

Percepciones de un grupo de futuros docentes de lenguas sobre la literacidad visual

Lorena Andrea López Cupita¹

Cómo citar:

López Cupita, L. A. (2023). Percepciones de un grupo de futuros docentes de lenguas sobre la literacidad visual. *Memorias del VIII Congreso Internacional en Innovación Educativa: Educación y Territorio*, (2), 179-184. https://doi.org/10.18634/congreso_2023_n2_21

Resumen

El objetivo de esta intervención pedagógica fue la de observar y analizar las percepciones de un grupo de estudiantes sobre el desarrollo de las habilidades de literacidad visual. La intervención pedagógica se desarrolló en una universidad privada de Colombia con estudiantes quienes se están preparando para ser profesores de lenguas. Los datos de investigación se recopilaron a través de algunas encuestas, entrevistas y productos elaborados por los estudiantes. Los hallazgos indican que los participantes pasaron de mirar imágenes a ser conscientes de la importancia de contemplar para analizar el mundo visual. Por otro lado, a través del proceso de lectura de imágenes sobre anuncios publicitarios, los alumnos pudieron relatar algunas experiencias de vida personales. Así mismo, se indica que los anuncios publicitarios pueden proveer temas de interés a los estudiantes, de esta manera, estos pueden ser un buen recurso comunicativo para las clases de inglés como lengua extranjera.

Palabras clave: anuncios publicitarios, contemplación, literacidad, literacidad visual crítica.

¹ Magister en TEFL. Docente de la Universidad la Gran Colombia, Facultad de Ciencias de la Educación. Correo electrónico: lorena.lopez@ugc.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8429-1276>

Introducción

La literacidad visual es un tema que, aunque es vigente y cotidiano, en el campo de la educación, parece ser poco explorado y aún más en la enseñanza del inglés. Al parecer, dentro de los centros educativos se asume que los estudiantes tienen las competencias adquiridas sobre cómo comunicarse con imágenes y, sobre todo, se asume que los estudiantes saben interpretar ese mundo visual que se les presenta diariamente.

Sin embargo, al empezar a explorar la literatura sobre la literacidad visual, más exactamente en la enseñanza del inglés como lengua extranjera, se puede encontrar un vacío académico frente a esta necesidad emergente. Precisamente, por esta razón se realizó una intervención pedagógica en una universidad privada en un grupo de estudiantes universitarios quienes serán futuros maestros de lenguas con el ánimo de explorar sus percepciones sobre la literacidad visual. En las siguientes líneas, se presentará algunos proyectos relacionados al tema de investigación, los cuales sirvieron como fuente de insumo para establecer la necesidad de la investigación realizada. Así mismo, se presentará un concepto clave relacionado a la intervención pedagógica desarrollada.

Marco teórico

Matusiak *et al.* (2019) realizaron una investigación cualitativa consensual cuyo objetivo fue explorar las habilidades de 15 estudiantes universitarios en relación con el contenido visual que utilizaban en sus trabajos académicos. La recopilación de datos se basó en: respuestas al cuestionario, trabajos de estudiantes, presentaciones y entrevistas. Los resultados indican que los estudiantes usan ayudas visuales en sus trabajos, sin ser conscientes de porque lo hacen. En conclusión, los investigadores indican que, aunque estemos en un mundo visual, los estudiantes necesitan más formación en la selección, evaluación e interpretación del material visual. Por otro lado, Moreira y Moreira (2020) realizaron una investigación cualitativa en Brasil cuyo objetivo principal fue proponer una lectura crítica por medio del cuestionamiento sobre anuncios publicitarios en estudiantes universitarios. Los resultados indican que los estudiantes pudieron desarrollar habilidades de lectura crítica a través del cuestionamiento; así mismo, se indica que este tipo de investigaciones son clave en estos días, en donde el uso de las imágenes aumenta día a día debido a la tecnología; por tanto, la sociedad debe trabajar en el tema de la literacidad visual. En los proyectos mencionados anteriormente se pone en evidencia cómo la literacidad visual está empezando a ser explorada a nivel universitario.

Concepto clave

Literacidad visual crítica

González Milea y García Ruíz (2022) indican que la literacidad visual crítica es un proceso de creación de significados, en donde las imágenes provén al lector de un denso contenido ideológico; es así como, se hace necesaria una interacción interpretativa para develar mensajes, los cuales pueden tener un contenido político o social. La literacidad visual puede ser un recurso mediador para interpretar el mundo visual que nos rodea.

Marco metodológico

Participantes

Este trabajo se llevó a cabo con un grupo de estudiantes universitarios quienes van a ser profesores de lenguas. Los estudiantes se encuentran entre los 20 a 25 años de edad y tienen un nivel intermedio de inglés.

Tipo de investigación

Esta intervención pedagógica se realizó por un mes a través del paradigma cualitativo. Se tomó en cuenta el tipo de investigación cualitativa, puesto que de acuerdo con Freeman (1998), esta investigación le permite al investigador observar el foco de su tema, más que probar una hipótesis. Esta investigación tuvo como objetivo observar y analizar las percepciones de los estudiantes sobre el desarrollo de las habilidades de alfabetización visual.

Talleres

En esta intervención pedagógica se realizaron cuatro talleres, durante un mes. El primer taller consistió en presentar el objetivo de la investigación y dar a conocer el concepto de metáfora visual en anuncios publicitarios. En el segundo taller, los estudiantes recibieron el concepto de metáfora de yuxtaposición y analizaron anuncios publicitarios de marcas como Pepsi. En el tercer encuentro, los estudiantes recibieron el concepto de metáforas de fusión y reemplazo, así que los participantes pudieron analizar algunas propagandas sobre el cuidado del cuerpo. En el último encuentro, hubo una reflexión sobre el trabajo realizado durante la intervención pedagógica.

