



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA MADRE Y MAESTRA
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
CENTRO DE EXCELENCIA PARA LA INVESTIGACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA LECTURA Y ESCRITURA (*CEBILE*)
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Programa de Alfabetización Académica
DIPLOMADO DE LECTURA Y ESCRITURA EN EL NIVEL SUPERIOR

“Lectura comprensiva para la identificación de los paratextos en la asignatura Diseño Gráfico y Comunicación

(Menciones Corporativa y Audiovisual) del Campus Santo Tomás de Aquino
de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM),
ciclo 1-2014-2015”

SUSTENTANTE
Profesora Glenny Elizabeth Veloz Guzmán

PROFESORA
Licenciada Florilena Paredes

Junio de 2017
Santo Domingo, República Dominicana



La lectura de un buen libro
es un **diálogo incesante**
en que el libro habla y el
alma contesta”.

André Maurois,

*fue el seudónimo de Émile Herzog,
novelista y ensayista francés.*



INTRODUCCIÓN

Este proyecto es el resultado de una **investigación-acción** que tiene como objetivo determinar, mediante la lectura comprensiva, los niveles de conocimiento de los elementos paratextuales de un determinado medio o publicación en el estudiantado de la materia *Diseño Gráfico y Comunicación (COM-344)* de los grupos 001 y 002.



INTRODUCCIÓN

Lectura de folletos instructivos y el análisis de los elementos que componen una pieza editorial (*títulos, sumarios, despieces, pies de foto en portadas, páginas simples y compuestas*), los estudiantes Diseño Gráfico y Comunicación, de la mención Corporativa y Audiovisual, develaron los niveles de identificación, comprensión y utilidad de los paratextos con datos muy variados.



ANTECEDENTES

Sustentado por Lic. Elvira Lora, **“La lectura de la literatura escrita por** **mujeres como estrategia para generar** **ideas motivadoras de textos periodísticos** **en el estudiantado de la asignatura de** **Producción Escrita**

de la Licenciatura de Comunicación Social
(*menciones Corporativa y Audiovisual*)
del Campus Santo Tomás de Aquino de la
Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra
(*PUCMM*), ciclo 1-2014-2015”.



JUSTIFICACIÓN

A **la hora de comunicar,** el estudiantado de Comunicación Social debe tener en cuenta, no solo lo que dice, sino el cómo lo dice, para una mejor comprensión de su público lector. Esta investigación-acción pretende lograr que a través de la lectura los participantes **identifiquen los elementos necesarios en la elaboración de un proyecto editorial,** ya sea para un periódico, una revista o un libro.



JUSTIFICACIÓN

Esta investigación-acción pretende **incrementar el nivel de comprensión**, lo que permitirá un mejor desempeño a la hora de la utilización de los paratextos para lograr una comunicación más clara con su público lector.



PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El **estudiantado** inscrito llega con una **formación insuficiente sobre el diseño editorial**, a pesar de que la asignatura cuenta con un pre-requisito, y esto hace que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea más complejo. **No cuenta** con una base formativa previa a la materia que les **haga entender y aplicar con claridad el paratexto en los textos periodísticos.**



OBJETIVOS

Objetivo General

- **Incrementar el nivel de comprensión lectora** del estudiantado que cursa la asignatura COM 344 a través de lecturas de textos periodísticos para analizar los elementos de los paratextos.



OBJETIVOS

Objetivos Específicos

- ▶ **Describir los paratextos**, sus partes y funciones.
- ▶ **Aplicar estrategias** para la producción de paratextos en los textos periodísticos producidos.
- ▶ **Evaluar las posturas** y la estructura organizativa de lo que lee el estudiantado, a fin de elaborar formas originales, luego de identificar los elementos del paratexto.

