

COVID-19: An opportunity to promote disruptive innovation in students of the semiotics course

Gonzales Medina, Melissa Andrea
Universidad Privada del Norte
Lima, Perú
melissa.gonzales@upn.edu.pe

Bravo Guevara, Dalia Rosa
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Lima, Perú
tchudbra@upc.edu.pe

Turriate Guzmán, Adriana Margarita
Universidad Privada del Norte
Lima, Perú
adriana.turriate@upn.edu.pe

Cornejo Carbajal, Cecilia
Universidad Privada del Norte
Lima, Perú
cecilia.cornejo@upn.edu.pe

Abstract— The COVID-19 pandemic has had serious consequences in various sectors such as health, economy, and Education. The students of the initial, primary, and secondary level, as well as university in the month of March 2020 went to a total confinement and this generated changes in the way of providing education. In universities, the curriculum had to be adapted to the situation, which is why the semiotics course that studies the behavior of signs, sought to promote disruptive innovation in the works presented by students. This research reflects the themes addressed by the students and their creative capacity.

Keywords— curriculum, disruptive innovation, COVID 19, semiotics, higher education

I. INTRODUCCIÓN

La pandemia COVID-19 nos puso frente a un escenario totalmente desconocido. Según la UNESCO (2020), el año pasado cerca de 849 millones de personas entre niños, niñas y jóvenes estuvieron aislados en sus domicilios, puesto que más de 113 países tomaron la decisión de cerrar las escuelas y universidades [1]. De esta manera de un día para otro se pasó de la enseñanza presencial a la virtualidad. De acuerdo con Díaz-Barriga y Barrón-Tirado (2020), las instituciones educativas optaron por implementar plataformas y aplicaciones tecnológicas que permitieran cumplir con el currículo establecido para no perder el año escolar [2]. Sin embargo, pese a todos los esfuerzos, las críticas empezaron a llegar desde diversos sectores, dado que el currículo no encajaba con la realidad. La metodología no permitía que el estudiante se mantenga atento a la clase y las evaluaciones fueron sumamente cuestionadas, porque no se había implementado una estrategia acorde a las necesidades de la comunidad. Estos cuestionamientos no solo se evidenciaron en el nivel educativo inicial, primario y secundario, sino también en el sector universitario. Ello supuso un cambio en las estrategias de aprendizaje y enseñanza (Lovón y Cisneros, 2020) [3].

En ese sentido, la pandemia COVID-19, en medio de la crisis, representó también un periodo de innovación disruptiva en la educación. En dicho lapso se construyeron ambientes educativos y se aplicaron nuevas prácticas curriculares. Es decir, a través de la innovación disruptiva, las comunidades educativas se atrevieron a realizar cambios

profundos en las estructuras, procesos de gestión, posicionamiento de los actores y sus roles. Todo ello involucró un cambio de mentalidades, prácticas y dar espacio a la creatividad y a nuevos paradigmas (Díaz-Barriga y Barrón-Tirado, 2020) [2].

El curso de semiótica, dictado en la carrera de Comunicación y Publicidad de una universidad privada de Lima Metropolitana, requería involucrar a los estudiantes en el contexto que se estaba viviendo en el mundo entero. Dicha materia estudia del comportamiento de los signos en la sociedad y cómo se configuran las identidades individuales y colectivas en los sistemas culturales.

Según la Cepal (2020), para lograr un mejor entendimiento de la crisis en el proceso de adaptación, flexibilización y la contextualización curricular se deben considerar elementos como la priorización de objetivos de aprendizaje y contenidos, incorporando aspectos relativos al cuidado y la salud, el pensamiento crítico y reflexivo en torno a informaciones y noticias, la comprensión de dinámicas sociales y económicas, y el fortalecimiento de conductas de empatía, tolerancia y no discriminación, entre otros [4]. Asimismo, se requiere establecer un equilibrio entre la identificación de competencias centrales, que serán necesarias para continuar aprendiendo, y la profundización del carácter integral y humanista de la educación, sin ceder a la presión por fortalecer solamente los aprendizajes instrumentales. Por lo expuesto, se decidió vincular los proyectos de curso con temáticas actuales.

El objetivo de la investigación es describir los resultados del proceso de innovación disruptiva desarrollado en estudiantes del curso de Semiótica. Para ello, se detallará la experiencia y las etapas del trabajo implementadas desde el inicio de la pandemia en el semestre 2020-1, 2020-2, 2021-1, 2021-2. Asimismo, se detallarán los resultados obtenidos tras la aplicación del cambio de la rúbrica de evaluación.

