

EL TEXTO ARGUMENTATIVO, UN PASO PARA ORIENTAR EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE TEXTOS EN PROFESIONALES

EVELIN QUINCHE FRAILE - MARIA CAROLINA SUÁREZ SANDOVAL.

Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Resumen

La escasa producción textual se ha convertido en un gran reto para el mundo profesional debido a la carente motivación existente en esta población, razón por la cual se presenta una propuesta de intervención por medio del taller como herramienta mediadora donde se pretende orientar el proceso de producción de textos en profesionales de diferentes campos disciplinares por medio del texto argumentativo integrado en una unidad estética junto a la imagen, donde el producto final es un afiche de carácter argumentativo, La importancia del afiche en la propuesta radica en su actual uso para todo tipo de comunicación y lo atractivo que conlleva su producción ya que involucra la creatividad y la libertad del mensaje de carácter argumentativo por parte del autor.

Lo anterior se ha convertido en un gran reto para el mundo profesional, razón por la cual se presenta una propuesta de intervención por medio del taller, donde se pretende orientar el proceso de producción de textos en profesionales de diferentes campos disciplinares a través del texto argumentativo, donde el producto final es un afiche de carácter argumentativo.

En consonancia con la temática que es objeto de la propuesta, se presentan tres aspectos que fundamentan el proceso escritura en profesionales: las funciones del lenguaje, la producción textual desde el texto argumentativo, y el taller como estrategia mediadora para orientar el proceso de producción de afiches de carácter argumentativo.

Palabras clave: producción textual, texto argumentativo, taller, afiche, profesionales.

THE TEXT ARGUMENT, A STEP TO GUIDE TEXT PRODUCTION PROCESS IN PROFESSIONAL

Abstrac

The scarce text production has become a major challenge for the professional world due to existing motivation lacking in this population, which is why we are presenting an intervention by the workshop as a mediating tool which aims to guide the production process professional texts in different disciplinary fields through integrated argumentative text in an aesthetic unity with this image, where the final product is an argumentative character poster, poster the importance of the proposal lies in its present usage for all types of communication and attractiveness associated with their production as it involves creativity and freedom of argumentative character message from the author.

This has become a great challenge for the professional world, which is why we are presenting an intervention by the workshop, which aims to guide the process of text production in professionals from different disciplinary fields through argumentative text , where the final product is an argumentative character poster.

In keeping with the theme that is the subject of the proposal, there are three aspects that underlie the professional writing process: language functions, text production from argumentative text, and the workshop as a strategy to guide the process mediator production argumentative character posters.

Keywords: text production, argumentative text, workshop, poster, professional.

La escritura surge como resultado de esa necesidad de comunicación que nace de una intención estrechamente personal cuyo resultado es el reflejo de quien lo produce, lo que permite comprender ese importante proceso constructivo y social que cumple. Cassany, D. (1993) hace un aporte muy importante con relación a este proceso de construcción, donde confirma la escritura como el resultado de quien escribe: *“Eres lo que escribes. La escritura te permite construir tu identidad y organizar el mundo y el conocimiento”*. Esto permite comprender que cuando se escribe se lleva a cabo de manera inconsciente un proceso de recolección, construcción y reflexión que permite organizar lo que se pretende transmitir, este proceso inherente de cada quien establece una identidad y un determinado estilo, ya que es por medio de la escritura donde el escritor plasma sus ideas pensamientos, emociones, sentimientos, conocimientos y demás; en lo que cada persona escribe está mostrando su canon literario, su contexto social, cultural y emocional.

Éste proyecto de investigación surgió de la identificación de una situación problema donde se identificaron falencias en la producción de textos argumentativos en profesionales de diferentes campos disciplinares. Es así, como se plantea la pregunta problémica: ***¿Cómo orientar el proceso de producción de afiches de carácter argumentativo en profesionales de diferentes campos disciplinares?*** Para resolver dicho planteamiento fue necesario diseñar unos propósitos claros que orientaran la propuesta, para ello se definió como *objetivo general*: Diseñar una propuesta (pedagógico/didáctica) hacia la producción de afiches de carácter argumentativo para profesionales de diferentes campos disciplinares. Y los objetivos específicos se centraron en

- Elaborar una propuesta pedagógico/didáctica orientada hacia la producción de afiches de carácter argumentativo cuyo soporte es el texto argumentativo, características y tipologías
- Identificar, fundamentar y desarrollar el proceso pedagógico/didáctico para la producción de un afiche de carácter

argumentativo desde la perspectiva de la escritura como práctica sociocultural.

