

1-1-1996

## **Radio y video como alternativas para promover la lectura de los adolescentes**

Ana Cecilia Goyeneche Merchán  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Betsabé Romero Mahecha  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Olga Lucía Sevilla Rengifo  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/lic\\_lenguas](https://ciencia.lasalle.edu.co/lic_lenguas)

---

### **Citación recomendada**

Goyeneche Merchán, A. C., Romero Mahecha, B., & Sevilla Rengifo, O. L. (1996). Radio y video como alternativas para promover la lectura de los adolescentes. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/lic\\_lenguas/1552](https://ciencia.lasalle.edu.co/lic_lenguas/1552)

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias de la Educación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Licenciatura en Español y Lenguas Extranjeras by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

RADIO Y VIDEO COMO ALTERNATIVAS PARA PROMOVER  
LA LECTURA EN LOS ADOLESCENTES

ANA CECILIA GOYENECHÉ MERCHÁN  
BETSABÉ ROMERO MAHECHA  
OLGA LUCÍA SEVILLA RENGIFO

UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
DEPARTAMENTO DE LENGUAS MODERNAS  
SANTAFÉ DE BOGOTÁ D.C.  
1996



RADIO Y VIDEO COMO ALTERNATIVAS PARA PROMOVER  
LA LECTURA EN LOS ADOLESCENTES

ANA CECILIA GOYENECHÉ MERCHÁN  
BETSABÉ ROMERO MAHECHA  
OLGA LUCÍA SEVILLA RENGIFO

Trabajo de grado para optar al título de  
Licenciada en Lenguas Modernas.

Asesora  
OLGA Ma. DUARTE  
Licenciada

UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
DEPARTAMENTO DE LENGUAS MODERNAS  
SANTAFÉ DE BOGOTÁ D.C.  
1996



## *DEDICATORIAS*

A mi Creador, quien siempre está conmigo;  
a mis Padres, Hermanos y a mi Esposo; quienes  
aceptaron de Dios compartir conmigo mis sueños ,  
apoyarme y ayudarme.

ANA CECILIA GOYENECHÉ MERCHÁN

A quienes sin nombrarlos, saben que les debo  
el don de la vida, todo el Amor y la paciencia  
que he necesitado.

BETSABÉ ROMERO MAHECHA

A mi familia, por el apoyo incondicional que me ha  
brindado; ya que fomentaron en mi vida, valores de  
responsabilidad, servicio y honestidad.

OLGA LUCÍA SEVILLA RENGIFO

## AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

DIOS, quien permitió que nuestros caminos se cruzaran para llevar a feliz término el presente trabajo de grado.

NUESTRAS FAMILIAS, por su constante impulso y apoyo durante toda la carrera.

OLGA MARÍA DUARTE., Licenciada, Universidad Pedagógica Nacional, profesora de Docencia del Español de la Universidad de la Salle y Asesora durante todo el proceso del presente trabajo de grado.

EL DEPARTAMENTO DE LENGUAS MODERNAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE

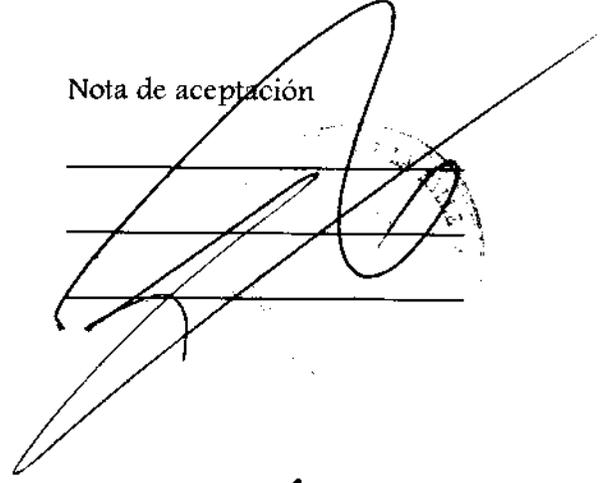
LAS DIRECTIVAS, PERSONAL ADMINISTRATIVO, DOCENTES Y ALUMNOS DEL COLEGIO TÉCNICO CENTRAL LA SALLE.

Todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron en la realización del presente trabajo de grado.

