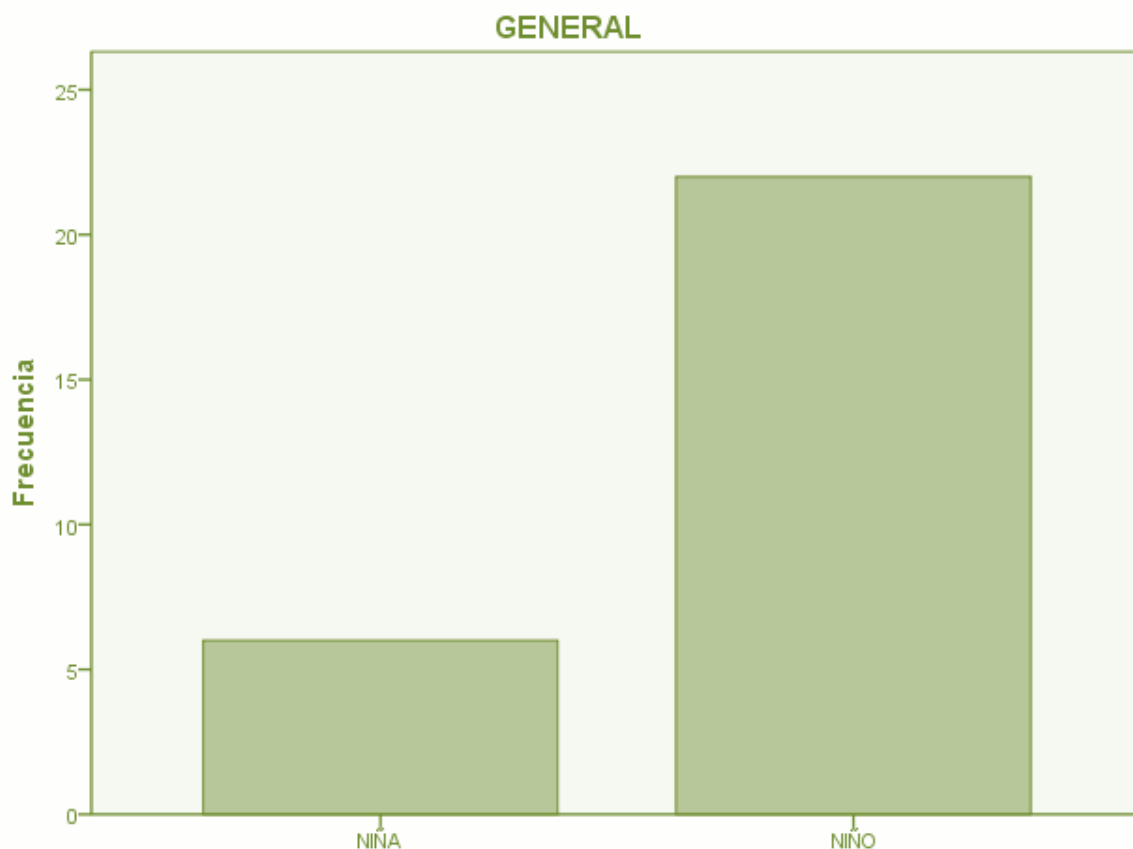
## PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 3.1. Estadística descriptiva de las variables.

TABLA N°01

		GENERAL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NIÑA	6	21,4	21,4	21,4
	NIÑO	22	78,6	78,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°01



**INTERPRETACIÓN:** Se observa en la tabla que 78.6% (222/28) son niños y 21.4% (6/28) son niñas.

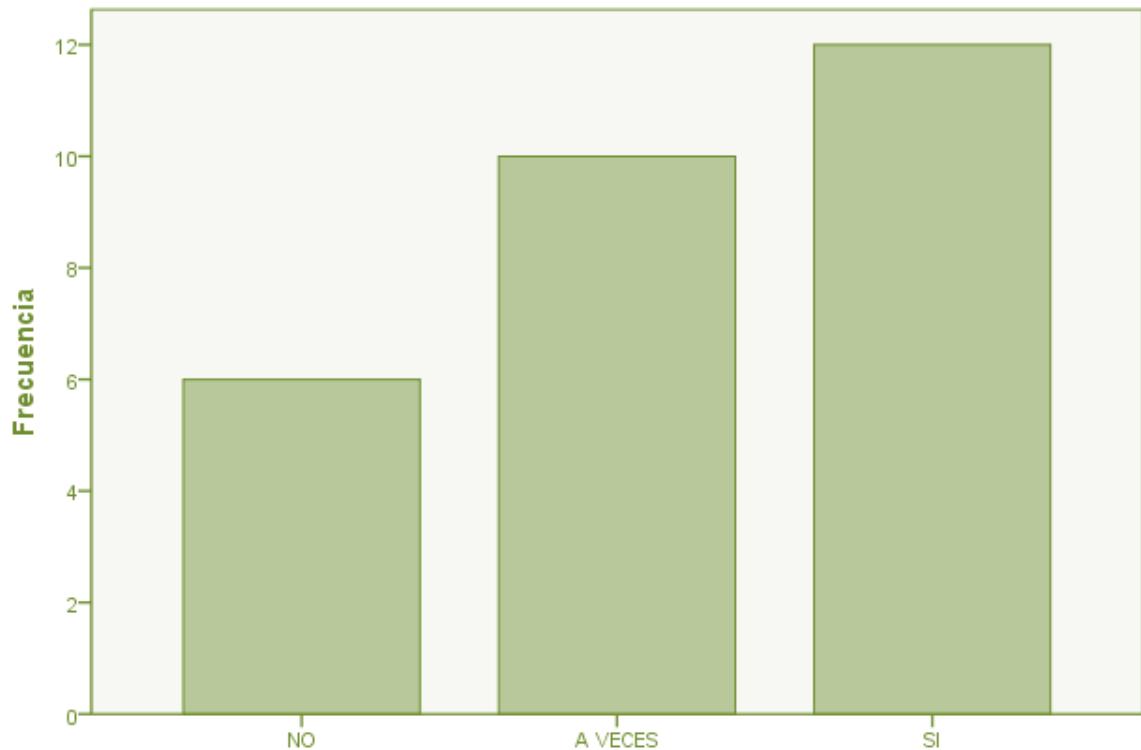
TABLA N°02

¿UTILIZASTE ANTERIORMENTE LAS ETIQUETAS PARA APRENDER A LEER Y ESCRIBIR?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	6	21,4	21,4	21,4
	A VECES	10	35,7	35,7	57,1
	SI	12	42,9	42,9	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°02

¿UTILIZASTE ANTERIORMENTE LAS ETIQUETAS PARA APRENDER A LEER Y ESCRIBIR?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°02 se observa que un 42.9% (12/28) refieren que si utilizaron anteriormente las etiquetas para aprender a leer y escribir frente a un 21.4% (6/28) refieren igualmente que no utilizaron anteriormente las etiquetas para aprender a leer y escribir.

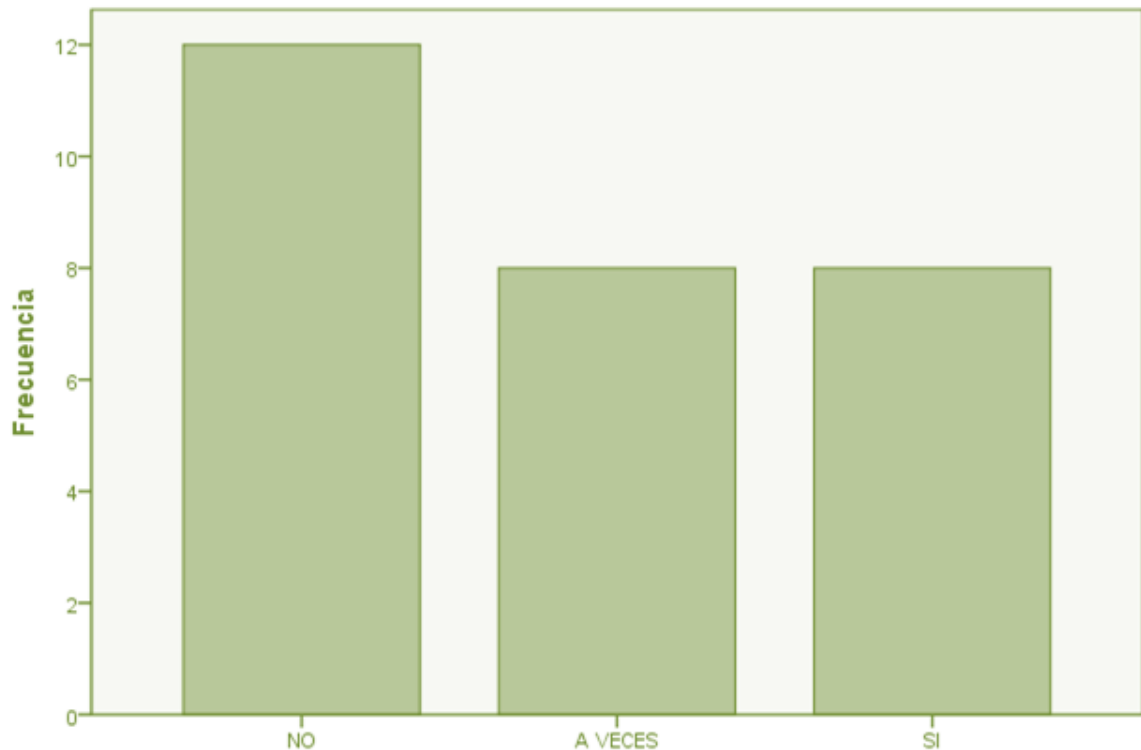
TABLA N°03

¿UTILIZASTE ANTERIORMENTE LOS AFICHES PARA APRENDER A LEER Y ESCRIBIR?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	12	42,9	42,9	42,9
	A VECES	8	28,6	28,6	71,4
	SI	8	28,6	28,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°03

¿UTILIZASTE ANTERIORMENTE LOS AFICHES PARA APRENDER A LEER Y ESCRIBIR?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°03 se observa que un 42.9% (12/28) refieren que no utilizaron anteriormente los fichas para aprender a leer y escribir frente a un 28.6% (8/28) refieren igualmente que a veces y si utilizaron anteriormente los afiches para aprender a leer y escribir.