- Seleccionar y fundamentar pedagógica y didácticamente una estrategia significativa a través de la cual se diseñe una experiencia didáctica para la producción de afiches de carácter argumentativo.

El ser humano ha tenido adaptaciones extraordinarias para poder existir a lo largo de miles de años, cada uno de los componentes de su cuerpo es parte fundamental de una relación con los otros, para que sean más que unas máquinas surge el lenguaje como diferenciador entre las especies, éste le ha permitido entrar en experiencias de evolución, ya sea por necesidad o satisfacción de expresión. La acción de cada uno de los órganos de los sentidos es la luz de nuevas maneras de comunicar, conocer, interactuar, expresar y vivir, con los otros en ambientes reales. En la mente ocurren cosas extraordinarias y una de ellas es el lenguaje, siendo así, es el lenguaje la facultad única y particular de los seres humanos que los ha llevado a la comunicación con todo lo existente, por medio de, sonido, movimientos, imágenes,

señales, signos, escritura-lectura y muchas maneras más.

El lenguaje visto desde este punto de vista y de acuerdo a los postulados planteados por Halliday, M.A.K (1975) cumple con unas funciones que están presentes desde su nacimiento y van evolucionando en la medida en que éste se desarrolla (Instrumental, reguladora, interactiva, personal, heurística, imaginativa e informativa).

Otro de los autores da una visión más general de las funciones del lenguaje que abarca las mencionadas anteriormente pero con una mirada menos evolutiva y más enfocada en el proceso de comunicación como tal, Baena L.A. (1989) Las funciones del lenguaje desde este autor permiten identificar tres funciones enfocadas en el proceso de comunicación, las cuales reafirman nuestra visión de la escritura como producto de una necesidad comunicativa: la *función cognitiva*: es la que permite la adquisición de conocimiento y todo lo que este conlleva; *función interactiva*: es por medio de esta que se actúa e intercambia información con las personas del contexto; finalmente y no menos importante, la

función recreativa: la cual permite, divertir, imaginar y crear mundos posibles a través de los diversos textos.

Es importante retomar estas funciones del lenguaje porque son parte de los aspectos que se deben fortalecer para el proceso de la producción textual, ya que a través de estas logramos varios aspectos importantes:

- Fundamentar la relación lenguaje y pensamiento como una unidad capaz de construir un saber usando el conocimiento.
- Establecer todo lo relacionado a la comunicación, la transmisión y recepción del conocimiento, la experiencia, entre otros.
- Proceder a la construcción, a la invención y producción del texto como resultado.

Un aspecto importante con relación a la escritura es su mismo proceso de producción, el cual, principalmente está determinado por el gusto por la producción textual, es decir, así como para muchos es fácil y placentero escribir, porque tal vez sus experiencias han sido positivas, hay otros a los cuales les resulta complicado y hasta

tedioso, y por lo tanto no se arriesgan a producir textos más allá de los que les exige su carrera profesional o su ocupación.

Para llevar a cabo este proceso de incursión a la escritura retomamos el planteamiento de Cassany (1993), relacionado con la motivación: *“Sólo hay un camino posible para conseguirlo: buscar experiencias que impliquen emocionalmente a los aprendices; usar lo escrito para explorar su mundo personal: lo que les gusta, interesa o preocupa”*. Lo ideal es entonces, retomar las experiencias de cada quien, sus intereses, gustos y necesidades personales, ya que esta cercanía con él le va a permitir escribir con mucha más facilidad y fluidez. Partiendo del reconocimiento del escritor como parte de una sociedad con unos conocimientos intrínsecos y extrínsecos se puede iniciar ese proceso de producción textual más libre y personal.

De Cassany, D. (1999), retomamos la importancia de un proceso de composición, que tiene como elemento inicial una planificación o diseño de actividades donde se hace una elección de el tema y el orden en que se llevará

a cabo para su realización, en este proceso de planeación se deben tener en cuenta aspectos como la motivación y los intereses.