**ARTICULO 95 DEL REGLAMENTO ESTUDIANTIL DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE**

**“Ni la Universidad, ni el asesor, ni el jurado  
son responsables de las ideas expuestas por el graduando”**

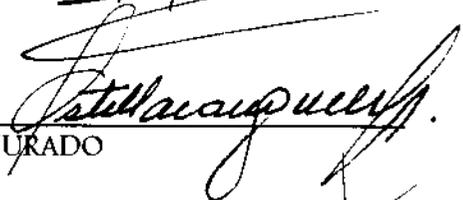
Nota de aceptación

A large, stylized handwritten signature in black ink, written over three horizontal lines. The signature is highly cursive and loops around the lines.

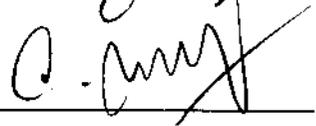
ASESOR

A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to read "Dra. M. J. Duarte".

JURADO

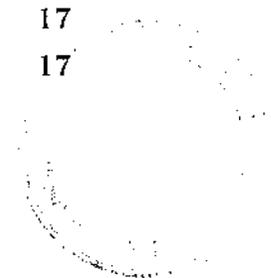
A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to read "J. Estrella".

JURADO

A handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to read "A. Cruz".

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	
1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	1
1.1 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?	2
1.2 FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	4
1.2.1 La supervisión del ambiente	5
1.2.2 La correlación social	6
1.2.3 La transmisión de cultura	7
1.2.4 La socialización	7
1.2.5 El entretenimiento	8
1.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PROMOCIÓN DE LECTURA	9
1.4. FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ENSEÑANZA	10
1.5 LENGUAJE DE LOS MEDIOS	12
1.6. LA RADIO Y EL VIDEO	13
1.6.1 La radio	13
1.6.1.1 Características de la radio	14
1.6.2 El video	15
1.6.2.1 Análisis de la imagen del video	17
1.6.2.2 Recursos audiovisuales aplicables al video	17



1.6.2.3	Programación y diseño de un video	18
1.7	LECTURA DE IMÁGENES	20
2.	ANIMACIÓN A LA LECTURA	24
2.1	PEDAGOGÍA Y LECTURA	24
2.1.1	Postulados y principios de una pedagogía abierta	24
2.2	PROBLEMAS DE LA EDUCACIÓN	30
2.3.	ANIMACIÓN A LA LECTURA	32
2.4.	LECTURA Y ADOLESCENTES	34
3.	LECTURA A PARTIR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	42
3.1	EL MODELO DE LECTURA CENTRADO EN LOS EFECTOS DE LA RADIO Y EL VIDEO	42
3.2	CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO Y EL VIDEO QUE FACILITAN LA PROMOCIÓN A LA LECTURA.	44
3.3	RADIO Y VIDEO INVITAN A LA CREATIVIDAD	46

## CONCLUSIONES

## BIBLIOGRAFÍA

## ANEXOS

- ANEXO No. 1 ANÁLISIS ESTADÍSTICO
- ANEXO No. 2 R A E
- ANEXO No. 3 MÓDULO: ESCUCHO, OBSERVO, ANALIZO Y CREO (Cartilla adicional)

## INTRODUCCIÓN

"Todos debemos leer para aprender a leer, y cada vez que leemos aprendemos más acerca de la lectura"

(Frank Smith)

Está bien claro que la lectura no es un mero acto de conocimiento. Es más bien, una experiencia que absorbe por entero al ser humano, tanto en sus aspectos individuales como colectivos. La lectura presupone siempre descifrar y comprender, pero también imaginar. Lamentablemente en el mundo actual, el ritmo de nuestras vidas es tan vertiginoso que nos impide dedicarle tiempo a la actividad lectora, olvidándonos que ésta es esencialmente creadora y que no puede ser sustituida por ninguna otra. En un mundo dominado por la tecnología, el consumismo y la masificación, ahora más que nunca la lectura se nos presenta como una práctica cultural decisiva para el más perfecto desarrollo de todas las posibilidades formativas de la personalidad individual, así como para el cumplimiento del destino común de los pueblos. Porque sin lectura no hay verdadera cultura ni tampoco vida pública civilizada y pacífica. El libro es el depósito permanente de la sabiduría acumulada a lo largo de los siglos, el mejor instrumento de la educación hasta ahora conocido, el verdadero vehículo transmisor de la ciencia y el más idóneo difusor universal de la información y de la cultura.