¿Qué son los
paratextos





PARATEXTO

Es el conjunto de todos aquellos elementos que cortejan de manera física a una pieza escrita. Entre los que se encuentran los títulos, bajadas, entretítulos, imágenes, infografías, índice, prólogo, glosarios, citas, cifras, pies de foto, notas, entre otros; que **sirven como recursos aliados para condicionar la lectura y guiar a la comprensión del texto.**



METODOLOGÍA

La estrategia se fundamentó en la observación y posterior análisis de diversos medios impresos, como lecturas escogidas sobre los conceptos fundamentales del diseño editorial para la identificación de paratextos icónicos y verbales. **La implementación tuvo una duración de tres semanas, en el semestre agosto-diciembre 1-2015-2016.**



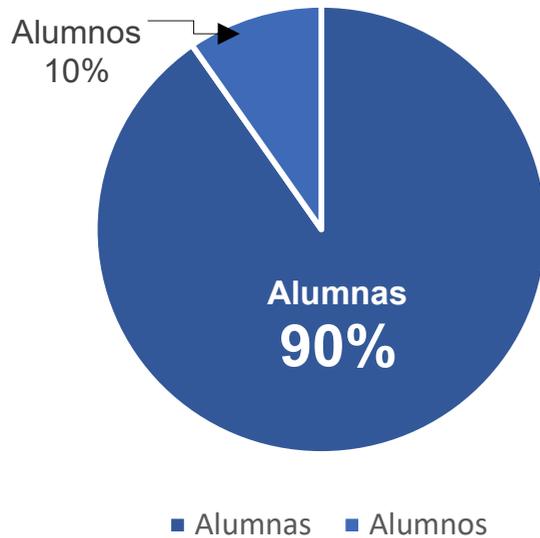
METODOLOGÍA

El análisis consistió en mostrar cada elemento utilizado por los medios a partir de un marco teórico con los conceptos de los distintos elementos a investigar, acompañado de una **ficha de observación**, donde debían llenar e ilustrar con ejemplos los paratextos encontrados, hablar sobre la utilidad y la forma de estos.