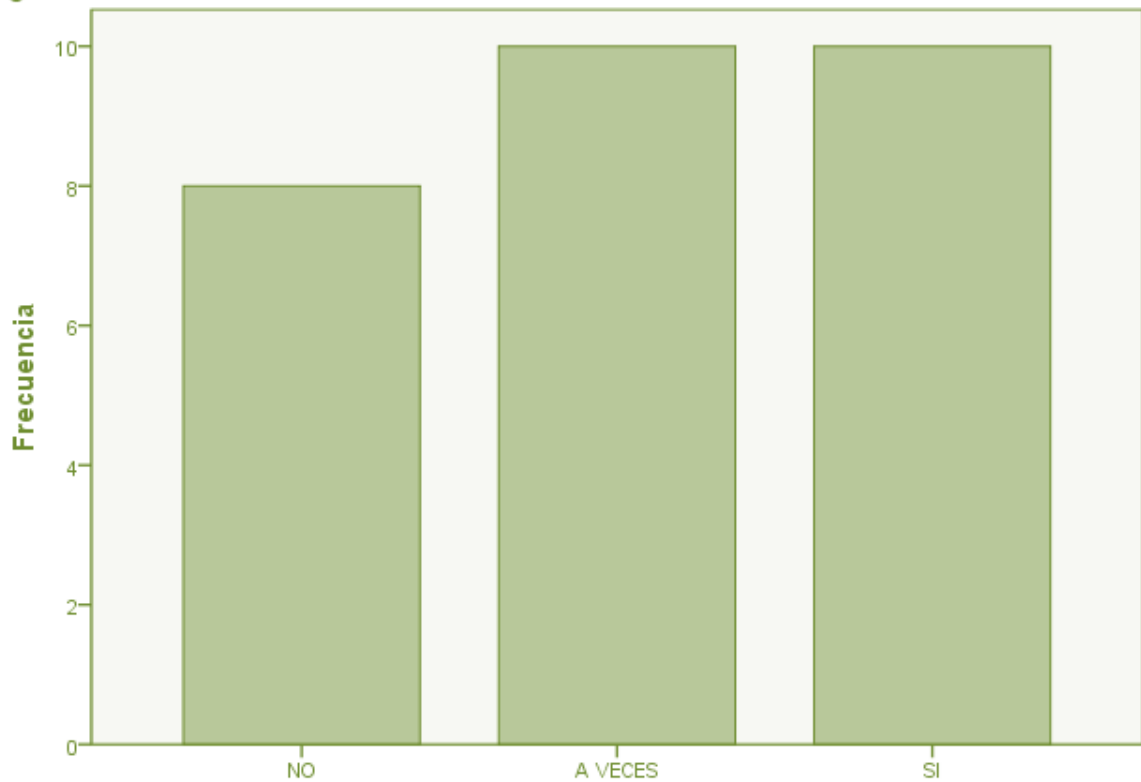


TABLA N°04

¿ELEGISTE TÚ MISMO TUS ETIQUETAS PARA CREAR Y LEER TUS TEXTOS?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	8	28,6	28,6	28,6
	A VECES	10	35,7	35,7	64,3
	SI	10	35,7	35,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°04

¿ELEGISTE TÚ MISMO TUS ETIQUETAS PARA CREAR Y LEER TUS TEXTOS?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°04 se observa que un 35.7% (10/28) refieren que si eliden ellos mismo sus etiquetas para crear y leer sus textos frente a un 28.6% (8/28) refieren igualmente que no eligen ellos mismos sus etiquetas para crear y leer sus textos.

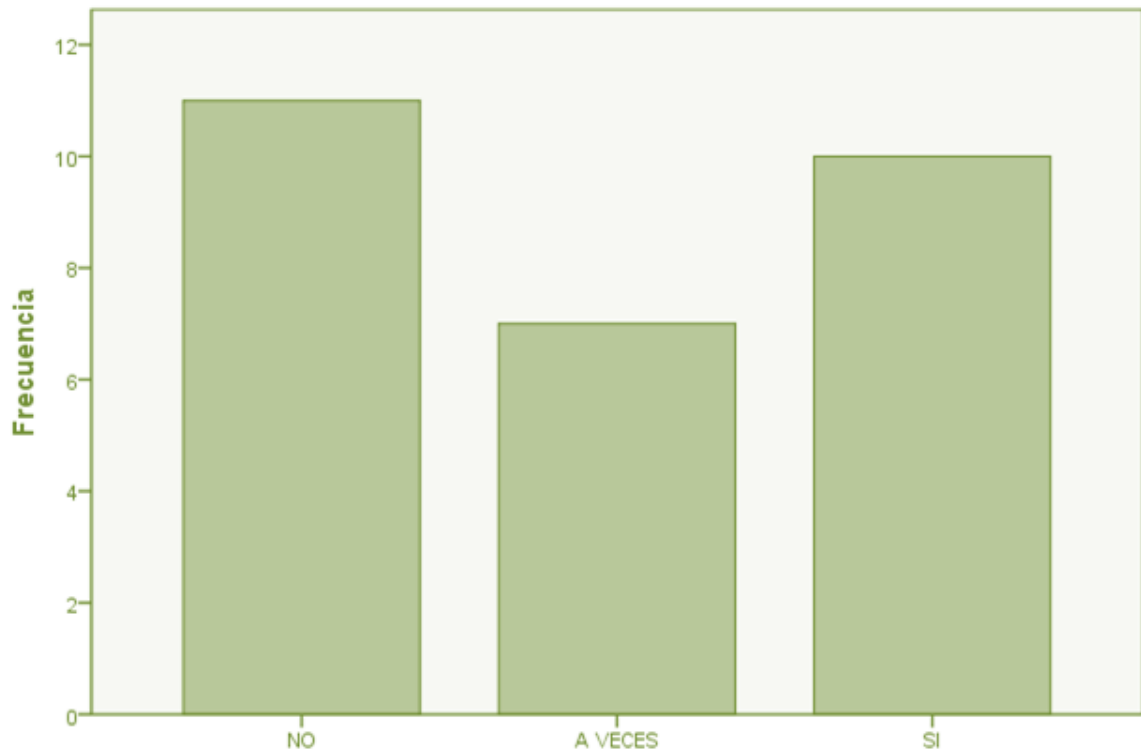
TABLA N°05

¿LAS ETIQUETAS FUERON ADECUADAS PARA CREAR DESCRIPCIONES CON MAYOR FACILIDAD?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	11	39,3	39,3	39,3
	A VECES	7	25,0	25,0	64,3
	SI	10	35,7	35,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°05

¿LAS ETIQUETAS FUERON ADECUADAS PARA CREAR DESCRIPCIONES CON MAYOR FACILIDAD?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°05 se observa que un 39.3% (11/28) refieren que no las etiquetas fueron adecuadas para crear descripciones con mayor facilidad frente a un 25% (7/28) refieren igualmente que a veces fueron adecuadas las etiquetas para crear descripciones con mayor facilidad

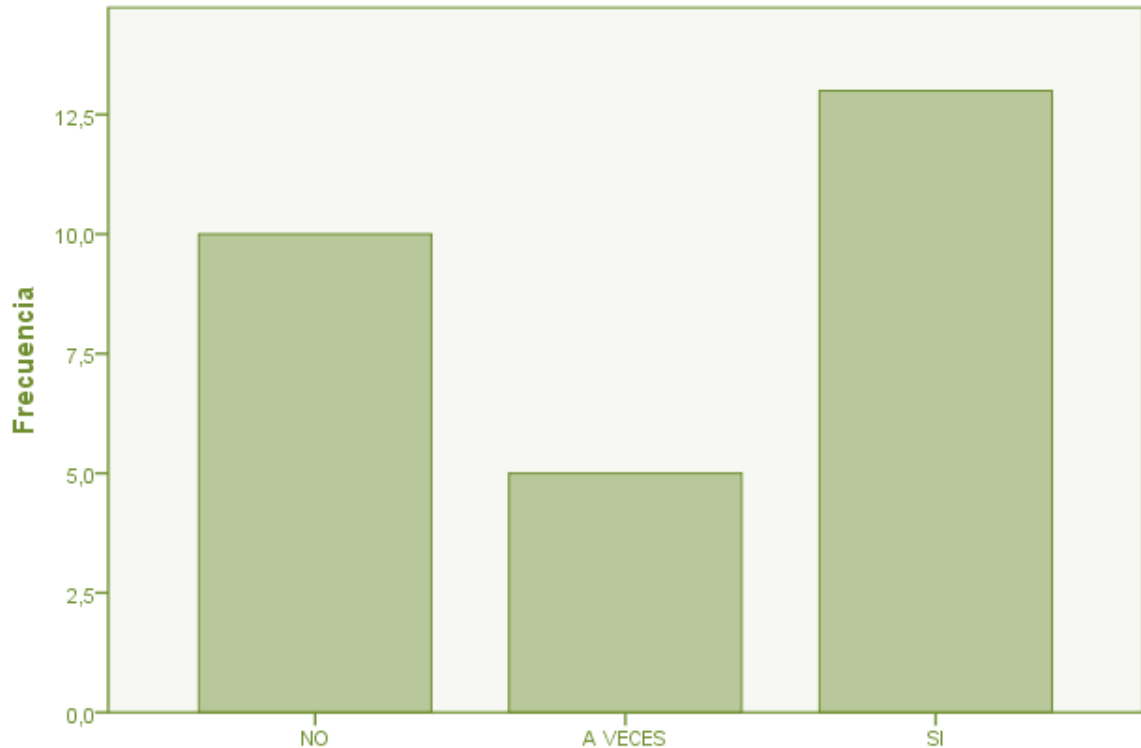
TABLA N°06

¿LOS AFICHES FUERON ADECUADAS PARA CREAR DESCRIPCIONES CON MAYOR FACILIDAD?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	10	35,7	35,7	35,7
	A VECES	5	17,9	17,9	53,6
	SI	13	46,4	46,4	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°06

¿LOS AFICHES FUERON ADECUADAS PARA CREAR DESCRIPCIONES CON MAYOR FACILIDAD?