De igual forma, hace referencias sobre las “producciones intermedias (listas, esquemas, borradores, autocorrecciones, etc.)” para la fase del proceso que podría ser denominada pre-realización donde se llevan a cabo los borradores sobre el tema a tratar, un esquema de trabajo y lo más importante las autocorrecciones, esta parte del proceso de producción textual es importante como parte del proceso evolutivo de la escritura propia de cada quien el cual se deben guardar y exponerlos a opinión de otros sin temor al error o la equivocación, ya que las sugerencias, opiniones, intercambios de ideas, discusión y retroalimentación de otros permiten seguir construyendo el texto final. Posterior a esta fase de autoevaluación se procede a la corrección de este primer texto teniendo en cuenta las observaciones recibidas en el paso anterior y desde luego la intención comunicativa que se tiene. Finalmente, existe una fase donde se evalúa el resultado del texto final y su propio proceso de realización, el objetivo inicial es

reconocer que lo importante no es el producto sino el proceso.

Para poder llevar a cabo un proceso de producción textual significativo es necesario reconocer el tipo de texto con el que se piensa llevar a cabo la experiencia.

Para este tema se retoman los trabajos del lingüista francés Adam, J.M (1992), quien elaboró la Teoría de las Secuencias Textuales complementando la Teoría General de las Tipologías Textuales de Werlich E. (1975). Adam, J.M. (1992) considera que no *“puede hablarse de tipos de texto porque no existen textos puros en cuanto al tipo al que pertenecen, sino que precisamente los textos se caracterizan por su complejidad en la forma de composición y su heterogeneidad tipológica”*. Es decir, no se puede hablar de un texto, por ejemplo, puramente narrativo, pues como unidad comunicativa presentará, además de fragmentos narrativos, fragmentos descriptivos, dialogados, etc.

En esta ocasión debido a que el objetivo es promover la escritura desde los conocimientos y experiencias de los escritores desde situaciones

propias del área de desempeño de cada profesional, se establece el texto argumentativo como el más apropiado para el proyecto, debido a que constantemente los profesionales se encuentran en situaciones de comunicación que implican diversos grados de argumentación transmitidos a través de la opinión.

Para este tema Díaz Rodríguez, A. (2002) quien profundiza en los elementos esenciales para la estructura del texto argumentativo, de igual forma se tiene presente a Weston A. (1994) quien hace referencia a varios tipos de argumentos que se pueden estructurar según la tesis planteada.

El afiche: un texto argumentativo con mucho color

Para esta investigación, el afiche es el producto de carácter argumentativo en el cual se centra el desarrollo de la propuesta, y esto se debe al impacto que tiene en nuestra sociedad, los diversos elementos que llevan a su elaboración y en general su carácter comunicativo, creativo y persuasivo.

El AFICHE es uno de los principales elementos con los que cuenta la publicidad para la comunicación visual urbana, pues es, la que por medio de una imagen y un texto corto forman una comunicación persuasiva que pretende informar y sobre todo, convencer a los destinatarios para que actúen de una forma determinada.

Existen dos tipos de afiches, los informativos y los formativos. El afiche informativo es el que está planeado para comunicar eventos, conferencias, cursos, reuniones sociales, espectáculos, etc. Este tipo de AFICHES suele tener un carácter expositivo. El afiche formativo es utilizado como instrumento para apoyar el establecimiento de hábitos de higiene, salud, limpieza, seguridad, orden, etc. Así como para promover actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc, y por lo general tiene un carácter argumentativo que permite persuadir y llegar de manera racional al observador.

Para iniciar el proceso de producción textual es necesario identificar los elementos que conllevan la realización y el éxito de un afiche, por ejemplo la lectura de la imagen, para este tema Lomas

C. (1999), hace referencia a la lectura de la imagen haciendo énfasis en los signos, sus características, y la retórica; de igual forma este autor retoma la importancia del uso de las palabras dentro del mensaje publicitario (el afiche).

La utilización de esta clase de signos durante el proceso de producción depende de la intención del mensaje, del protagonismo que se le quiera dar al objeto o el personaje, del mensaje que se quiera transmitir al espectador.

Las características de la imagen son otro elemento que se retoma de Lomas C. (1999), su importancia radica a que gracias al reconocimiento de ellas se puede lograr una mejor lectura o interpretación de la imagen.

Para el proceso de producción es clave el papel de la retórica de la imagen como estrategia comunicativa. Según Lomas C. (1999) las figuras retóricas más usadas en la imagen publicitaria son: la hipérbole, la metáfora, la metonimia, la sinécdoque, el símil, la elipsis, la personificación y la cosificación, y esto es importante para mantener el carácter persuasivo del afiche.