II. METODOLOGÍA

El enfoque de la investigación es cualitativo fenomenológico, por lo que se concentra en describir los resultados obtenidos durante los semestres 2020-1, 2020-2, 2021-1, 2021-2 en el curso de Semiótica, de una universidad privada. El presente estudio de caso registra la aplicación de un proyecto de innovación disruptiva, el cual involucró el diseño de una estrategia educativa para acercar los

Digital Object Identifier (DOI):

<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2022.1.1.397>

ISBN: 978-628-95207-0-5 **ISSN:** 2414-6390

contenidos del curso a la problemática actual: el COVID-19. Para el recojo de datos, se decidió usar la técnica de observación participante. Asimismo, se emplearon fichas documentales para registrar los avances y clasificar los trabajos. El curso involucró en el período señalado a 480 estudiantes.

En ese sentido, el investigador considera a la técnica de observación participante como “una herramienta válida para producir datos sobre el hacer de los sujetos que se estudian” (Jociles, 2018) [5].

III. RESULTADOS

El curso de semiótica se dicta en la carrera de Comunicación y Publicidad de una universidad de Lima Metropolitana. En el semestre 2020-1, inició la Pandemia COVID-19 y los estudiantes tuvieron que llevar sus clases de manera virtual ante el incremento de contagios. El pánico se apoderó de los alumnos, así como de sus familias, pero no podían detener su aprendizaje y los docentes debían jugar un papel importante en ese momento trascendental. En dicho contexto, fue necesario establecer una estrategia educativa que captara la atención de los alumnos y los relacionara de forma positiva con los últimos acontecimientos.

El proceso de innovación disruptiva tuvo cuatro momentos importantes desde el ciclo 2020-1, 2020-2, 2021-1, 2021-2.

En el ciclo 2020-1, en las dos clases de 45 alumnos cada una, se formaron grupos de cinco integrantes y se decidió tomar la coyuntura como tema de análisis para el trabajo parcial. A cada grupo, se le asignó por sorteo un tema:

El Trabajo escrito de investigación tuvo un puntaje asignado de 0 a 20 puntos y se dieron las siguientes indicaciones:

1. En un párrafo de 120 a 150 palabras, redacten el resumen del trabajo de investigación grupal que contenga: tema, pregunta de investigación, objetivo de investigación, muestra a estudiar.
2. Debajo del resumen presenten 3 a 6 palabras clave del trabajo.
3. En 5 párrafos de 300 a 400 palabras en total, redacten una introducción que contenga: el título del trabajo, el tema, su descripción y contexto, la pregunta de investigación y el objetivo del estudio, mención de los autores que se usarán y por qué sus teorías son importantes para la investigación (por lo menos 3 autores del curso), y la importancia del tema elegido para la semiótica.
4. En 900 a 1200 palabras redacten el marco teórico (antecedentes y bases teóricas) según el tema e inserten 3 citas textuales y 3 citas parafraseadas –según APA– que sean útiles para destacar las teorías utilizadas en relación a la investigación.
5. Elaboren las referencias bibliográficas (APA) de las fuentes empleadas en el TP.
6. Realicen una prolija corrección de textos.
7. Envíen el trabajo parcial-grupal al correo del docente en la fecha señalada.

La rúbrica de evaluación comprendió los siguientes criterios:

TABLE I. RÚBRICA DE EVALUACIÓN 2020

Criterios	Nivel 1 - satisfactorio	Nivel 2 - en proceso	Nivel 3 - en inicio
Resumen 4 puntos	Crea un texto breve, coherente y cohesionado que contiene todos los elementos necesarios de manera ordenada, así como las palabras clave. Toma en cuenta la extensión señalada. 4 puntos	Crea un texto breve que contiene algunos elementos necesarios de manera ordenada, así como las palabras clave. Toma en cuenta la extensión señalada. Hay presencia de anacolutos. 3 a 2 puntos	Crea un texto sin tomar en cuenta la extensión señalada y con algunos elementos necesarios. Hay presencia de anacolutos. 1 punto
Introducción 5 puntos	Presenta una secuencia temática, coherente, lógicamente ordenada y jerarquizada en 5 párrafos con todos los elementos necesarios. Es un texto fluido, fácil de leer. Toma en cuenta la extensión señalada. 5 puntos	Presenta una secuencia temática coherente y ordenada en 5 a 4 párrafos. Contiene algunos elementos necesarios. Es un texto fluido, fácil de leer. Toma en cuenta la extensión señalada. 4 a 3 puntos	Presenta una secuencia temática en menos de 4 párrafos. Contiene algunos elementos necesarios. Texto poco fluido y con dificultad para leer. No toma en cuenta la extensión señalada. 2 a 1 punto
Marco teórico 5 puntos	Desde un enfoque semiótico se presentan 3 teorías de autores estudiados, cada una en 1 párrafo. Se destaca la teoría de los sistemas culturales y los vectores de producción de sentido (VPS). Usa al menos 2 teorías adicionales que complementen el estudio: filosofía, sociología, psicología, antropología y marketing. Contiene todos los elementos necesarios y toma en cuenta la extensión señalada. 5 puntos	Desde un enfoque semiótico se presentan 3 teorías de autores estudiados, cada una en 1 párrafo. Se aborda la teoría de los sistemas culturales y los VPS. Usa al menos 1 teoría adicional que complementen el estudio: filosofía, sociología, psicología, marketing, antropología. Contiene algunos elementos necesarios y toma en cuenta la extensión señalada. 4 a 3 puntos	Desde un enfoque semiótico se presentan 2 a 1 teoría de autores estudiados. Se menciona la teoría de los sistemas culturales y los VPS. Usa 1 o ningún otro autor. Contiene algunos elementos necesarios. No toma en cuenta la extensión señalada. 2 a 1 punto
Redacción y ortografía según APA 3 puntos	Redacta con coherencia temática, cohesión sintáctica, secuencia lógica y precisión. Presenta hasta 5 errores en escritura y repeticiones de términos. Hace buen uso de los signos de puntuación. Presenta paginación, justifica margen, presenta interlineado 1.5 y sangría, mantiene una misma fuente (Arial o Times New Roman) y tamaño de letra (12). 3 puntos	Redacta con cierta coherencia temática, cohesión sintáctica, secuencia lógica y precisión. Presenta hasta 15 errores en escritura y repeticiones de términos. Hace regular uso de los signos de puntuación. Presenta paginación, justifica margen, interlineado 1.5 y sangría, mantiene una misma fuente (Arial o Times New Roman) y tamaño de letra (12). 2 puntos	Redacta con dificultad, presenta más de 15 errores en escritura y repeticiones de términos. Hace regular uso de los signos de puntuación. No cumple totalmente con el formato APA. 1 punto
Referencias bibliográficas y citas APA 3 puntos	Aplica la normativa APA a todas las referencias bibliográficas a las citas textuales y parafraseadas. Todos los autores citados, las imágenes, cuadros, videos, etc., son mencionados en las referencias. 3 puntos	Aplica la normativa APA a ciertas referencias y citas. Algunos autores citados, algunas imágenes, cuadros, videos, otros, son mencionados en las referencias. 2 puntos	Señala las fuentes y las citas, pero no aplica la normativa APA adecuadamente o no la aplica. 1 punto

³ Fuente: Elaboración propia

Los resultados fueron alentadores toda vez que el 95% aprobó el curso, sin embargo, la percepción es que solo lo realizaron por aprobar el curso. Se requería lograr que el estudiante se involucre más en su trabajo y eso sirva de motivación para una mejor recepción de los contenidos del sílabo.

En el semestre 2020-2 se hizo nuevamente un replanteamiento de la evaluación se decidió por primera vez darles la oportunidad que presenten una propuesta de tema relacionado también a la pandemia siguiendo las indicaciones de redacción, presentación y rúbrica del ciclo 2020-1. Esta vez se trabajó la estrategia en tres salones de 45 alumnos cada uno. Se formaron nueve grupos en cada aula. El trabajo escrito de investigación también tuvo un puntaje asignado de 0 a 20 puntos y se abordaron diferentes temáticas tales como:

TABLE II. TEMÁTICAS ABORDADAS

Temática	Semestre			
	2020-1	2020-2	2021-1	2021-2
Negocios	2	8	5	2
Noticias locales	2	2	0	0
Política	1	0	0	0
Redes sociales	0	3	0	2
Salud	3	13	4	25
Tecnología	0	0	2	1
Total	8	26	11	30

^b. Fuente: Elaboración propia

A continuación, se puede observar los temas abordados durante el 2020:

- Las funciones del lenguaje en las actitudes de los clientes del banco BBVA durante la pandemia
- Interpretación de los signos y representaciones sociales en el spot "Es momento de ser solidarios" de la campaña #YoMeSumo del BCP
- Análisis de las diferentes formas de comunicación y uso del lenguaje en la plataforma de Tik Tok en jóvenes de 18 a 25 años.
- Análisis de las funciones del lenguaje fotográfico en el ensayo visual "A través de mi ventana" de Franz Krajnik y el miedo colectivo generado en estudiantes de fotografía de 18 a 30 años, durante la pandemia COVID-19 en Lima 2020
- Análisis de los niveles de significación y la influencia de la cultura de masas en el spot de BCP, en las personas de 30 a 50 años, durante la pandemia COVID-19, en Lima, 2020
- Los tipos de signos y el modelo cultural sobre las relaciones afectivas y amorosas en el aplicativo Tinder en jóvenes de 18 a 25 años a raíz de la pandemia COVID-19
- Representación de los signos y modelos culturales en el spot "El COVID no mata solo"