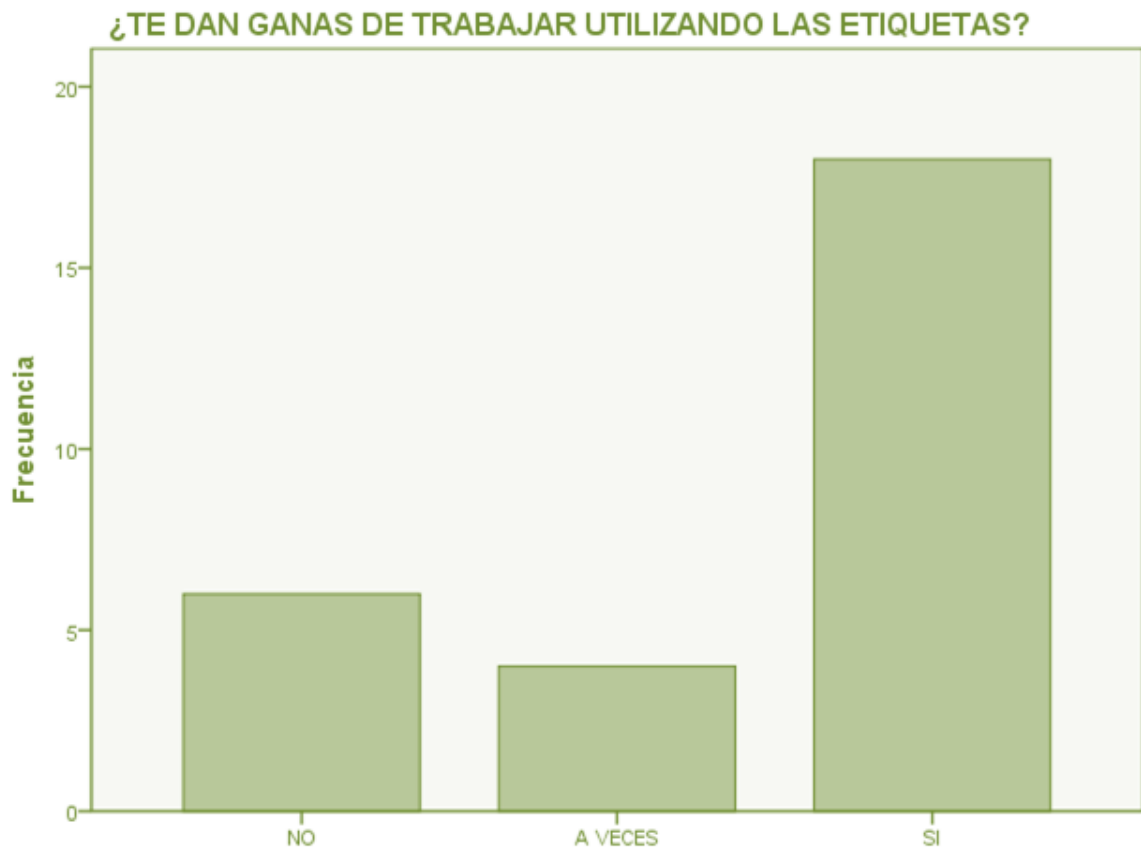


**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°06 se observa que un 46.4% (13/28) refieren que si los afiches fueron adecuados para crear descripciones con mayor facilidad frente a un 17.9% (5/28) refieren igualmente que a veces fueron adecuados los afiches para crear descripciones con mayor facilidad.

TABLA N°07

¿TE DAN GANAS DE TRABAJAR UTILIZANDO LAS ETIQUETAS?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	6	21,4	21,4	21,4
	A VECES	4	14,3	14,3	35,7
	SI	18	64,3	64,3	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°07



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°07 se observa que un 64.3% (18/28) refieren que si dan ganas de trabajar utilizando las etiquetas frente a un 14.3% (4/28) refieren igualmente que a veces dan ganas de trabajar utilizando las etiquetas

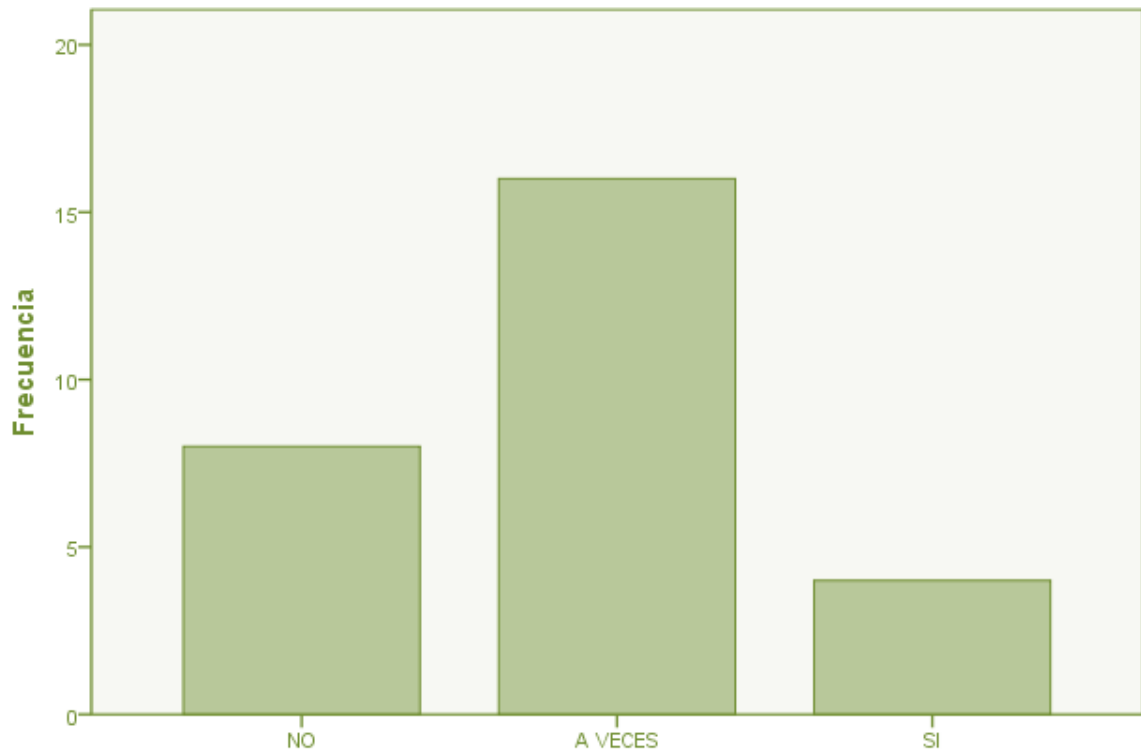
TABLA N°08

¿TE DAN GANAS DE TRABAJAR UTILIZANDO AFICHES DE DIFERENTES FORMAS Y COLORES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	8	28,6	28,6	28,6
	A VECES	16	57,1	57,1	85,7
	SI	4	14,3	14,3	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°08

¿TE DAN GANAS DE TRABAJAR UTILIZANDO AFICHES DE DIFERENTES FORMAS Y COLORES?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°08 se observa que un 57.1% (16/28) refieren que a veces dan ganas de trabajar utilizando afiches de diferentes formas y colores frente a un 14.3% (4/28) refieren igualmente que si dan ganas de trabajar utilizando afiches de diferentes formas y colores.

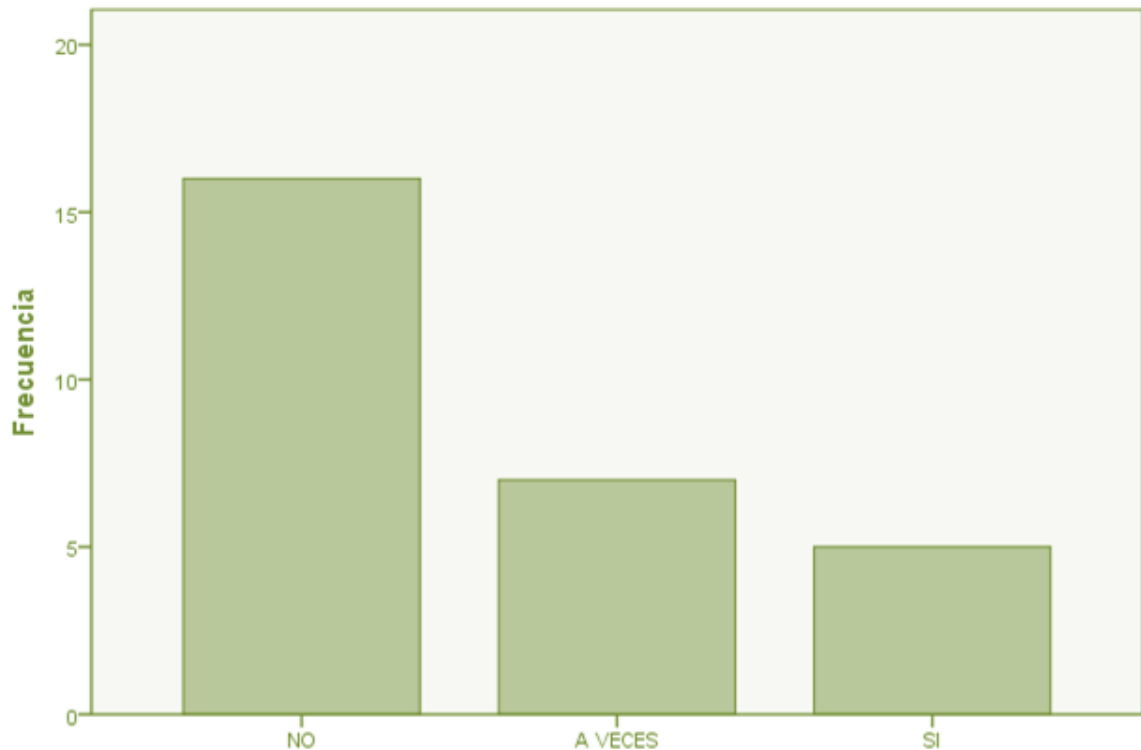
TABLA N°09

¿EL USO DE LAS ETIQUETAS TE PERMITIÓ REALIZAR UN MEJOR TRABAJO EN EQUIPO PARA LA CREACIÓN DE TUS TEXTOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	16	57,1	57,1	57,1
	A VECES	7	25,0	25,0	82,1
	SI	5	17,9	17,9	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°09

¿EL USO DE LAS ETIQUETAS TE PERMITIÓ REALIZAR UN MEJOR TRABAJO EN EQUIPO PARA LA CREACIÓN DE TUS TEXTOS?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°09 se observa que un 57.1% (16/28) refieren que no el uso de las etiquetas les permitió realizar un mejor trabajo en equipo para la creación de sus textos frente a un 17.9% (5/28) refieren igualmente que si les permitió el uso de las etiquetas realizar un mejor trabajo en equipo para la creación de sus tex