Ante la realidad que enfrentamos los colombianos, siendo un país no-lector por excelencia, se hace necesaria la implementación de estrategias novedosas que logren captar la atención del público en aras de despertar el gusto por la lectura.

A partir de las experiencias educativas previas a la realización del presente trabajo de grado y a la influencia que en la actualidad ejercen en los jóvenes los medios masivos de comunicación, como instrumentos de formación y distracción, se considera que la radio y el video trabajados eficazmente pueden convertirse en herramientas útiles para el maestro en el proceso de animación a la lectura. Es por esto que el presente trabajo pretende dar algunas alternativas al adolescente de hoy, las cuales se han planteado teniendo en cuenta sus gustos y realidades, pero con el propósito de asegurarle que obtendrá los mejores beneficios si incluye esta práctica lectora dentro de su cotidianidad.

Teniendo en cuenta el poco auge que tiene la lectura en el medio y la desmotivación general y actitud pasiva frente al análisis crítico de la realidad, el docente debe asumir un rol con mayor compromiso frente a las carencias de criterio e identidad que caracterizan al adolescente moderno, es por esto que el video y la radio pueden convertirse en medios idóneos para transmitir contenidos de carácter cultural, ético social y moral, y dada su gran capacidad potencial de incidencia en el espectador y oyente, se estima que deben ser elementos integrados a la promoción de lectura.

El módulo, resultado del presente trabajo, está dirigido a maestros o jóvenes promotores de lectura, conscientes de la importancia de ésta en el desempeño social y profesional. Con la aplicación del módulo se pretende que se convierta en un manual pedagógico que oriente la formación de un grupo de jóvenes en el aprovechamiento de los medios de comunicación (radio y video) para el desarrollo del gusto por la lectura, a través de actividades concretas y con una proyección social.

"Enseñar a leer debería ser el único fin de una enseñanza bien entendida, así todo estaría salvado".



## 1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Los medios de comunicación conforman una parte importante del saber cotidiano. La programación, independiente de su intencionalidad -educar, entretener o informar- muestra modelos de sociedad, de hombre, de mujer, de vida cotidiana y de relaciones sociales que contienen una determinada valoración ética y social. Los medios educan los gustos y valores, muestran la existencia de vida y de maneras ideales de ver el mundo y de actuar con él, así como prototipos de hombre para imitar y formas de solucionar problemas.

Este capítulo pretende dar una visión general sobre los medios de comunicación, sus funciones y específicamente abarca el video y la radio detallando sus características y aplicaciones ya que estos dos medios conforman el eje fundamental alrededor de los cuales gira el presente trabajo de grado.

## 1.1 QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

Al enfrentar la problemática de la comunicación, se parte de la convicción de que se trata de un concepto extremadamente amplio. Por lo general con el se designa el proceso a través del cual se transmiten significados entre personas. Abarca, en consecuencia, además del lenguaje articulado, todo sistema de señales y símbolos. Su estudio comprende entonces un campo tan extenso como la vida misma, ya que la comunicación es un fenómeno que trasciende cualquier tipo de relación humana.

El origen de la comunicación se encuentra con la presencia del hombre en el mundo, pues es una de las características que lo identifican y definen como tal. La comunicación humana no ha sido una, ni única en el tiempo y en el espacio. Cada momento histórico tiene sus necesidades y formas de expresión que le son propias, lo que conduce a que se cree "el habla de la época" indicando que la lengua posee vida y tiene la posibilidad de la mutabilidad. El lenguaje se "acomoda" permanentemente a las necesidades históricas de comunicación, dependiendo en última instancia, de las condiciones de la estructura social vigente en cada periodo.

"... Lenguaje y mundo van íntimamente conexos. El lenguaje surge como necesidad frente a mi mundo, esto es, como forma de dar cuenta de mis propias experiencias del mundo que compone mi hábitat" <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Castilla del Pino, Carlos. "La incomunicación". Pg.15

Si como se mencionó anteriormente, la comunicación es el proceso por el cual se transmiten significados entre personas. En este sentido toda sociedad humana, desde la primitiva a la moderna, se basa en la capacidad que el hombre tiene de transmitir deseos, sentimientos e intenciones de una persona a otra. Tan fundamentalmente es la capacidad de comunicación en el hombre que su ausencia es considerada como un trastorno serio de la personalidad. El proceso de la comunicación, en el caso del ser humano, se realiza principalmente a través de un código o lenguaje articulado y estructurado con base en signos convencionales.