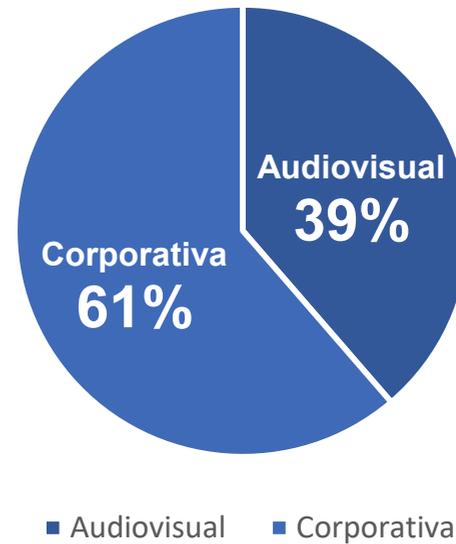


ANÁLISIS DE LOS DATOS

Población estudiada



Tipo de Concentración





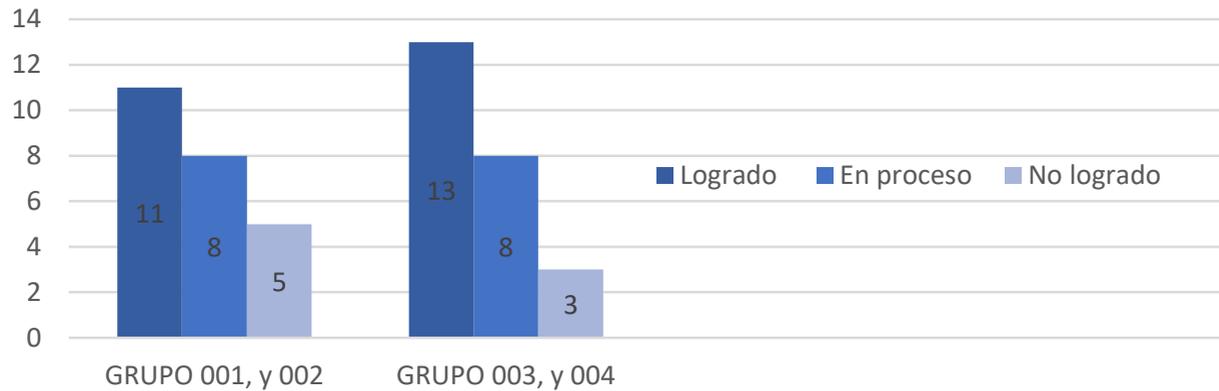
ANÁLISIS DE LOS DATOS





ANÁLISIS DE LOS DATOS

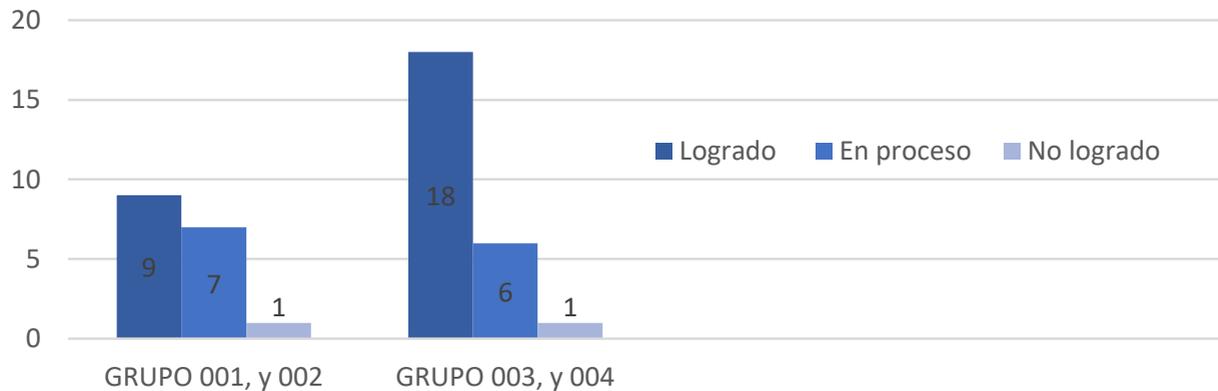
Identifican los formatos o tipos del periódico





ANÁLISIS DE LOS DATOS

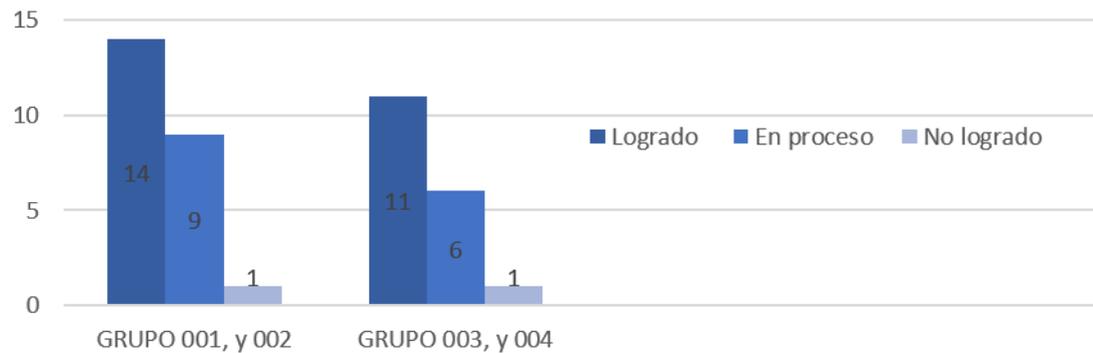
Conocen la diferencia entre tipografía, textos y letras





ANÁLISIS DE LOS DATOS

Identifican y utilizan debidamente los paratextos verbales e icónicos





CONCLUSIÓN

La **comunicación es un proceso complejo** mediante el cual las personas intercambian información y se retroalimentan. En el diseño gráfico, bajo cualquiera de sus ramas y medios donde se aplica, es más que obvio que se estudia la forma de **hacer más efectivo dicho tránsito de datos.**



Queremos **cambiar** las formas de aprendizaje de nuestros alumnos, pero esto **requiere cambiar** nuestra forma de enseñar”.

Woolfolk 1999

declara que los maestros eficaces modifican sus metodologías de enseñanza para adecuarlas a la diversidad de estilos de aprendizaje que encuentran en sus aulas.