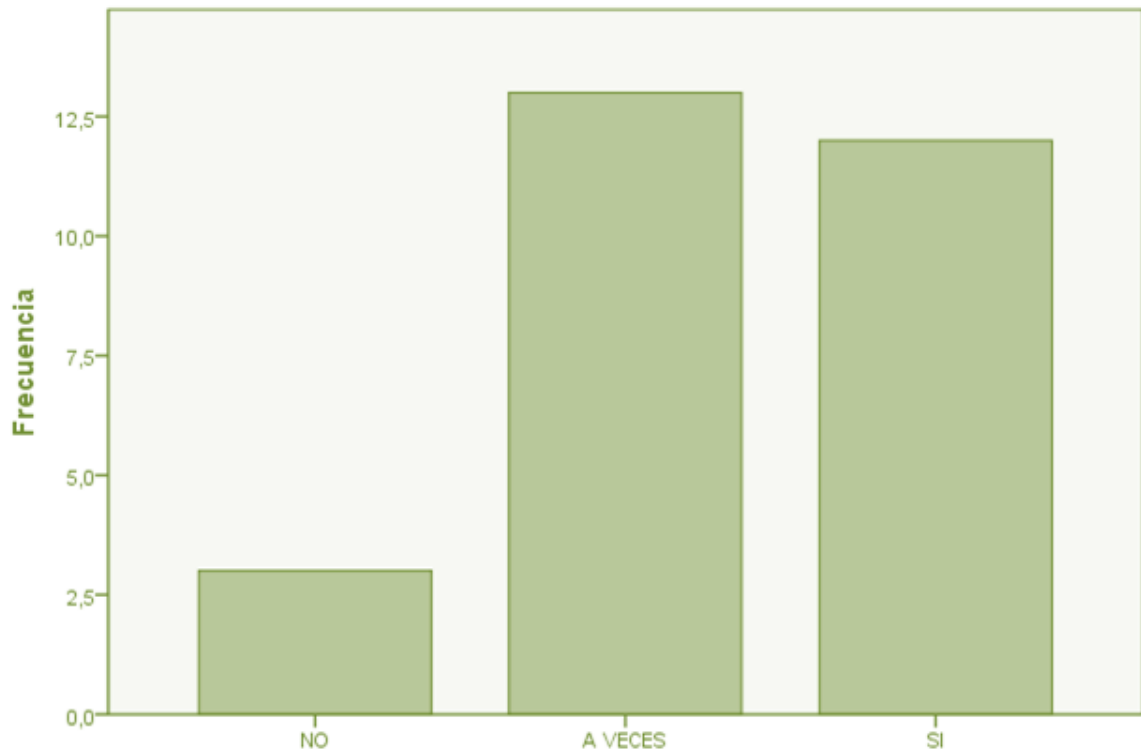
TABLA N°10

¿TE PARECE ADECUADO EL TAMAÑO DE LAS LETRAS DE LAS ETIQUETAS  
PARA LEER Y ESCRIBIR TUS TEXTOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	3	10,7	10,7	10,7
	A VECES	13	46,4	46,4	57,1
	SI	12	42,9	42,9	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°10

¿TE PARECE ADECUADO EL TAMAÑO DE LAS LETRAS DE LAS ETIQUETAS  
PARA LEER Y ESCRIBIR TUS TEXTOS?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°10 se observa que un 46.4% (13/28) refieren que a veces y si parece adecuado el tamaño de las letras de las etiquetas para leer y escribir sus textos frente a un 10.7% (3/28) refieren igualmente que no parece adecuado el tamaño de las letras de las etiquetas para leer y escribi

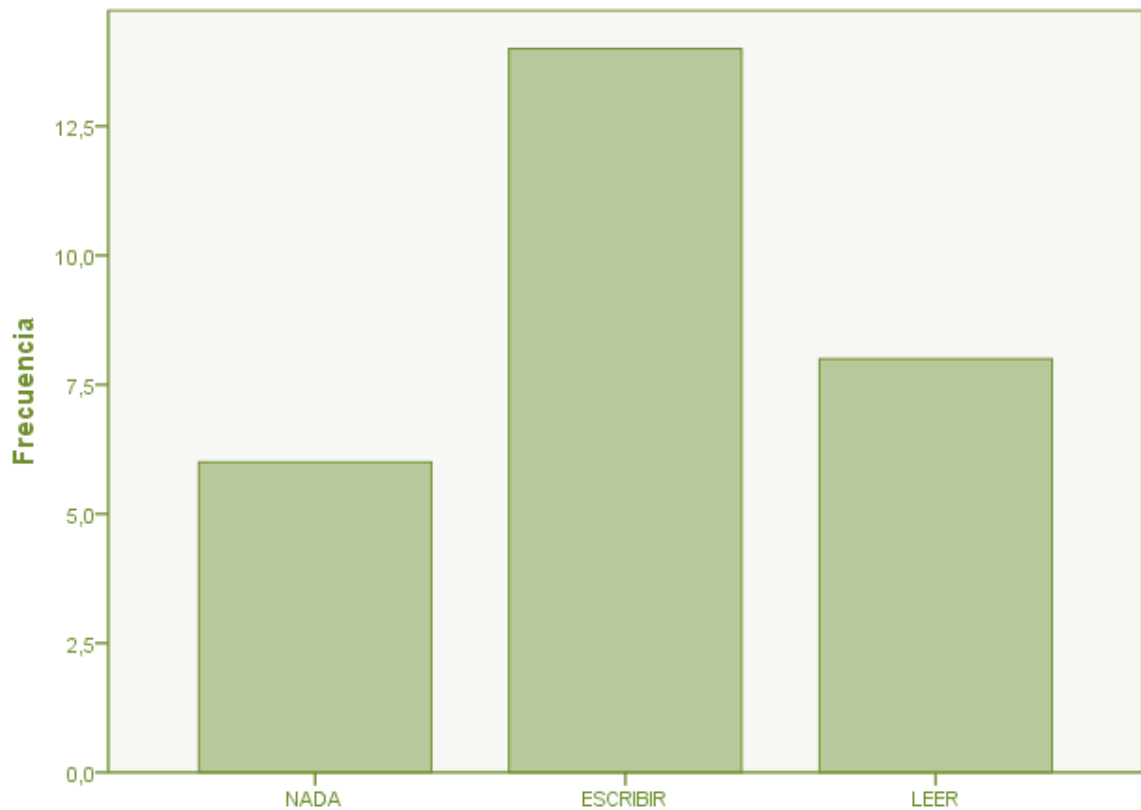
TABLA N°11

EL USO DE LAS ETIQUETAS TE PERMITIÓ:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NADA	6	21,4	21,4	21,4
	ESCRIBIR	14	50,0	50,0	71,4
	LEER	8	28,6	28,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°11

EL USO DE LAS ETIQUETAS TE PERMITIÓ:



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°11 se observa que un 50% (14/28) refieren que les permitió escribir el uso de las etiquetas frente a un 21.4% (6/28) refieren igualmente que nada les permitió el uso de las etiquetas.



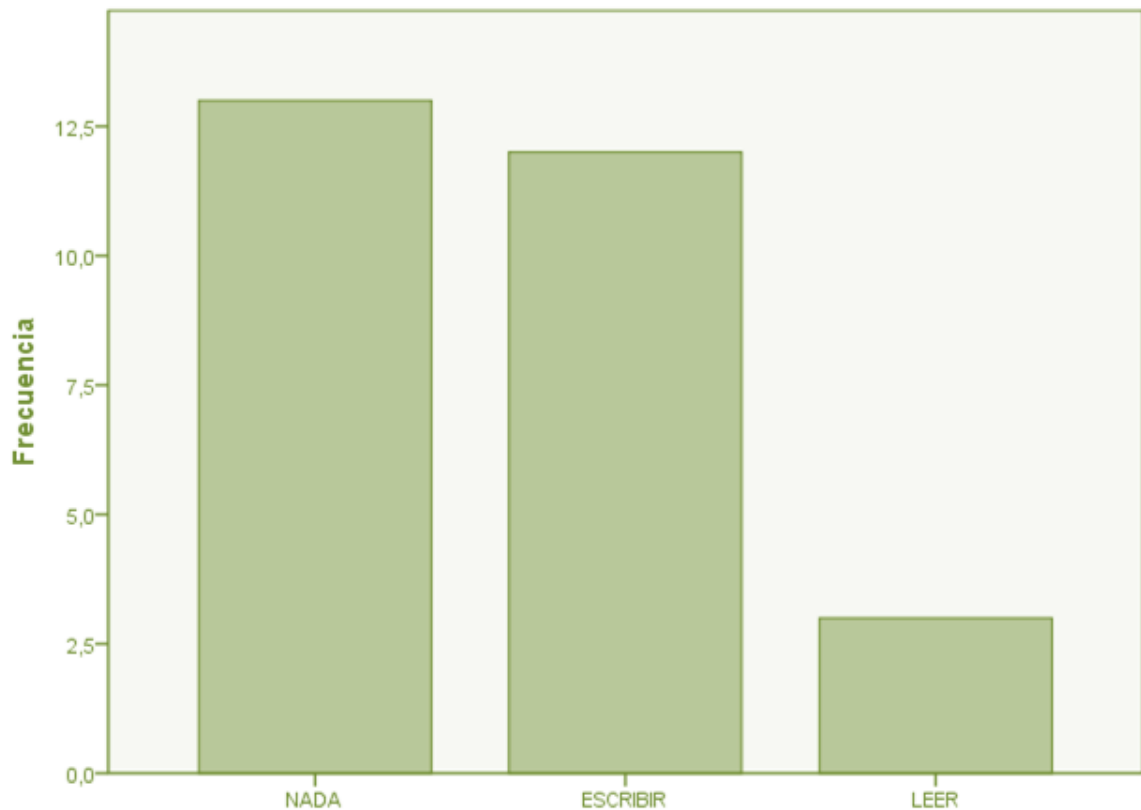
TABLA N°12

EL USO DE LOS AFICHES TE PERMITIÓ:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NADA	13	46,4	46,4	46,4
	ESCRIBIR	12	42,9	42,9	89,3
	LEER	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°12

EL USO DE LOS AFICHES TE PERMITIÓ:



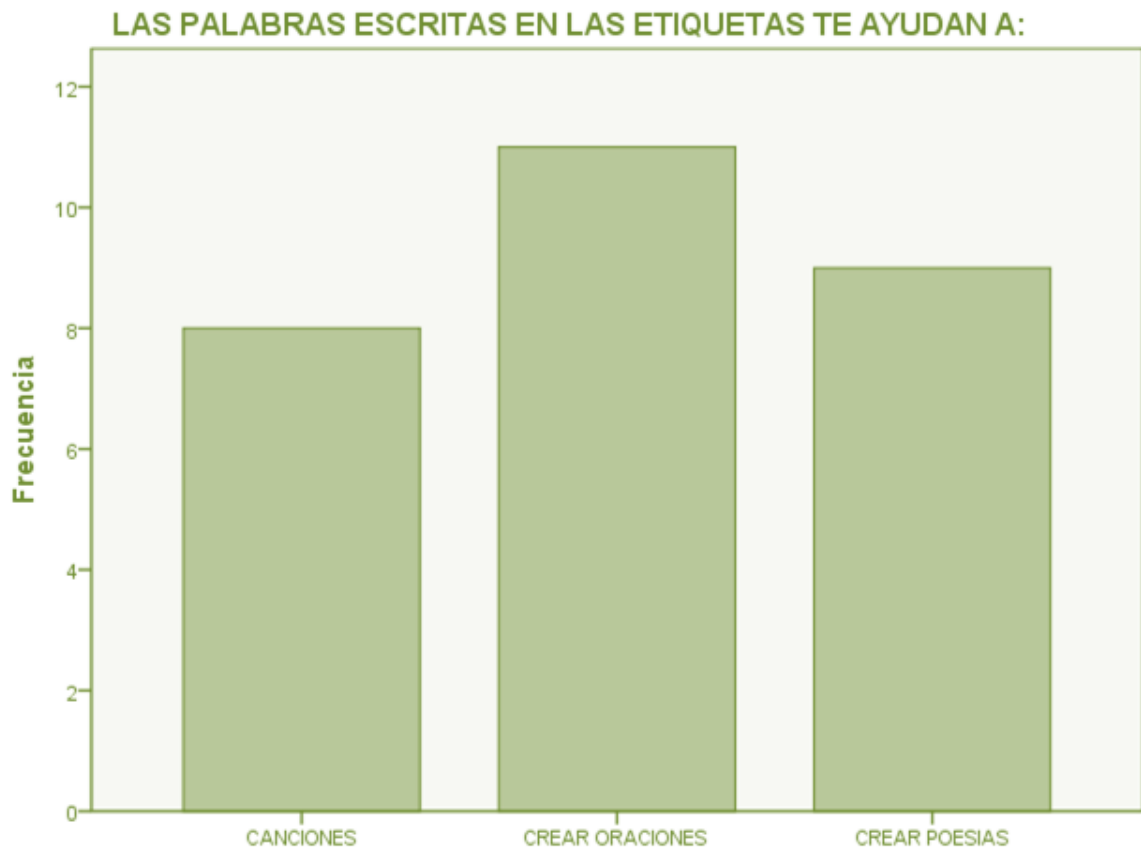
**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°12 se observa que un 46.4% (13/28) refieren que les permitió nada el uso de los afiches a un 10.7% (3/28) refieren igualmente que leer les permitió el uso de los afiches.

TABLA N°13

**LAS PALABRAS ESCRITAS EN LAS ETIQUETAS TE AYUDAN A:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CANCIONES	8	28,6	28,6	28,6
	CREAR ORACIONES	11	39,3	39,3	67,9
	CREAR POESIAS	9	32,1	32,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°13



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°13 se observa que un 39.3% (11/28) refieren que para crear oraciones las palabras escritas en las etiquetas te ayudan frente a un 28.6% (8/28) refieren igualmente que para las canciones las palabras escritas en las etiquetas te ayudan.

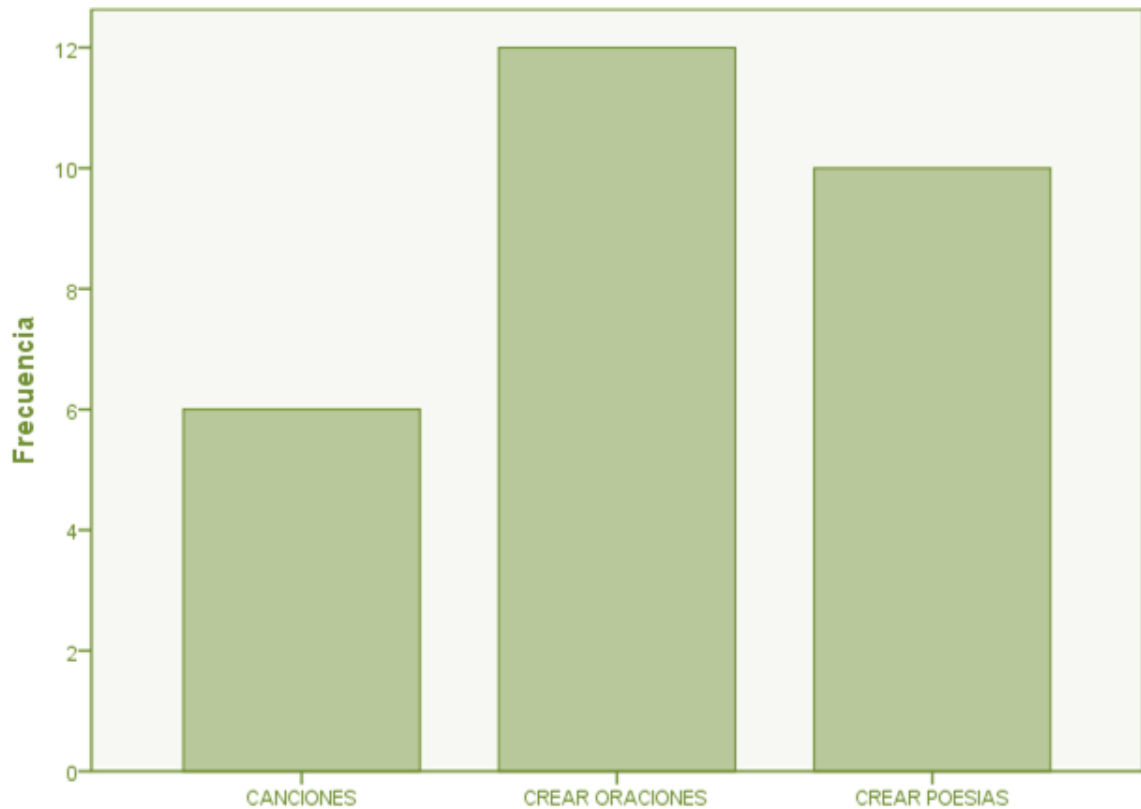
TABLA N°14

LAS PALABRAS ESCRITAS EN LOS AFICHES TE AYUDAN A:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CANCIONES	6	21,4	21,4	21,4
	CREAR ORACIONES	12	42,9	42,9	64,3
	CREAR POESIAS	10	35,7	35,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°14

LAS PALABRAS ESCRITAS EN LOS AFICHES TE AYUDAN A:



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°14 se observa que un 42.9% (12/28) refieren que para crear oraciones las palabras escritas en los afiches te ayudan frente a un 21.4% (6/28) refieren igualmente que para las canciones las palabras escritas en los afiches te ayudan

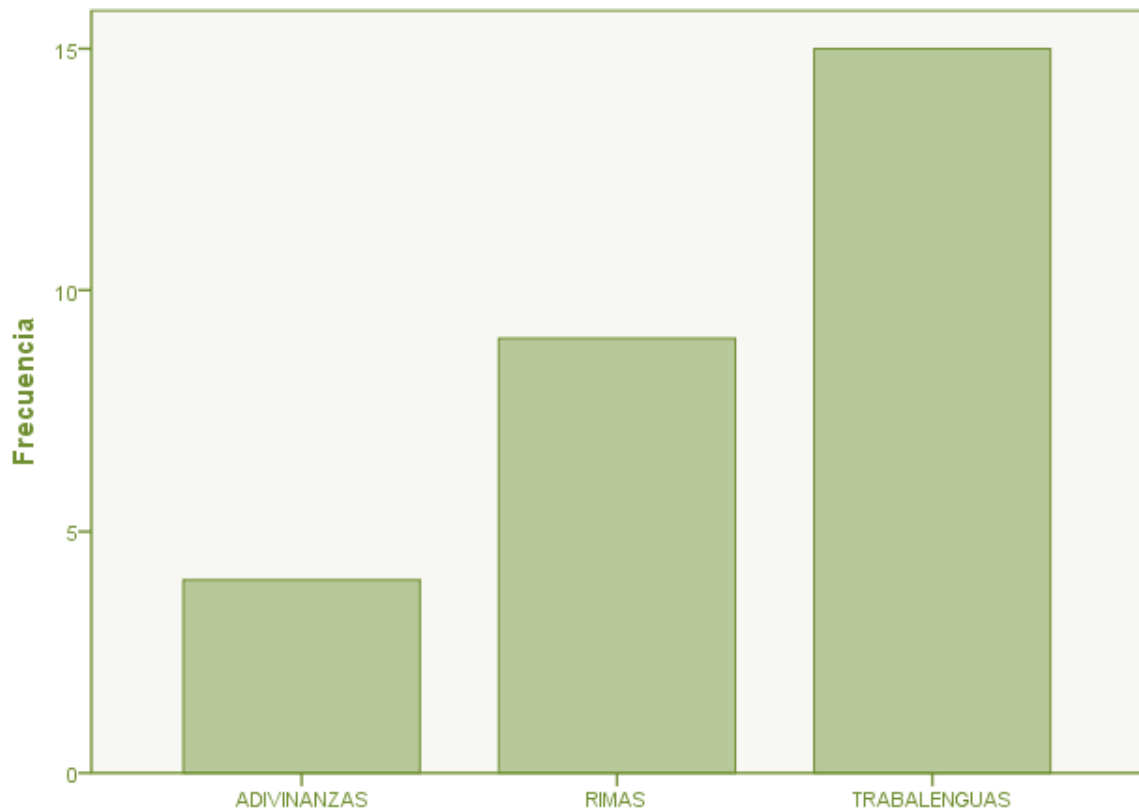
TABLA N°15

TE RESULTÓ MÁS FÁCIL UTILIZAR LAS ETIQUETAS PARA CREAR:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ADIVINANZAS	4	14,3	14,3	14,3
	RIMAS	9	32,1	32,1	46,4
	TRABALENGUAS	15	53,6	53,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°15

TE RESULTÓ MÁS FÁCIL UTILIZAR LAS ETIQUETAS PARA CREAR:



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°15 se observa que un 53.6% (15/28) refieren que crear trabalenguas utilizando las etiquetas les resultó más fácil frente a un 14.3% (4/28) refieren igualmente que crear adivinanzas utilizando las etiquetas les resultó más fácil.