- Estudio de los niveles de significación y los tipos de signos en el cortometraje "Prestando mis alas" durante la pandemia del año 2020 en jóvenes de 18 a 25 años de edad
- Análisis de las funciones del lenguaje en la cultura de masas en los reportajes de la BBC News y el bocón sobre la tragedia en discoteca Thomas Restobar en los Olivos durante el 2020
- Análisis de las funciones del lenguaje y los códigos en la publicidad de Coca Cola "Para todos"
- El sentido complejo o durativo de las sociedades y el rol de la cultura de masas en el documental: Coronavirus en pocas palabras
- Análisis de las funciones del lenguaje y del signo sobre la desinformación que rodean a la pandemia de COVID-19
- Representación de la cultura como un código de comunicación de la pandemia en los home office.
- Análisis de las funciones del lenguaje y el nivel de significación presente en la serie peruana "Historias virales"
- Comprender las representaciones sociales mediante las imágenes, gestos, textos y diálogos dentro del spot publicitario "El COVID no mata solo"
- Análisis de las funciones del lenguaje en el spot "No seamos cómplices"
- Análisis de la escritura electronal de Instagram en el reportaje del noticiero 24 horas: "Cercado de Lima: Intervienen a jóvenes en fiesta Covid-19 que era transmitida en vivo"
- Análisis del uso de las funciones del signo en el spot de "Pacho y Atenusky" de Entel y su impacto en la imagen de la marca
- Análisis de los signos de Dan Lac como parte de su adaptación laboral frente al COVID-19
- Análisis de la identidad visual de la marca Pils en y su impacto en la estrategia
- Análisis de las funciones y sistemas comunicacionales que utilizó San Antonio para establecer contacto con su público
- Representación de las imágenes y videos mostrados en Reporte Semanal sobre la tragedia ocurrida en el distrito de Los Olivos
- Análisis de las clases de signos y niveles de significación en el spot publicitario "El COVID no mata solo #NoseamosCómplices: La reunión del barrio"
- Análisis de las funciones del lenguaje y niveles de significación. El caso del spot publicitario #Yomequedoencasa
- Funciones del lenguaje y códigos culturales en el spot "el COVID no mata solo"
- Análisis de los códigos y cultura que se presentan en el spot publicitario "¡Para seguir abrazándonos, yo me quedo en casa! -`Marca Perú"

Los temas fueron variados y analizados desde diversas miradas teóricas como las funciones del lenguaje, los tipos de signos, funciones del signo, tipos de sociedades, vectores

de producción de sentido, características socioculturales y del lenguaje, niveles de significación denotativo y connotativo, códigos culturales, entre otros. Los resultados fueron positivos también el 99% de estudiantes obtuvieron una nota aprobatoria.

Sin embargo, se consideró que debía darse un paso más. Por ello, para el 2021-1 y 2021-2, se buscó impulsar la motivación e innovación disruptiva en los estudiantes. Por ende, en el trabajo parcial, los estudiantes debían crear una marca, un videoclip, un spot, un cortometraje, un reportaje, una aplicación para dispositivos móviles y hacer la descripción de los signos. Asimismo, en el trabajo final, se priorizó el análisis de los productos desde las diversas miradas teóricas abordadas a lo largo del curso. En el ciclo 2021-1, se trabajó en dos salones de 45 alumnos cada uno. Se formaron nueve grupos de cinco integrantes. En el semestre 2021-2, se trabajó en cuatro salones con la misma cantidad de estudiantes.

En el ciclo 2021-1 y 2021-2 se dieron los siguientes lineamientos:

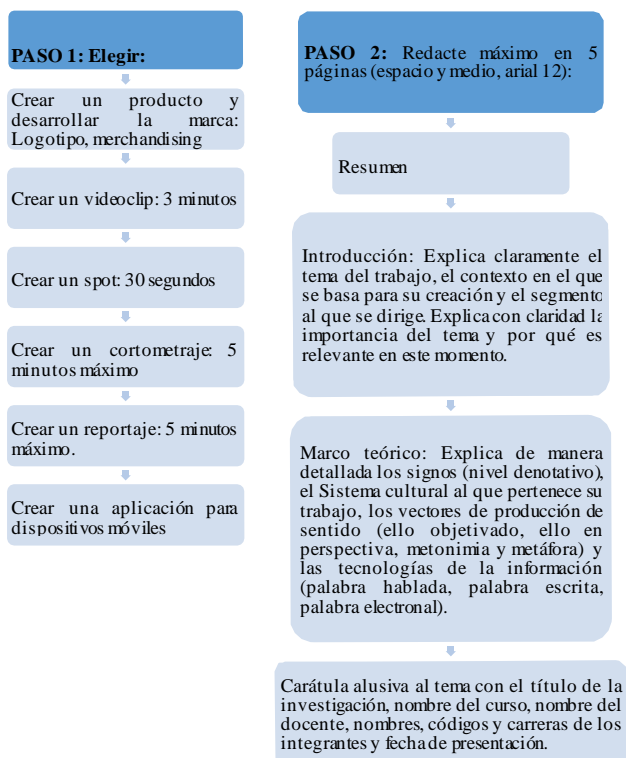


Fig. 1 Proceso de elaboración del producto

Para ambos semestres se consideró la siguiente rúbrica

TABLE III. RÚBRICA DE EVALUACIÓN 2021

Criterios	Nivel 1 – satisfactorio	Nivel 2 - en proceso	Nivel 3 - en inicio
-----------	-------------------------	----------------------	---------------------

Resumen	Crea un texto breve y coherente y cohesionado que contiene todos los elementos necesarios de manera ordenada así como las palabras clave. Toma en cuenta la extensión señalada. 3 puntos	Crea un texto breve que contiene algunos elementos necesarios de manera ordenada, así como las palabras clave. Toma en cuenta la extensión señalada. Hay presencia de anacolutos. 2 puntos	Crea un texto sin tomar en cuenta la extensión señalada y con algunos elementos necesarios. Hay presencia de anacolutos. 1-0 puntos
Introducción: Relevancia del trabajo	Explica claramente el tema del trabajo, el contexto en el que se basa para su creación y el segmento al que se dirige. Explica con claridad la importancia del tema y porque es relevante en este momento. 3 puntos	Explica el tema, contexto y segmento de manera sucinta. No precise claramente la importancia y relevancia del tema. 2 puntos	Explica solo un elemento en menos de dos líneas la importancia del tema 1-0 puntos
Marco teórico: Descripción detallada de signos/Sistema cultural	Explica de manera clara los signos, el Sistema cultural al que pertenece su trabajo, los vectores de producción de sentido (ello objetivado, ello en perspectiva, metonimia y metáfora) y las tecnologías de la información (palabra hablada, palabra escrita, palabra electronal). 5 puntos	Breve descripción de los signos, el Sistema cultural al que pertenece su trabajo y los vectores de producción de sentido en perspectiva, metonimia y metáfora) y las tecnologías de la información (palabra hablada, palabra escrita, palabra electronal). 4 puntos	Describe apenas 5 signos, el Sistema cultural al que pertenece su trabajo y los vectores de producción de sentido. 3-0 puntos
Acabado del trabajo	Todos los elementos del producto están debidamente desarrollados (excelente audio, voz tipografía, música mezcla, color, imágenes, etc). 7 puntos	Presenta un error. 5 puntos	Presenta más de 2 errores. 4-3 puntos
Presentación del informe, tipografía, errores ortográficos, citas y referencias	Su carátula es alusiva al tema, cumple con los lineamientos de presentación y no tiene errores ortográficos. 2 puntos	Presenta carátula, tiene errores ortográficos y no cumple con los lineamientos de presentación. 1 punto	No presenta carátula, tiene errores ortográficos y no cumple con los lineamientos de presentación. 0 puntos

a. Fuente: Elaboración propia

A continuación, se enlistan los productos que elaboraron los estudiantes en el trabajo parcial durante el 2021:

- Spot sobre galletas saludables en tiempos de COVID
- Tablets Motritec impulsan el aprendizaje de los niños
- Reportaje sobre el impacto de la pandemia en la salud mental
- App de juegos para familias: Jugando Juntos
- Mate de coca Energytea
- Reportaje sobre las consecuencias de la nueva normalidad: COVID-19