La comunicación de "masas" es un producto típico de la sociedad industrial que surge en la primera mitad del Siglo XIX en los países capitalistas más desarrollados, pero que ya en el siglo XX es un fenómeno universal. Bajo el concepto de masas se denominan las aglomeraciones de individuos sin nombre y sin rostro en los cuales solo cuenta el número.

Las investigaciones en torno a la comunicación de masas son un fenómeno relativamente reciente. Ordinariamente se tiene la tendencia a asociar la expresión "comunicación de masas" con la idea de radio, televisión, cine, prensa, revistas, etc. No debe confundirse estos instrumentos técnicos con el proceso al cual están íntimamente ligados. Por consiguiente, "comunicación de masas" no es toda comunicación que utiliza la radio, la televisión u otra técnica moderna.

No cabe duda que el desarrollo tecnológico ha hecho posible la nueva forma de comunicación humana que hoy llamamos "comunicación de masas". Pero esta forma de comunicación, que también tiene grandes ventajas, presenta también sus problemas, de

los cuales el principal, posiblemente, consiste en que puede ser convertida fácilmente en instrumento de manipulación al servicio de quien la posee. La información que trasmite, supuestamente objetiva, se convierte en una forma de "dirección" social que permite el manejo de cualquier situación. Y son principalmente las grandes masas trabajadoras las que sucumben primero al influjo del nuevo tipo de comunicación, y es la sociedad misma, en su conjunto, la que se masifica gracias a la instrumentación de los medios masivos de comunicación sobre la base de la industrialización que opera como soporte material

## *1.2 FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*

Si se acepta que los medios masivos de comunicación no funcionan caótica ni paralelamente, sino que conforman un sistema compacto con relaciones de complementación mutua, es necesario analizar ahora el problema de las funciones que ellos cumplen dentro de un determinado conglomerado social. Y ante todo es necesario preguntarse si esas funciones tienen cierto carácter universal, y por lo tanto valen para cualquier tipo de sistema social, o si dependen de un sistema social determinado, y por lo tanto no tienen validez universal sino particular.

Las funciones que desempeña un sistema de comunicaciones tan completo y tan complejo como el actual no se pueden estudiar independientemente del sistema social concreto en que se encuentra ubicado. Si bien es cierto que las funciones en si mismas consideradas coinciden tanto en un país socialista como en uno capitalista, la relación de clases en

cada uno de ellos es diferente y, por lo tanto, el aporte de la comunicación en el proceso social tendrá una orientación distinta en cada caso.

### *1.2.1 La supervisión del ambiente*

se refiere a la recolección y distribución de la información referente a los sucesos del ambiente de la sociedad particular y de los más sobresaliente a nivel universal. Esta función permite a los integrantes de un grupo social orientar su propia acción de acuerdo a la manera como se vayan presentando los acontecimientos. Sin duda que el constante flujo de información sobre los acontecimientos que ocurren en la sociedad tiene consecuencias positivas: por ejemplo, el hecho de poner sobre aviso a la población en cuanto a amenazas y peligros inminentes (huracanes, ataques militares, epidemias, etc.). Estando avisada la población, ésta puede movilizarse y ahuyentar los peligros. Por otra parte, el flujo de datos acerca del ambiente cumple una función valiosa como instrumento para ciertas actividades de rutina diaria en la sociedad, tales como las operaciones de bolsa, de navegación, de tránsito terrestre y aéreo, etc.

Otra de las consecuencias de la función de supervisión del ambiente es el papel moralizante o de reforzamiento de las normas sociales, en los individuos, que cumplen los medios de comunicación. Esto ocurre cada vez que se sacan a la luz las conducta desviadas, y que los sociólogos funcionalistas designan con el calificativo de "disfuncionales", en la medida en que amenazan potencialmente la estructura social. En esta forma, los protagonistas de los hechos son exaltados o condenados según que su conducta coincida o no con los intereses de las clases dominantes.

En conclusión, se puede afirmar que la función de supervisión del ambiente no se ejerce de una manera objetiva, sino que supone siempre la orientación e interpretación de las noticias al servicio de los intereses de la clase propietaria de los medios de comunicación.