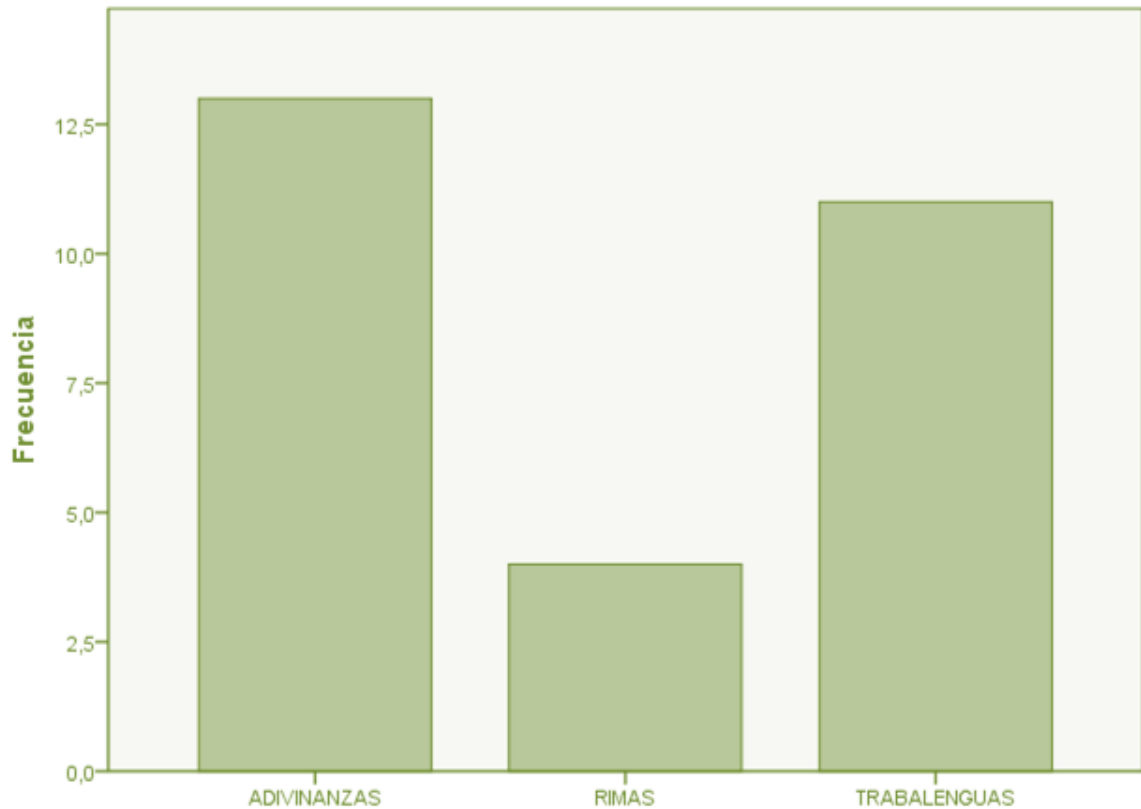
TABLA N°16

TE RESULTÓ MÁS FÁCIL UTILIZAR LOS AFICHES PARA CREAR:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ADIVINANZAS	13	46,4	46,4	46,4
	RIMAS	4	14,3	14,3	60,7
	TRABALENGUAS	11	39,3	39,3	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°16

TE RESULTÓ MÁS FÁCIL UTILIZAR LOS AFICHES PARA CREAR:



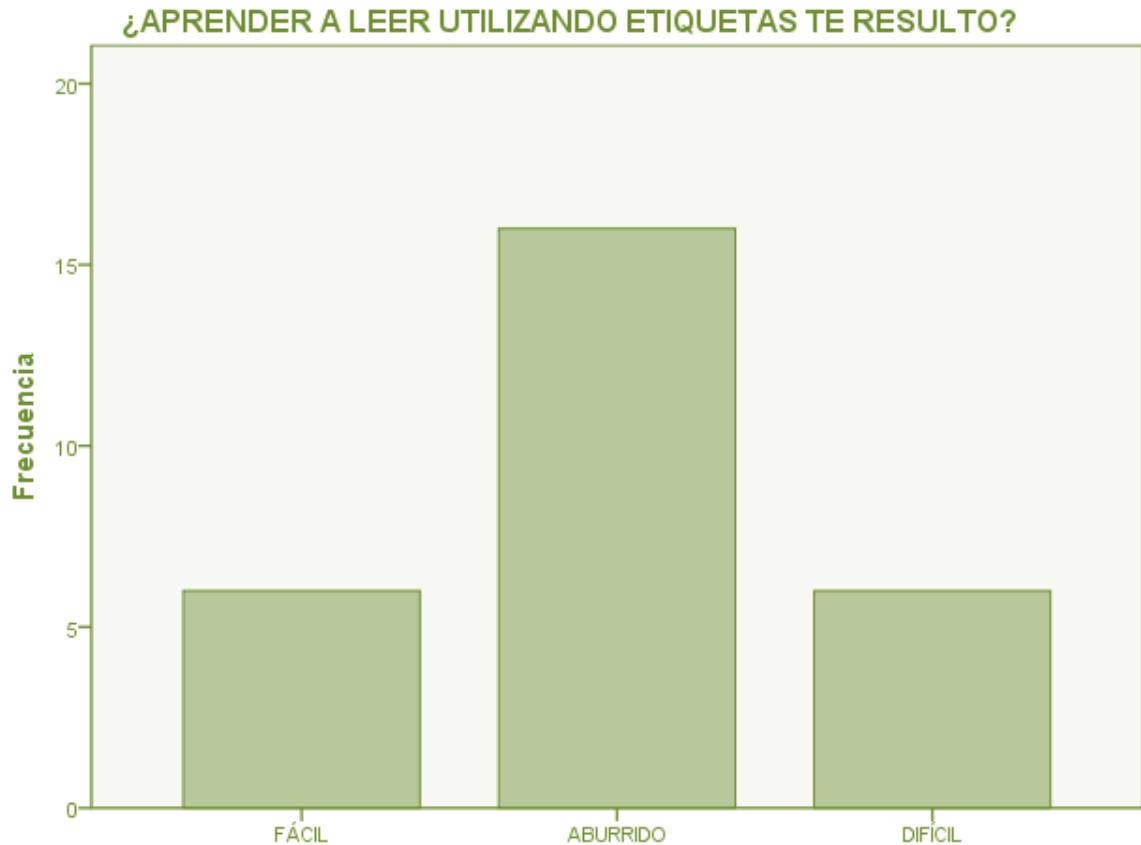
**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°16 se observa que un 46.4% (13/28) refieren que crear adivinanzas utilizando los afiches les resulto más fácil a un 14.3% (4/28) refieren igualmente que crear rimas utilizando afiches les resulto más fácil.

TABLA N°17

**¿APRENDER A LEER UTILIZANDO ETIQUETAS TE RESULTO?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FÁCIL	6	21,4	21,4	21,4
	ABURRIDO	16	57,1	57,1	78,6
	DIFÍCIL	6	21,4	21,4	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°17



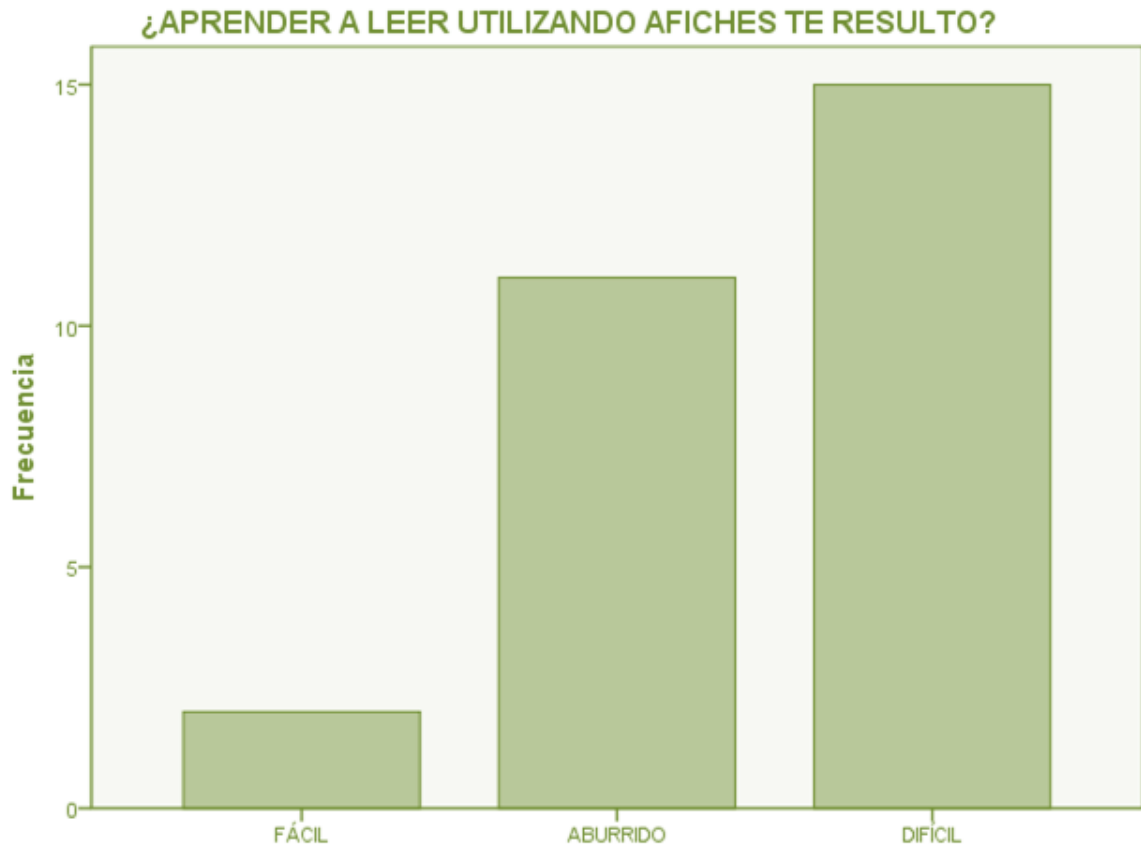
**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°19 se observa que un 57.1% (16/28) refieren que es aburrido aprender a leer utilizando etiquetas frente a un 21.4% (6/28) refieren igualmente que es difícil aprender a leer utilizando etiquetas.

TABLA N°18

**¿APRENDER A LEER UTILIZANDO AFICHES TE RESULTO?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FÁCIL	2	7,1	7,1	7,1
	ABURRIDO	11	39,3	39,3	46,4
	DIFÍCIL	15	53,6	53,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°18



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°18 se observa que un 53.6% (15/28) refieren que difícil es aprender a leer utilizando afiches frente a un 7.1% (2/28) refieren igualmente que es fácil aprender a leer utilizando afiches.