- Gomas de kion para prevenir enfermedades y complicaciones respiratorias
- Biochange: Creación de productos biodegradables
- Creación de la botella de oxígeno “Oxi Plus”, el producto incluyó una mascarilla fabricada con productos reciclables
- Creación de la APP de running “Healthy Road”
- Cortometraje sobre la fake news durante la pandemia COVID-19
- Máquina expendedora RappiMask
- App sobre la salud mental en pandemia por COVID-19
- Kit de emergencia para prevenir el COVID-19
- Siéntete seguro con Cleanbox. Rápido, sencillo y eficaz. Una caja para desinfectar productos
- MaskApp, una aplicación que mediante recordatorios previamente programados recordará a sus usuarios llevar consigo los objetos de protección contra el COVID-19 al momento de salir
- “Stop Face” consiste en una pulsera ajustable que vibra para recordarle al usuario que no debe tocar su rostro (Principal foco infeccioso)
- App “Safe move”: una vida social responsable durante la pandemia
- Videoclip concientizando a la vacunación
- Videoclip sobre el impacto de las fakenews
- Cortometraje sobre la historia y experiencia de un joven durante el confinamiento debido a la pandemia mundial del COVID-19
- Cortometraje: El tiempo es oro. El abandono de los adultos mayores
- Spot animado: “Cuida tu vida y la de ellos”
- Spot publicitario “¿Cómo bajar de peso emocional?”
- App “Lima CovSafe” para informar a los usuarios que residen en Lima metropolitana sobre el número de personas afectadas por el COVID-19
- App Vidmap: para ver los aforos en los espacios públicos
- Cortometraje sobre la salud mental en tiempos de pandemia
- App “Mental+”
- Cortometraje: “Juntos Podemos Más. Vacúnate Ya.”
- Lentes detectores de COVID-19
- Cortometraje sobre la falta de empatía entre estudiantes durante el COVID-19
- Velas Respire
- Emisora de radio “Vida”
- Clean mask: Para desinfectar mascarillas
- Smart Face: Protector facial de última tecnología
- Cortometraje: El uso de Tinder como una herramienta de comunicación durante la cuarentena
- App “Conecta2” está creada para beneficiar y facilitar a los estudiantes a poder comunicarse, desarrollar tareas, resolver sus dudas y realizar reuniones de trabajo en grupo
- Máquina expendedoras de medicamentos para COVID-19
- Cortometraje: Aislamiento de los niños
- Spot “La vida es bella”
- Spot “Tomemos distancia juntos”

A continuación, pueden observar una selección de trabajos con sus respectivos enlaces web:

- Energytea: <https://youtu.be/Clipj3gmo2A>
- Biochange: Creación de productos biodegradables: <https://dg983703.wixsite.com/biochange>
- Reportaje sobre las consecuencias de la nueva normalidad: COVID-19: <https://dg983703.wixsite.com/biochange>
- Reportaje sobre el impacto de la pandemia en la salud mental: <https://www.youtube.com/watch?v=o4TBvI0JAdY>
- Creación de la botella de oxígeno “Oxi Plus”, el producto incluyó una mascarilla fabricada con productos reciclables: <https://drive.google.com/drive/folders/1JqkOMi1ZuggOOnZypJalaWLj-SMc1sEd>
- Cortometraje sobre la salud mental en tiempos de pandemia: <https://drive.google.com/file/d/1BGwlic8jT0TqRKL9eBjL8aT8q4uwufx/view>
- Spot publicitario para la campaña “Salva la naturaleza” de la marca Dove: <https://www.youtube.com/watch?v=AesaR9iPxXQ>
- Cortometraje sobre la historia y experiencia de un joven durante el confinamiento debido a la pandemia mundial del COVID-19: https://www.youtube.com/watch?v=oGCLCcdGM_g
- MaskApp: https://www.youtube.com/watch?v=RAhjf4FBM_k
- Videoclip La vacuna es calidad: <https://www.youtube.com/watch?v=qrQ5wwqWGJU>
- Videoclip Por ponerte Sinopharm: <https://www.youtube.com/watch?v=xJtb4YQes3o>

- Cortometraje: Una oportunidad: <https://www.youtube.com/watch?v=Gv8UCA1q4Q> 4

IV. DISCUSIÓN

Durante el ciclo 2020-1, en el curso de semiótica, se contó con 144 estudiantes y en el ciclo 2022-2 con 130 estudiantes lo que hizo un total de 274 alumnos durante ese año. Mientras que durante el ciclo 2021-1 se matricularon 87 alumnos y en el ciclo 2021-2 se matricularon 313 estudiantes, lo que hizo un total de 400 alumnos.

La tabla nos muestra comparativamente los resultados de la evaluación parcial como reflejo de los trabajos innovadores que presentaron los estudiantes en el curso de semiótica durante el ciclo 2020-1, 2020-2, 2021-1, 2021-2. Se puede observar que la moda es aprobatoria y el promedio de notas sube y se estabiliza en el ciclo 2021-1 y 2021-2 por el cambio de la rúbrica de evaluación.