El reconocimiento y el buen uso de este tipo de figuras permiten encontrar elementos creativos, llamativos y eficaces para transmitir un mensaje. El dinamismo de la publicidad es el que permite que muchos mensajes aún se mantengan en el medio.

No sólo la imagen juega un papel en el afiche, aunque esta sea el elemento central de comunicación, las palabras son importantes para reforzar la imagen en el caso que sea necesario, el slogan es un buen ejemplo de la importancia del texto que acompaña la imagen, ya que en muchos casos es este el que quizás pueda causar más recordación.

Para construir un texto acorde a las necesidades de persuasión con carácter argumentativo se puede hacer uso de algunos recursos lingüísticos (recursos fonéticos, sintácticos, semánticos, pragmáticos).

Todos estos elementos de la imagen y del texto, permiten entender la importancia y el trabajo que tiene la producción de un afiche, el conocimiento y la apropiación del tema podría tener como resultado un mensaje creativo, sin perder la claridad y la intención, pero lo más importante es

incentivar la producción textual desde lo más simple a lo más complejo.

Ahora, el éxito de todo este proceso de producción textual se puede alcanzar si se promueve la reflexión por parte de los aprendices sobre sus propios saberes y la forma en que se producen, no se trata solamente de adquirir los conocimientos, sino también de reconocer el proceso de aprendizaje. Es tener en cuenta los factores epistemológicos que intervienen en la formación y desarrollo de las estructuras cognitivas de los aprendices, factores primordiales cuando se trata de lograr un cambio en los aprendices, que vaya desde las concepciones espontáneas o alternativas, hacia las concepciones científicas. Este hecho lleva a la necesidad de considerar los elementos del meta-aprendizaje como herramientas necesarias para el proceso de fortalecimiento de la producción textual en profesionales.

La *metacognición* es uno de los aportes más importantes que ha permitido comprender los procesos cognitivos implicados en la escritura. Los diferentes estudios de la psicología cognitiva y de la lingüística textual que hablan sobre la

enseñanza de la escritura, señalan que es preciso que esta actividad se lleve a cabo en verdaderos contextos de comunicación y que, además el sujeto utilice una serie de tácticas o procedimientos metacognitivos que le permitan ser un escritor cada vez más experto y reflexivo.

El estudio de la metacognición se inicia con Flavell, J. H. (1979), un especialista en psicología cognitiva, y que la explica diciendo que: “La metacognición hace referencia al conocimiento de los propios procesos cognitivos, de los resultados de estos procesos y de cualquier aspecto que se relacione con ellos; es decir el aprendizaje de las propiedades relevantes que se relacionen con la información y los datos.”

Entonces, si analizamos los aspectos teóricos de las estrategias metacognitivas y sus bases epistemológicas, podemos darnos cuenta que tienen en definitiva por finalidad conocer y monitorear mejor el proceso de aprender de las personas y elaborar técnicas de intervención para mejorar el mismo.

Las estrategias metacognitivas constituyen un grupo de estrategias de aprendizaje, entre ellas

están las estrategias comunicativas, las cognitivas y las socioafectivas. Constituyen los recursos que utiliza el aprendiente para planificar, controlar y evaluar el desarrollo de un aprendizaje autónomo.

Estas estrategias permiten al alumno observar su propio proceso de aprendizaje, generalmente son externas al mismo y comunes a todo tipo de aprendizaje. Constituyen un tipo de conocimiento personal por parte del alumno: concerniente a la tarea de aprendizaje, a las estrategias de aprendizaje y al sujeto del aprendizaje. En pocas palabras, el objetivo es saber en qué consiste aprender, saber cómo se aprenderá mejor y saber cómo es uno mismo: emociones, aptitudes, sentimientos, actitudes, entre otras.

Algunos ejemplos de este tipo de estrategias pueden ser:

- El reconocimiento del objetivo y finalidad de un trabajo planteado teniendo en cuenta modelos previos trabajados con anterioridad y los resultados alcanzados.
- La autoevaluación de una actividad efectuada.

- Los momentos de práctica para afianzar lo aprendido

Siendo éste el principal objetivo, resulta obvio, que la aplicación de estas estrategias favorecerá el aprendizaje para cualquier estilo y entorno de que se trate. Reflexionar y sacar algunas conclusiones sobre ello es el verdadero objetivo de este proceso metacognitivo.