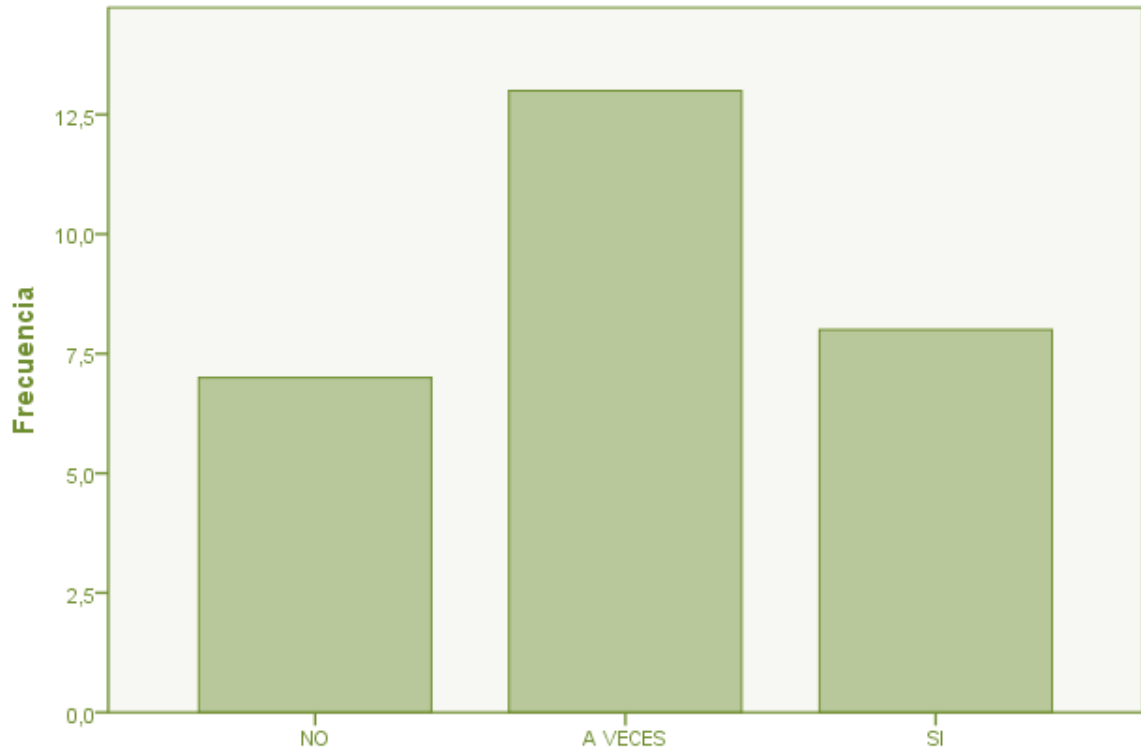
TABLA N°19

¿APRENDER A LEER UTILIZANDO SÍMBOLOS TE AYUDO A TENER MEJOR MEMORIA VISUAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	7	25,0	25,0	25,0
	A VECES	13	46,4	46,4	71,4
	SI	8	28,6	28,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°19

¿APRENDER A LEER UTILIZANDO SÍMBOLOS TE AYUDO A TENER MEJOR MEMORIA VISUAL?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°19 se observa que un 46.4% (13/28) refieren que a veces aprender a leer utilizando símbolos te ayuda a tener mejor memoria visual frente a un 25% (7/28) refieren igualmente que no aprender a leer utilizando símbolos te ayuda a tener mejor memoria visual.



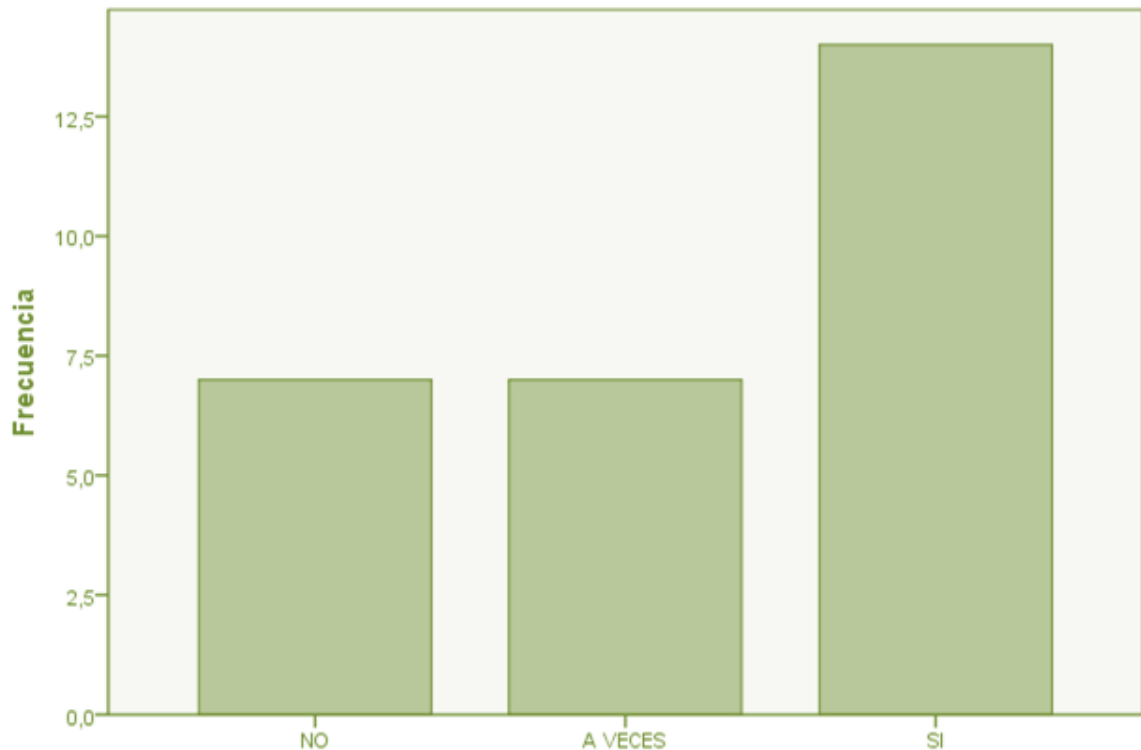
TABLA N°20

¿APRENDER A LEER UTILIZANDO ETIQUETAS TE AYUDO A TENER MEJOR MEMORIA VISUAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	7	25,0	25,0	25,0
	A VECES	7	25,0	25,0	50,0
	SI	14	50,0	50,0	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°20

¿APRENDER A LEER UTILIZANDO ETIQUETAS TE AYUDO A TENER MEJOR MEMORIA VISUAL?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°20 se observa que un 50% (14/28) refieren que si aprender a leer utilizando etiquetas te ayuda a tener mejor memoria frente a un 25% (7/28) refieren igualmente que no y a veces aprender a leer utilizando etiquetas te ayuda a tener mejor memoria.

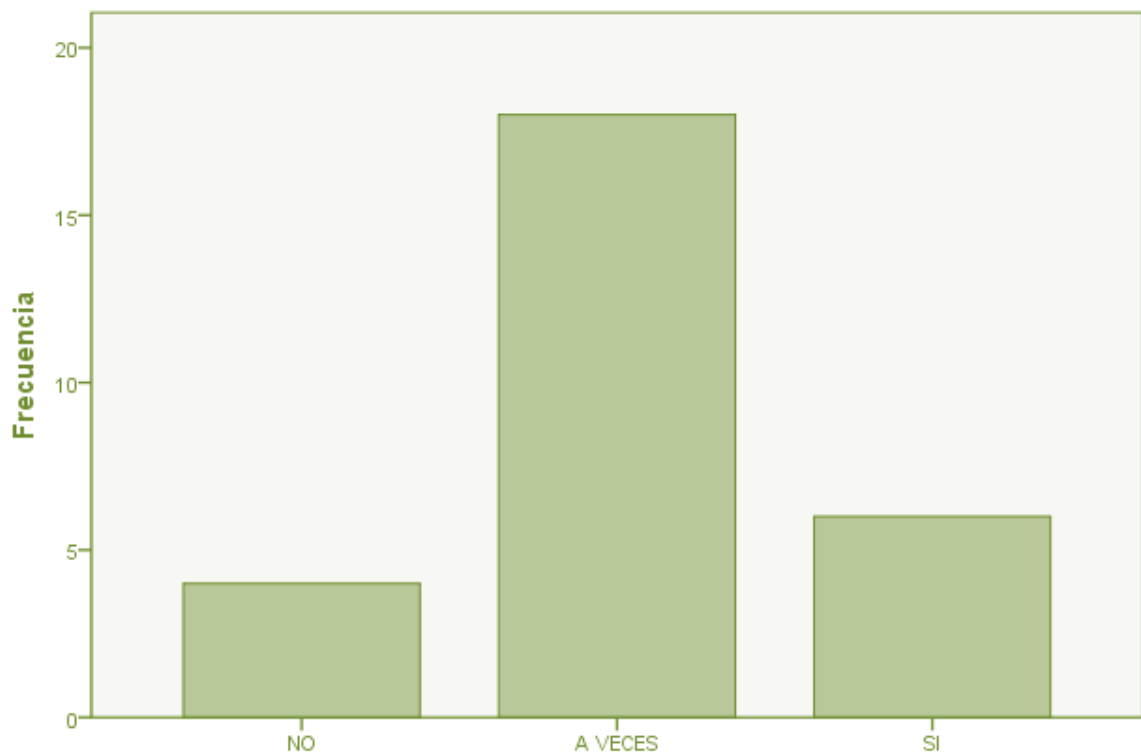
TABLA N°21

¿APRENDER A LEER UTILIZANDO AFICHES TE AYUDO A TENER MEJOR MEMORIA VISUAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	4	14,3	14,3	14,3
	A VECES	18	64,3	64,3	78,6
	SI	6	21,4	21,4	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

GRÁFICA N°21

¿APRENDER A LEER UTILIZANDO AFICHES TE AYUDO A TENER MEJOR MEMORIA VISUAL?



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla N°21 se observa que un 64.3% (18/28) refieren que a veces aprender a leer utilizando afiches te ayuda a tener una mejor memoria frente a un 14.3% (6/28) refieren igualmente que no aprender a leer utilizando afiches te ayuda a tener una mejor memoria

## CONCLUSIONES

1. Se reconoce que si se establece el uso de textos publicitarios de forma continua entonces esto influirá en el desarrollo de la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado.
2. Se concluye que el uso continuo de los materiales gráficos influye positivamente en la comprensión de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu
3. Se concluye que el uso constante de logotipos adecuados influye en el desarrollo de la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.