TABLE IV. CALIFICACIONES EN EL CURSO

	2020-1	2020-2	2021-1	2021-2
Promedio	14	15	17	17
Máxima	19	20	20	20
Mínima	9	11	13	9
Rango	10	9	7	11
Moda	16	14	20	18
Mediana	14	14.5	15	16

^a. Fuente: Elaboración propia

Asimismo, el siguiente gráfico nos muestra comparativamente el porcentaje de las notas de la evaluación de los trabajos innovadores que presentaron los estudiantes en el curso de semiótica durante el ciclo 2020-1, 2020-2, 2021-1, 2021-2. Se puede observar que durante el 2021-1 no hay desaprobados y durante el 2021-2 es mínima la cantidad de desaprobados.

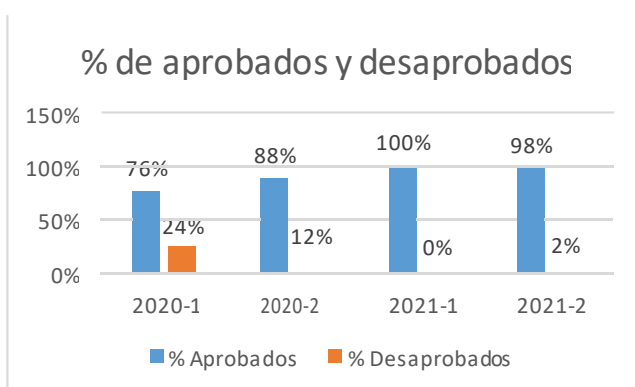


Fig. 2 Porcentaje de aprobados y desaprobados

La crisis sanitaria ha impulsado la innovación disruptiva en todas las áreas del conocimiento. Asimismo, representa una oportunidad para repensar la educación y reflexionar sobre el compromiso social que asume el futuro profesional. Por ende, es posible enfocar adecuadamente el currículo de los cursos universitarios y asumir la pandemia como un espacio para impulsar en los estudiantes la creatividad en la realización de sus trabajos y evaluaciones. Por lo expuesto, los hallazgos en la presente investigación permiten establecer una discusión bajo los siguientes criterios.

En primer lugar, se requiere precisar que el curso de semiótica, según Peñaloza (2012), ayuda a interpretar los textos y palabras para elegir mejor sus equivalentes y lograr la menor pérdida de significados durante el proceso comunicativo [6]. Al mismo tiempo, en el caso de la publicidad, es útil para detectar posibles fallas en la construcción y elaboración de aquello que se pretende dar a conocer a los consumidores. En ese sentido es un curso que no puede estar ajeno a la coyuntura. Por ello, se evidenció la necesidad de motivar a los estudiantes de Comunicación y Publicidad a que presenten propuestas innovadoras para sus trabajos parciales relacionadas con el tema del COVID-19 y una descripción detallada de los signos a nivel denotativo. A su vez, se solicitó incluir el sistema cultural al que pertenece su trabajo, los vectores de producción de sentido (ello objetivado, ello en perspectiva, metonimia y metáfora) y las tecnologías de la información (palabra hablada, palabra escrita, palabra electronal). Como parte del trabajo final, se analiza el producto desde las diversas miradas teóricas abordadas en el curso.

Para lograr los resultados en cada ciclo se desarrollaron dos rúbricas, una para el trabajo parcial y otra para el trabajo final. Asimismo, se realizó dos sesiones de retroalimentación. La primera consistió en definir el tema y aprobarlo y a segunda sesión consistió en revisar los avances del producto y/o descripción de los signos. Según Muñoz, un estudiante innovador tiene que creer en su idea, pero a su vez escuchar las observaciones de su docente y, a su vez, sustentar propuestas hasta alcanzar el consenso [7]. Todo ello prepara al alumno para dar el siguiente paso: la innovación. De esta forma, el trabajo que han desarrollado para el curso de Semiótica se convierte en el inicio de un trabajo en equipo, con el cual pueden desarrollar su emprendimiento hasta convertirse en empresarios. Bajo dicha consigna, la crisis puede transformarse en una oportunidad.

El próximo ciclo los estudiantes llevarán el curso de Semiótica de la Publicidad. Se sugiere que allí puedan completar el desarrollo de su innovación con herramientas y estrategias de publicidad.

En consecuencia, la crisis de la pandemia no ha sido un camino fácil, pero se requieren docentes capaces de romper barreras. Se trata de un desafío que los maestros deben superar con empatía, creatividad y esmero, para poder continuar con un proceso de enseñanza-aprendizaje de calidad para sus estudiantes [8].