Instrumentos de recolección de datos

Para esta intervención se utilizaron como instrumentos de recolección de datos, los trabajos de los estudiantes, un cuestionario al inicio del proyecto, una entrevista al final del proyecto; junto con el diario del

investigador. Los anteriores instrumentos permitieron al investigador analizar la información por medio de la metodología codificación por colores; en donde se pudo agrupar similitudes entre los anteriores instrumentos y poder llegar así a las categorías que dejó la intervención: transición entre mirar imágenes a ser conscientes de la importancia de contemplar para analizar el mundo visual; por otro lado, las metáforas visuales como una lupa de pensamientos.

Resultados

Transición entre mirar imágenes a ser conscientes de la importancia de contemplar para analizar el mundo visual

Al inicio de la investigación, la profesora investigadora pregunto a los estudiantes si ellos leían frecuentemente anuncios publicitarios. Algunos estudiantes respondieron lo siguiente:

Para ser honesta, yo leo imágenes con frecuencia, todo el tiempo en mis redes sociales y en mi trabajo. (Participante S. M, 3 de marzo de 2023)

Como el anterior comentario, varios participantes respondieron de forma similar. Esto tomó por sorpresa a la docente investigadora, puesto que al parecer el foco de la investigación ya lo tenían los estudiantes. Sin embargo, al continuar con la investigación se empezaron a analizar anuncios publicitarios de diferentes marcas. Al finalizar cada encuentro, siempre se realizó preguntas de reflexión frente al análisis de los anuncios publicitarios. Hubo una pregunta repetitiva como la siguiente por parte de la investigadora ¿qué aprendiste hoy? Algunos estudiantes respondieron:

El tema sobre las metáforas visuales es nuevo para mí, este fue increíble, antes no me cuestionaba, ahora me pregunto a mí misma: ¿estoy mirando? o ¿voy a leer y analizar? Creo que uno puede estar consiente de ver y analizar. (Participante A. D., 12 de abril de 2023)

De este modo, este tipo de intervención pedagógica de alguna forma hizo que los estudiantes cambiaran la percepción de lo que significa ver y leer una imagen. Ellos fueron conscientes de la importancia de tomarse tiempo para poder contemplar y de esta forma poder analizar el mundo visual que los rodea.

Metáforas visuales como una lupa de pensamientos

La segunda categoría que emergió fue la denominada: metáforas visuales como una lupa de pensamientos. En algunas ocasiones, cuando se estaba desarrollando los talleres, los estudiantes no lograban descifrar el contenido del mensaje publicitario. Por esta razón, la docente

investigadora decidió abrir la discusión en el grupo de estudiantes. Por ejemplo, en el taller sobre la metáfora visual denominada fusión, en donde había una propaganda que promovía el uso del casco (protector para la cabeza por parte de los motociclistas), la docente preguntó: “¿es necesario ese tipo de propagandas en nuestro país?” La mayoría de los estudiantes respondieron que no era necesario. Sin embargo, hubo una participante quien respondió que, “si era necesario”, a lo que explico que su hermano había fallecido hace unos pocos años, y tal vez ese tipo de propagandas hubiera podido generar consciencia en él. De este modo, este tipo de ejercicios en una clase de lenguas, permite conocer a los estudiantes no solo en la parte académica, sino en sus experiencias de vida las cuales son constructivas para todos los participantes de la comunidad.

Conclusiones

La literacidad visual es un tema que hasta ahora empieza a ser vigente en el sistema educativo y merece ser explorada en todos los niveles educativos. En esta intervención pedagógica, los estudiantes al inicio de los talleres, parecían no tener conciencia sobre la lectura de imágenes, pero al pasar los días, ellos empezaron a darse cuenta de la importancia de ver con detenimiento para analizar imágenes, puesto que ellas siempre tienen un mensaje oculto. Por otro lado, la lectura de imágenes puede ser beneficioso para los docentes y estudiantes, porque permite ir más allá de lo que la imagen quiere decir. Las imágenes tienen la capacidad de evocar sentimientos y pensamientos en los estudiantes; lo que hace que se pueda conocer más a los estudiantes como seres humanos quienes traen historias de vida. Como dice Freire (1983), los estudiantes siempre tienen experiencias previas que vale la pena poner en el salón de clase para construir entre todos conocimientos.

Referencias

- Domínguez Romero, E., & Bobkina, J. (2021). Exploring critical and visual literacy needs in digital learning environments: The use of memes in the EFL/ESL university classroom. *Thinking Skills and Creativity*, 40, 100783. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100783>
- Freeman, D. (1998). *Doing teacher research: From inquiry to understanding*. Heinle & Heile.
- Freire, P. (1983). The Importance of the Act of Reading. *Journal of Education*, 165(1), 5–11. <https://doi.org/10.1177/002205748316500103>
- González Milea, A. y García Ruíz, C. R.(2022). Niveles de comprensión práctica de la literacidad visual crítica y arte urbano en el futuro profesorado de Educación Infantil. *Aula Abierta*, 51(1), 57-66. <https://doi.org/10.17811/rifie.51.1.2022.57-66>

- Matusiak, K., Heinbach, C., Harper, A., & Bovee, M. (2019). Visual literacy in practice: Use of images in students' academic work. *College & Research Libraries*, 80(1), 123-139. <https://doi.org/10.5860/crl.80.1.123>
- Moreira, H. N. y Moreira, G. L. (2020). Literacidad visual y crítica en ELE para fines específicos: lectura de anuncios publicitarios como práctica social y política. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 59(2), 1455–1480. <https://doi.org/10.1590/010318137451911820200630>