## RECOMENDACIONES

1. Se sugiere a través de talleres de atención la creación de ambientes abiertos de lectura y exposición de trabajos de los alumnos.
2. Es recomendable que en la Institución Educativa Primaria N°70145 se realicen actividades intelectuales y creativas que fomentan la creación y producción de textos.
3. Se recomienda a los docentes de la Institución Educativa Primaria N°70145 que implementen áreas de exposición y promoción de textos de diversos tipos y contenidos para promover la lectura creativa y un incentivo para crear textos.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

#### Textos Básicos

- ALLENDE G, Felipe, CONDEMARÍN G. Mabel (1994) La Lectura: Teoría, evaluación y desarrollo. Chile. Editorial Andrés Bello.
- ALMEYDA S, Oscar (2000) Materiales Educativos .Nuevo Enfoque Pedagógico. Lima. Ediciones Nuevo Milenio
- ARTEAGA CAMPOS, Inés. (2002) Nos comunicamos por medio de textos. MED DINFOCAD/UCAD
- BARRY Christina A. (1999) Las habilidades de información en el mundo electrónico. España Edt. Alambra.
- COROMINAS, Agustí (1994) La Comunicación Audio Visual y su integración en el Currículo. España. Editorial Graó.
- CONDEMARÍN, Mabel. CHADWIIICH Mariana. (2000) La Escritura Creativa y Formal. Chile. Editorial Andrés Bello
- DE ZUBIRÍA, Miguel. (1998) Los Seis Niveles de la lectura. Colombia. Editorial Troquel.
- DIAZ PLAJA, Aurora (2003) Como atraer al lector. Madrid. Servicio Nacional de lectura.
- DIEZ VEGAS, Cristina. (2004) La Escritura Colaborativa en el Aula. Barcelona. Editorial Horson S.L.
- FERREIRO, Emilia. (1991) Desarrollo de la Alfabetización. Buenos Aires. Editorial Aique.
- FERREIRO, Emilia. TEBEROSKY, A. (1979) Los sistemas de Escritura en el desarrollo del Niño. México. Editorial Siglo XXI.
- GONZALES CRUZ, Eliana (et.al) (2001) Reflexionando sobre las estructuras textuales. MED DINFOCAD/ UCAD

- GONZALES REQUENA, J. (1988) El discurso televisivo: espectáculo de la post modernidad. Madrid. Editorial Troquel.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto y FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos (2003) Metodología de la Investigación. México Editorial McGraw – Hill Interamericana.
- HUARANGA R, Oscar, (1996) Calidad Educativa y Enfoque Constructivas. Perú. Editorial San Marcos.
- JOLIBERT, Jossette. (1991) Formar Niños Lectores y Productores de Textos. Chile. Editorial Hachete.
- MASTERMAN, L. (1993) La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid. Editorial Nuevo Mundo.
- MED (2005) “Diseño Curricular Nacional de Educación Primaria de Menores”. Lima. Editorial Navarrete S.A.
- MED. (2002) Guía de Comunicación Integral. Lima. Editorial Bruño.
- ONTZA Juan. (1999) Saber estudiar. México. Editorial Trillas
- PAVAN, Elda (1999) Teatro y Juego Dramático. España. Editorial GRAÓ.
- PIAGET, Jean. (1985) La Construcción de lo Real en el Niño. Barcelona. Editorial Crítica.
- PIAGET, Jean. (1984) Psicología – Pedagogía. España. Editorial Ariel S., A.
- Programa A.E.I. – E.P. (1998) Metodología en la Enseñanza Aprendizaje. Perú. Editorial J.C.
- SOLE, Isabel. (2001) Estrategias de Lectura. España. Editorial GRAÓ.
- VIGOSTKY, Lev. (1979) El Desarrollo de los Procesos Psicológicos Superiores. Madrid. Editorial Grijalbo

## **ANEXOS**

## ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO: TEXTOS PUBLICITARIOS Y SU INFLUENCIA EN LA COMPRESION Y PRODUCCION DE TEXTOS EN ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE LA I.E.P. N° 70045 CHANU, CHANU, PUNO-2014**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÒTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>1.Problema General</b></p> <p>¿De qué manera el uso de textos publicitarios influye el desarrollo en la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014?</p>	<p><b>1.Objetivo General</b></p> <p>Describir de qué manera el uso de textos publicitarios influye el desarrollo en la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.</p>	<p><b>1. Hipótesis Principal</b></p> <p>H<sub>G</sub>: si se establece el uso de textos publicitarios de forma continua entonces esto influirá en el desarrollo de la lectura y escritura creativa en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014</p>	<p><b>1. <u>Variable independiente:</u></b></p> <p><b>X. USOS DE LOS TEXTOS</b></p> <p>X1 Materiales gráficos</p> <p>X2 Logotipos</p> <p><b>2. <u>Variable Dependiente:</u></b></p> <p><b>Y. LECTURA Y ESCRITURA CREATIVA</b></p> <p>Y1 Comprensión De Textos</p> <p>Y2 Producción De Textos</p>	<p><b>1. Método de Investigación</b> Hipotético deductivo</p> <p><b>2. Tipo de Investigación</b> Aplicada al campo de la educación.</p> <p><b>3. Nivel de Investigación</b> Es Descriptivo explicativo.</p> <p><b>4. Diseño de la Investigación</b> No experimental de carácter transversal</p> <p><b>5. Población de Investigación</b> La Población está conformada por 38 estudiantes de tercer grado.</p> <p><b>Muestra de la Investigación</b> Por la naturaleza del estudio se ha considerado el total de estudiantes que cursan el 3er grado de primaria (28), la muestra</p>
<p><b>2.Problema Específicos:</b></p> <p>¿De qué manera el uso de los materiales gráficos influye en la comprensión de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la</p>	<p><b>3. Objetivos Específicos</b></p> <p>Describir de qué manera el uso de los materiales gráficos influye en la comprensión de textos creativos en estudiantes del tercer</p>	<p><b>4. Hipótesis Específicas</b></p> <p>H<sub>1</sub> El uso continuo de los materiales gráficos influye positivamente en la comprensión de textos creativos en estudiantes del tercer</p>		



<p>I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014 ?</p> <p>¿ De qué manera el uso de logotipos influye en la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014?</p>	<p>grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.</p> <p>Describir de qué manera el uso de logotipos influye en la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.</p>	<p>grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.</p> <p><b>H<sub>2</sub></b> El uso constante de logotipos adecuados influye en el desarrollo de la producción de textos creativos en estudiantes del tercer grado de la I.E.P. N° 70045 Chanu, Chanu, Puno-2014.</p>		<p>es representativa el tipo de muestreo es probabilístico</p> <p><b>Técnicas de Investigación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta</li> </ul> <p><b>6. Herramientas de Investigación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionario</li> </ul>
---	--	--	--	---

## ANEXO 02: CUESTIONARIO



### FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y HUMANIDADES ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE EDUCACIÓN

#### CUESTIONARIO MULTIFACTORIAL DE TEXTOS PUBLICITARIOS Y SU INFLUENCIA EN LA COMPRENSION Y PRODUCCION DE TEXTOS EN ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE LA I.E.P. N° 70045 CHANU, CHANU, PUNO-2014

#### INFORMACIÓN GENERAL:

Sexo : Femenino ( ) Masculino ( )

Use la siguiente escala de clasificación, para sus respuestas, marcando la categoría correspondiente con una cruz o un círculo

- ¿Utilizaste anteriormente las etiquetas para aprender a leer y escribir?
  - ◆ SI ( )
  - ◆ NO ( )
  - ◆ A VECES ( )
  
- ¿Utilizaste anteriormente los afiches para aprender a leer y escribir?
  - ◆ SI ( )
  - ◆ NO ( )
  - ◆ A VECES ( )
  
- ¿Elegiste tu mismo tus etiquetas para crear y leer tus textos?
  - ◆ SI ( )
  - ◆ NO ( )
  - ◆ A VECES ( )

- ¿Las etiquetas fueron adecuadas para crear descripciones con mayor
  - facilidad?
    - ◆ SI ( )
    - ◆ NO ( )
    - ◆ A VECES ( )
  
- ¿los afiches fueron adecuadas para crear descripciones con mayor
  - facilidad?
    - ◆ SI ( )
    - ◆ NO ( )
    - ◆ A VECES ( )
  
- ¿Te dan ganas de trabajar utilizando las etiquetas?
  - ◆ SI ( )
  - ◆ NO ( )
  - ◆ A VECES ( )
  
- ¿Te dan ganas de trabajar utilizando afiches de diferentes formas y colores?
  - ◆ SI ( )
  - ◆ NO ( )
  - ◆ A VECES ( )
  
- ¿El uso de las etiquetas te permitió realizar un mejor trabajo en equipo para la creación de tus textos?
  - ◆ SI ( )
  - ◆ NO ( )
  - ◆ A VECES ( )
  
- ¿Te parece adecuado el tamaño de las letras de las etiquetas para leer y Escribir tus textos?
  - ◆ SI ( )
  - ◆ NO ( )

◆ A VECES ( )

▪ El uso de las etiquetas te permitió:

- ◆ Escribir ( )
- ◆ Leer ( )
- ◆ O nada ( )

▪ El uso de los afiches te permitió:

- ◆ Escribir ( )
- ◆ Leer ( )
- ◆ O nada ( )

▪ Las palabras escritas en las etiquetas te ayudan a:

- ◆ Crear oraciones ( )
- ◆ Crear poesías ( )
- ◆ Canciones ( )

▪ Las palabras escritas en los afiches te ayudan a:

- ◆ Crear oraciones ( )
- ◆ Crear poesías ( )
- ◆ Canciones ( )

▪ Te resultó más fácil utilizar las etiquetas para crear:

- ◆ Tus Adivinanzas ( )
- ◆ Rimas ( )
- ◆ Trabalenguas ( )

▪ Te resultó más fácil utilizar los afiches para crear:

- ◆ Tus Adivinanzas ( )
- ◆ Rimas ( )
- ◆ Trabalenguas ( )

- Aprender a leer utilizando etiquetas te resulto?
  - ◆ Fácil ( )
  - ◆ Difícil ( )
  - ◆ Aburrido ( )
  
- Aprender a leer utilizando afiches te resulto?
  - ◆ Fácil ( )
  - ◆ Difícil ( )
  - ◆ Aburrido ( )
  
- aprender a leer utilizando símbolos te ayudo a tener mejor memoria visual?
- SI ( ) NO ( ) A VECES ( )
- aprender a leer utilizando ETIQUETAS te ayudo a tener mejor memoria visual?
- SI ( ) NO ( ) A VECES ( )
- aprender a leer utilizando AFICHES te ayudo a tener mejor memoria visual?
- SI ( ) NO ( ) A VECES ( )