En la presente investigación se evidenciaron algunas limitaciones, dado que el curso de Semiótica se viene desarrollando en el contexto de emergencia sanitaria COVID-19. Las clases se desarrollan virtualmente, por lo

que fue necesario tener una buena conexión de internet y además disponer de tiempo adicional para brindar asesoría y retroalimentación a los estudiantes para un mejor desarrollo de su producto innovador.

Las implicancias y alcances del estudio son tres. A nivel teórico, se detalla los principales hallazgos de la importancia de la innovación disruptiva. A nivel práctico, se sistematiza las ideas innovadoras disruptivas presentadas por los estudiantes de semiótica desde el inicio de la pandemia. A nivel metodológico se plantea un modelo de análisis de estudio de caso con la descripción detallada de los resultados obtenidos en el semestre 2020 y 2021.

Finalmente, se recomienda continuar desarrollando investigaciones relacionadas a la innovación disruptiva en contextos de crisis, ya que los estudiantes pusieron en marcha toda su creatividad para crear productos que permitan dar una solución a una problemática de la pandemia. A su vez, se sugiere hacer seguimiento a los estudiantes para registrar los derechos de autor de sus propuestas.

V. CONCLUSIONES

La pandemia representó un reto para la humanidad en diferentes ámbitos, tales como el sector de la educación superior. Los docentes tuvieron que implementar estrategias que le permitan despertar la creatividad en los estudiantes para crear trabajos innovadores.

En el curso de semiótica se registró un cambio en los lineamientos y rúbrica de los trabajos parciales, se les pidió a los estudiantes que elaboren diversos productos tales como videoclip, cortometraje, spot, reportaje, app, desarrollar una marca, teniendo en cuenta los sistemas culturales y vectores de producción de sentido.

Los resultados demostraron que el cambio de rúbrica generó el incremento de una mayor cantidad de alumnos aprobados, toda vez que, anteriormente solo se enfatizaba en la revisión teórica de un tema y con la nueva rúbrica los estudiantes en una primera etapa crearon un producto que era sustentado posteriormente con la teoría abordada en clase.

REFERENCIAS

- [1] UNESCO, Seguimiento mundial de los cierres de escuelas causados por el COVID-19 [Mapa]. 2020. [En línea]. Disponible en: <https://es.unesco.org/COVID19/educationresponse>. [Accedido: 27-oct-2021]
- [2] Díaz-Barriga-Arceo, F., & Barrón-Tirado, M. C., Curriculum and pandemic: Time of crisis and opportunity for disruption. [Currículo e pandemia: Tempo de crise e oportunidade para inovação disruptiva; Currículo y pandemia: Tiempo de crisis y oportunidad de innovación disruptiva] Revista Electronica Educare, vol. 24 pp. 1-5, 2020 [En línea]. Disponible en: [doi:10.15359/REE.24-S.3](https://doi.org/10.15359/REE.24-S.3), 2020. [Accedido: 22-oct-2021]
- [3] Lovón, M., & Cisneros, S., Repercusiones de las clases virtuales en los estudiantes universitarios en el contexto de la cuarentena por COVID-19: El caso de la PUCP. Propósitos y Representaciones, 8 (SPE3), vol. 8, pp. 1-15. 2020. [En línea]. Disponible en: [Doi: http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nSPE3.588](https://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nSPE3.588). [Accedido: 22-oct-2021]
- [4] CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), “La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19”, Informe Especial COVID-19, Santiago, 2020. [En línea]. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45904/1/S2000510_es.pdf. [Accedido: 27-oct-2021]
- [5] Jociles R., M., La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. Revista Colombiana de Antropología, vol. 54, pp. 121-150, 2018. [En línea]. Disponible en: [doi: https://doi.org/10.22380/2539472X.386](https://doi.org/10.22380/2539472X.386). [Accedido: 2-nov-2021]
- [6] J. Peñaloza. De la semiótica a la publicidad. Lima: Universidad de San Martín de Porres, 2012.
- [7] Muñiz, C., Frugal and disruptive innovation. [Innovación frugal y disruptiva] Revista Chilena De Anestesia, vol. 49, pp. 796-801, 2021. [En línea]. Disponible en: [doi:10.25237/revchilanestv49n06-05](https://doi.org/10.25237/revchilanestv49n06-05). [Accedido: 3-nov-2021]
- [8] Nolasco, Salcedo, Ma. Del Carmen. Experiencia de enseñanza-aprendizaje: pandemia COVID 19. Revista Digital Universitaria (RDU), vol. 22, pp. 58-60. 2021. [En línea]. Disponible en: [DOI: http://doi.org/10.22201/cuaieed.16076079e.2021.22.1.16](https://doi.org/10.22201/cuaieed.16076079e.2021.22.1.16). [Accedido: 4-nov-2021]