Es evidente, entonces, el papel central que juega la metacognición para el aprendizaje, debido a su carácter autodidáctico que, parece requerir, más que ningún otro, de un buen conocimiento de los recursos propios.

El propósito a través de este proyecto es enseñarles a los aprendices los mecanismos de la *metacognición* para lograr que ellos asuman la responsabilidad de su propio modelo de aprendizaje y comprensión. Es decir, que aprendan a aprender, que se vuelvan más conscientes y reflexivos de sus procesos de aprendizaje.

Ahora, por otra parte, es bien conocido que escribir obedece a una actividad compleja que evidencia las capacidades lingüísticas y

cognitivas del ser humano así como constituye un elemento importante para la introducción social en el mundo. En esta actividad tan importante otro elemento como la *metalingüística* tiene su importancia para el estudio de la cognición humana por su contribución en el diseño de mejores prácticas de enseñanza, es entonces, donde se retoma la metalingüística entendida desde el lenguaje y su representación en el proceso de producción textual.

Olson, D.R. (1995), establece dos niveles de estructura *metalingüística*: “El sistema de escritura que marca, y por lo tanto representa, los aspectos de la estructura lingüística. Incluye distinciones entre sonidos, representados por letras; distinciones entre palabras, representadas por espacios; distinciones entre cláusulas, representadas por la puntuación; distinciones entre elementos temáticos, representados por oraciones y párrafos, y distinciones entre tipos de discurso, representados por géneros”. Este tipo de distinciones permite relacionar la capacidad de expresar con la de plasmar.

Durante nuestro proceso de producción textual, los aprendices desarrollarán, junto con las tareas de composición, una intensa actividad metalingüística en relación con la explicitación de conceptos vinculados con los géneros escritos en los que se basa el trabajo. Entre ambas actividades, la metalingüística y la de redacción, se establecen relaciones complejas.

Para orientar el proceso de producción de afiches de carácter argumentativo en profesionales de diferentes campos disciplinares se seleccionó el taller como estrategia mediadora. El concepto de taller extendiéndolo a la educación, ha sido reestructurado a medida que va pasando el tiempo y a medida que se va aplicando en diferentes escenarios.

Muchas son las definiciones que se le dan al taller, parten desde el taller como unidad productiva hasta el taller como herramienta de aprendizaje.

De todas esas definiciones lo importante es entender el taller como una herramienta idónea para contribuir en la formación y desarrollo de habilidades con la premisa de ser una actividad grupal, organizada que busca pasar de forma

dinámica de la teoría a la práctica, donde la socialización, la comunicación y la participación contribuyen a su propio proceso creador.

Dentro del marco educativo se habla del taller como una importante alternativa que permite superar muchas limitantes de la forma como tradicionalmente se desarrolla la actividad educativa, ya que facilita la adquisición del conocimiento vinculando en un solo momento la teoría y la práctica, a través de situaciones en las que se parte de las competencias de cada participante y se pone en juego sus expectativas.

El objetivo del taller educativo es buscar que los participantes se sientan estimulados a dar su aporte personal, crítico y creativo, partiendo de su realidad propia y transformándose en sujetos creadores de su propia experiencia generando así la posición o rol tradicional de simples receptores de la educación.

En cuanto a la organización del taller se retoma un aporte de Betancourt Maya, A. (1996) quien dice que el taller se organiza alrededor de un proyecto establecido, que es llevado a cabo por un equipo de trabajo conformado por el tutor y los aprendices que participan activamente en

todas las fases del proceso. Este ejercicio se convierte en una situación de enseñanza - aprendizaje que suscita la integración de la teoría, la investigación y la práctica por medio de un trabajo grupal y un enfoque interdisciplinario.

Por otra parte Vásquez Rodríguez, F. (2002) habla de un proceso de enseñanza-aprendizaje, pero constituido por siete categorías las cuales se van a tener en cuenta para el desarrollo del proyecto, ya que son las que permiten entender la didáctica correspondiente a la preproducción y posproducción de textos sin olvidarse de los materiales y los tiempos. En otras palabras vamos a retomar esta didáctica del taller porque es aquí en donde mejor podremos apreciar el proceso de escribir, el paso a paso de la producción textual.