### *1.2.2 La correlación social*

Esta función aparece muy claramente, en el caso de la prensa, en la sección que se conoce con el nombre de "páginas editoriales", y en el caso de la radio y la televisión en los "comentarios" o "programas de opinión". Los medios cumplen así la función de interpretar y prescribir la conducta o la manera como los individuos deben reaccionar ante la información recibida. Los columnistas o comentaristas se encargan entonces de evaluarle e interpretarle los hechos al lector. Es algo así como si le dijeran "no se preocupe por pensar, nosotros pensamos por usted". En esta forma los medios se han encargado de crear y sostener ese gran mito al que han bautizado con el nombre de "la opinión pública", al que han querido identificar con la opinión del pueblo o de las mayorías silenciosas.

Pero la verdad es que este consenso no ha sido más que una ficción. Si bien es cierto que por medio de la comunicación colectiva se pueden interrelacionar las distintas clases y grupos sociales, también es cierto que no es un trato entre iguales sino entre oprimidos y opresores en la medida en que estas relaciones se dan en una sociedad de clases.

### *1.2.3 Transmisión de la cultura*

Desde siempre la principal función de la comunicación ha sido la conservación del saber acumulado por la humanidad a lo largo de toda su historia. En un comienzo esta función se cumplía a través de la llamada “tradición oral”, basada en la simple memoria que transmitía el patrimonio cultural de generación en generación. Actualmente, y gracias al desarrollo tecnológico, la sociedad dispone hasta de sofisticadas máquinas cibernéticas para esta labor: libros, periódicos, revistas, discos, cintas magnetofónicas, videocasetes, tarjetas de computador, etc.

Pero tampoco esta transmisión del patrimonio cultural se hace con objetividad e imparcialidad. Generalmente, a través de los medios de comunicación de masas, se transmiten aquellos conocimientos que favorecen el status-quo y la permanencia de las clases dominante. En este aspecto los medios dicen y transmiten lo que les conviene del patrimonio cultural y se callan y ocultan lo que de alguna manera no les conviene.

#### *1.2.4 La socialización*

Para la sociología funcionalista “la socialización es el proceso por el cual el individuo adquiere la cultura de su grupo e internaliza sus normas sociales, haciendo así que su conducta comience a tomar en cuenta las expectativas de los otros. La socialización es un proceso continuo que se extiende desde la niñez hasta la ancianidad. Por lo común es algo liberado, pero en ocasiones tiene lugar inadvertidamente, cuando el individuo descubre indicios que lo guían acerca de las normas sociales sin que éstas sean objeto de una instrucción especial.

Pero es aquí donde los medios cumplen una función “ideológica” imponiendo inadvertidamente, o mejor, inconscientemente, valores, ideas y conceptos de una determinada clase social. En la sociedad moderna, caracterizada por el anonimato de las grandes masas, el hecho de ser alguien “conocido” a través de los medios de comunicación de masas, es algo que confiere “status” y que da prestigio. Pero hay algo más. Este tipo de personas se convierten en arquetipos, en especie de modelos de conducta para las grandes masas. Políticos, actores, cantantes, escritores, etc., influyen notablemente en las actitudes y comportamientos de millones de personas que terminan copiando sus esquemas mentales y sus pautas de comportamiento para “triunfar en la vida”.

A través de la función “socialización”, los medios de comunicación cumplen el papel de aparatos ideológicos del Estado y del orden establecido para reproducir y reforzar la ideología dominante.

### *1.2.5 El entretenimiento*

Aparentemente, la función de entretenimiento es aquella que simplemente tiene por objeto divertir a los integrantes de un grupo social. Por consiguiente, su función podría considerarse como inofensiva, neutral e imparcial, en cuanto que sólo buscaría “hacer pasar un rato agradable”. Radionovelas, deportes, programas humorísticos, musicales, cantantes, historietas, episodios de ciencia ficción, etc. La realidad es que este género de programas o de mensajes, siempre encierran una carga ideológica subyacente que

generalmente el receptor devora sin advertir. Existen estudios que demuestran cómo, por ejemplo, las famosas historietas cómicas que los padres suelen comprar con toda ingenuidad a sus hijos, no son tan inocentes ni tan inofensivas como parecen.