La *Mimesis* es la primera de las categorías y corresponde a un momento inicial de imitación y modelaje, donde el estudiante intenta imitar y crear un producto similar combinando lo visto con sus conocimientos previos, la imitación permite que el estudiante interiorice los modelos presentados con anterioridad y de esta forma ir creando e imprimiendo su propio estilo. Posterior

a ello se pasa a una segunda categoría denominada *poiesis* que corresponde a la producción como tal, aquí el estudiante pone en juego lo interiorizado en el modelaje y sus conocimientos para elaborar y reelaborar su producto; de ahí se pasa a la *tekhné* que hace referencia específicamente a la organización y todos los detalles para la finalización del producto; como cuarta etapa aparece la *instrumentum* haciendo referencia a todas las herramientas que utiliza el estudiante en el taller y que deben estar presentes en su contexto inmediato, y que a su vez le permiten pulir y mejorar su producto; ya para finalizar se encuentra la *metis que está relacionado con la* inteligencia práctica con el conocimiento útil que permite ser apropiado y potencializado a través de la experiencia que permite despertar cualidades como la astucias, la intuición, el olfato.

El *ritus* es una sexta categoría del taller y comprende el momento más significativo y enriquecedor para lograr que el taller logre sus objetivos a conformidad. El ritus tiene relación con la disposición de un espacio, con la creación de un ambiente acorde a las necesidades de la

didáctica que se piensa realizar. Aquí se tiene en cuenta los objetivos

Un aspecto importante del *ritus* para nuestro proyecto es la posibilidad de crear y establecer hábitos, para arraigar rutinas, para adaptar métodos, para ir propiciando la familiaridad y la confianza en el oficio de escribir.

La última categoría es el *corpus*: el cuerpo. Tiene que ver con las acciones, los ademanes. En el taller las contorsiones, los movimientos, la kinésica del maestro, vienen siendo parte importante de la enseñanza. El *corpus*, tanto del maestro como del aprendiz, se revela en el taller. Aquí vale la pena tener en cuenta que en esos ademanes, en esa mímica hecha de cabeceos, monerías, remilgos, gesticulaciones, es donde el maestro muestra su pasión y donde los aprendices dan a conocer su agrado o rechazo por lo que les están enseñando.

Estas siete categorías serán trabajadas en el transcurso del desarrollo del taller, no de manera consecutiva ya que cada una se puede dar en un momento diferente; sin embargo, para tener un orden proponemos el desarrollo del taller por medio de un sistema de zonas que le provee al

orientador un método sistemático para definir la relación entre la manera en la que va a llevarse a cabo la propuesta, el resultado que alcanzará el trabajo final y la apropiación de la propuesta en los aprendices.

En el contexto social entendemos zona como una superficie enmarcada por ciertos límites.

En la propuesta las zonas establecidas enmarcan cada fase de la misma, desde el momento inicial hasta la apropiación, por tal razón se proponen cuatro zonas para el desarrollo del taller: Zona de Confianza Inicial, Zona de Incursión, Zona de Interpretación y Zona de Apropiación y Creación.

□ Zona de Confianza Inicial: Momento del acercamiento e identificación de los conocimientos previos de los aprendices. Se fortalece la confianza en el proceso a través de actividades de fácil reconocimiento para los asistentes pero que son importantes para el desarrollo de la propuesta.

□ Zona de Incursión: Momento que se inicia el proceso de penetración momentánea al nuevo tema, es en este instante donde se dan a

conocer los temas a trabajar en el desarrollo de la propuesta. En esta zona se realizan actividades de exploración donde los aprendices se aventuran a temas nuevos para ellos.

□ Zona de Interpretación: Momento donde los aprendices representan lo aplicado y enseñado en las zonas anteriores, e inician el primer acercamiento al trabajo final. Aquí los aprendices recopilan toda la información suministrada, la traducen y le otorgan sentido de ser para el desarrollo de la propuesta.

□ Zona de Apropiación y Creación: El último momento del desarrollo de la propuesta, es el más significativo porque es donde los aprendices plasman lo aprendido en el trabajo final, es el momento donde se evidencia la apropiación del tema y si satisface las necesidades y expectativas de todos. Es el gran momento final donde se logra evaluar si valió o no la pena todo el trabajo realizado en la propuesta.

METODO

Esta investigación se desarrolló bajo el paradigma de investigación cualitativa, la cual busca explicar las razones de los diferentes

aspectos del comportamiento humano y a su vez explorar las relaciones sociales entre ellos, logrando así una descripción de su realidad desde el enfoque de investigación acción.

Elliott, (1993) el principal representante de la investigación-acción desde un enfoque interpretativo define la investigación-acción como *“un estudio de una situación social con el fin de mejorar la calidad de la acción dentro de la misma”*; es decir, se contempla como un proceso reflexivo sobre las prácticas humanas, educativas y las situaciones sociales; es más utilizada por docentes en sus prácticas educativas aunque no se limita solo a este campo, éste sí es el que más la emplea. La finalidad de la investigación acción es realizar acciones encaminadas a la comprensión, modificación o mejora de las prácticas de cierta comunidad.

El proyecto se desarrolló teniendo en cuenta la práctica profesional de dos investigadoras, que quisieron contribuir y mejorar el proceso de producción escrita, más específicamente de afiches de carácter argumentativo en profesionales de diferentes campos disciplinares.

La investigación se llevo a cabo en una institución de carácter privado con profesionales de diferentes campos disciplinares, por un equipo de trabajo conformado por: una publicista quien se desempeña como editora y una educadora especial quien ejerce como docente de apoyo a la inclusión educativa de personas en condición de discapacidad.

RESULTADOS

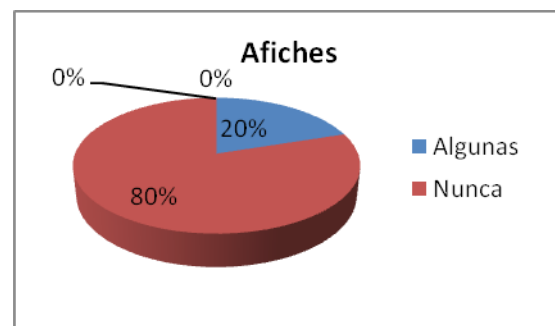


Figura 1. Producción de afiches en profesionales.

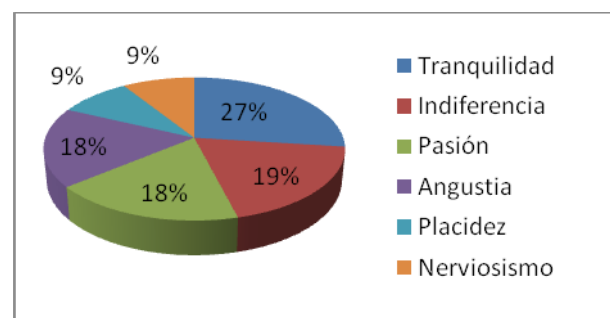


Figura 2. Sensaciones experimentadas por los profesionales cuando escriben.

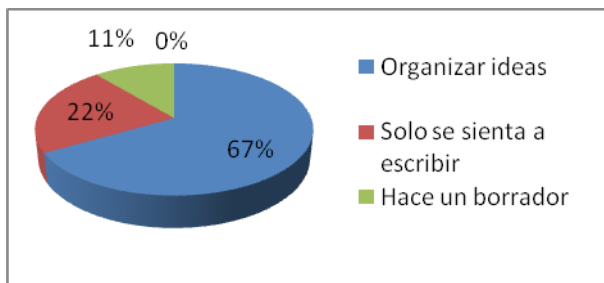


Figura 3. Rito al iniciar el proceso de escritura.

DISCUSION

El proceso metodológico se llevó a través de las siguientes fases:

Diagnóstico: en esta fase inicial a los profesionales objeto de trabajo, se les aplica una encuesta que consta de quince (15) preguntas de selección múltiple, con el objetivo de conocer intereses, gustos y la influencia de la escritura en su vida personal como profesional y así poder ir detectando la problemática. Obteniendo los siguientes resultados, destacando aquí algunos de los más importantes.

El 80% de los profesionales nunca realiza Afiches y el 20% restante lo hace algunas veces (Figura 1).

El 27% de los profesionales siente tranquilidad al momento de escribir, el 19% siente indiferencia, el 18% siente pasión, el otro 18% siente angustia, el 9% sienten placidez, y el 9% restante sienten nerviosismo (figura 2.).

El 67% de los profesionales lo primero que hacen cuando se sientan a escribir es organizar las ideas, el 22% solo se sienta a escribir y el 11% restante hace un borrador (figura 3).

Los resultados obtenidos de la encuesta y la observación permitieron establecer la problemática.

CONCLUSIONES

Se pretende con esta metodología articular la experiencia de los participantes con el producto que se lleve a cabo por medio de un proceso reforzado por una vivencia real, cuya iniciación tiene lugar durante el desarrollo del taller.

De igual forma se busca incentivar la integración y organización de la orientadora frente a los asistentes en torno al desarrollo de la propuesta retomando algunos modelos de enseñanza de escritura, en este caso creativa y argumentativa.

Por otra parte, se pretende establecer algunos cambios en las estructuras convencionales enfocadas al aprendizaje de la escritura a través del reconocimiento de la metacognición y metalingüística como elementos importantes del proceso.

Otro aspecto importante es promover la autonomía en el desarrollo del aprendizaje en especial en la producción textual por parte de los profesionales, ya que, quien aprende a escribir creativamente de manera autónoma puede iniciar cualquier otro proceso de escritura ya sea para el campo laboral o personal.

Y por último, el resultado más significativo es contribuir con la decisión de seguir escribiendo sin invitación o mandato ajenos, sino por iniciativa propia e invitar a otros profesionales a iniciar este proceso de escritura significativa

permanentemente mejorada y posicionada en medios masivos y académicos.

Con todo lo anterior podemos concluir que la importancia y el desarrollo de este proyecto de investigación se presenta fundamentado en el fortalecimiento de la escritura en profesionales por medio de la producción textual a partir del afiche, teniendo en cuenta la reflexión en la producción del texto desde la metacognición y la metalingüística, utilizando el taller como estrategia mediadora para orientar la puesta en marcha de dicho fortalecimiento con un solo fin, que los profesionales logren alcanzar un alto nivel de producción textual significativo partiendo de textos cortos pero con una buena estructura, hasta alcanzar una producción en serie propia de los saberes, apropiados para ser socializados a través de los medios creados para su divulgación, porque debemos promover la generalización del conocimiento a la sociedad. Porque una sociedad que no escribe es una sociedad que no valora su pasado, no enriquece su presente y no dejará aportes en su futuro.

REFERENCIAS

- Adam, J-M (1992). *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*. París: Nathan.
- Baena, L. A. (1989). Estructura, funcionamiento y función. *Revista Lenguaje*, (17) 33 – 40.
- Barnicoat, J. (1999). *Los carteles. Su historia y su lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Betancourt Maya, A. (1996). *El taller educativo. ¿Qué es? Fundamentos, como organizarlo y dirigirlo, cómo evaluarlo*. Bogotá: Aula abierta.
- Cassany, D. (1993). *Reparar la escritura. Didáctica de la corrección de lo escrito*. Barcelona: Grao
- Cassany, D. (1999). *Construir la escritura*. Barcelona: Paidós
- Díaz Rodríguez, Á. (1996). *La argumentación escrita*. Bogotá: Impreandes Presencia.
- Elliott, E. (1993). *El cambio educativo desde la investigación-acción*. Madrid:Ediciones Morata
- Flavell, J. H. (1979). Metacognition and cognitive monitoring: A new area of cognitive–developmental inquiry. *American Psychologist*, 34(10), 906-911.
- Halliday, M.A.K. (1975), Estructura y función del lenguaje. En John Lyons (Ed.), *Nuevos horizontes de la lingüística*. (pp.145-173). Madrid: Alianza.
- Lomas C. (1999). Como enseñar a hacer cosas con las palabras. En Lomas C. (Ed). *Lenguaje y medios de comunicación de masas*. (pp. 273-287). Barcelona: Ed. Paídos,
- Olson, D.R. (1995). La cultura escrita como actividad metalingüística. En Olson, D. Y Torrance, N. (comps.). *Cultura escrita y oralidad* (pp. 333 – 358). Barcelona: Gedisa.

Vásquez Rodríguez, F. (2002). La cultura como texto: lectura, semiótica y educación. En Vásquez Rodríguez, F. (Ed.) *Semiótica del Taller*. (pp. 185 – 88) Bogotá: Ed. Pontificia Universidad Javeriana.

Werlich, E. (1975). *Tipología del texto*, Munich: Fink.

Weston A. (1994). *Las Claves de la Argumentación*. Barcelona: Ed. Ariel. Traducción de Jorge F. Malem Ser

ANEXOS Propuesta de intervención.