### *1.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PROMOCIÓN A LA LECTURA*

Al hablar de imagen se hace referencia a una forma de reproducción que puede ser percibida no sólo por la vista sino también por el oído, es decir que se puede utilizar el término imagen para identificar representaciones de carácter audiovisual; son audiovisuales los medios tecnológicos que se valen del sonido, de la imagen o de ambos conjuntamente.

La radio por su parte recrea la realidad a través del sonido para conseguir imágenes acústicas, según Jean Cazeneuve “La radio realiza la función de lo vivido y lo irreal al sugerir sonidos a la imágenes que le faltan y restituir la totalidad perceptiva con sólo la ayuda de voces, ruidos y música”.<sup>2</sup>

La imagen del video es una de las que más expectativas ha despertado entre los docentes, al hablar de promotores de lectura se puede considerar el video y la radio como los materiales propios de una nueva tendencia metodológica a partir de los siguientes cuestionarios:

---

<sup>2</sup> Cazeneuve Jean. *Los medios de comunicación*. Editorial Trillas.

1. Qué técnicas se utilizan para familiarizar a los adolescentes con la lectura crítica de imágenes?
2. Qué imágenes se deben utilizar?
3. Qué contenidos se deben enseñar?

De aquí surge la necesidad de presentar algunos principios metodológicos para la promoción de lectura:

1. Planificar el proceso de enseñanza aprendizaje y la formulación de objetivos.
2. Seleccionar los medios audiovisuales de acuerdo al propósito
3. Presentar y utilizar adecuadamente el material audiovisual. Es importante determinar el proceso de enseñanza aprendizaje y el estudio previamente establecido de los materiales que se van a utilizar. Su lectura comprende la enumeración de elementos, la descripción y la interpretación del contenido del video o programa radial.
4. Preparar actividades posteriores a la presentación de imágenes, con una visión didáctica desde la perspectiva del contenido y el objetivo.

#### *1.4 FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ENSEÑANZA*

La historia de las comunicaciones se puede dividir en cuatro grandes períodos:

1. Comunicación interpersonal: Se extiende desde que el hombre se expresa por medio de gestos hasta que logra un lenguaje articulado.

2. Comunicación de élite: En este período se libera de su entorno y traspasa la noción del tiempo y del espacio, manifestada a través del dibujo, de la escritura y de la música.
3. Comunicación de masas: Se inicia a partir del momento en que se puede difundir un mensaje masivamente a un público anónimo, la facilidad del mundo tecnológico lleva a la posibilidad de expresarse con diferentes alternativas, por la palabra hablada o escrita, por la imagen y el sonido.
4. Comunicación individual: Cuando se asume en forma individual la acción de informarse al mismo tiempo que se va a informar a otros.

En el campo educativo los medios de comunicación audiovisuales pueden utilizarse desde dos puntos de vista: Facilitar el aprendizaje de contenidos y lograr la expresión a través de los medios. El uso del video y la radio en el aula no garantiza la calidad de la enseñanza, la forma sana en que utilicen los medios de comunicación facilitan el aprendizaje y se convierten en un mecanismo de análisis sobre el poder de los mismos.

### *1.5 LENGUAJE DE LOS MEDIOS*

La utilización de los medios de comunicación en el proceso de promoción y animación para la lectura dependen de:

1. La metodología del promotor
2. Los objetivos que se deseen alcanzar
3. El tipo de tarea educativa que se ofrece a partir de las necesidades del estudiante
4. Las características del grupo

5. Las limitaciones del programa
6. La flexibilidad de la utilización de los medios
7. La facilidad de producción de los medios
8. Las actitudes del promotor frente a los medios de comunicación

Los medios de comunicación proporcionan en general una representación de la realidad pero, en ningún caso, la realidad misma. El estudiante tiene cada vez menos posibilidades de conocer las cosas directamente y por esto debe ejercer el control sobre la interpretación de la realidad.

La utilización de los medios, video y radio, ofrecen y utilizan distintas formas de expresión, cada medio tiene sus propias características y en cada uno se registra el lenguaje como instrumentos específicos. El video maneja un lenguaje audiovisual, la radio por su parte un lenguaje sonoro. se puede definir el video como el medio susceptible de ser incorporado en el proceso didáctico y la radio como medio ó vehículo de comunicación.

## 1.6. LA RADIO Y EL VIDEO

### 1.6.1 La radio

Sin lugar a equivocaciones podemos afirmar que la radio ostenta el título de “PRIMER MEDIO DE COMUNICACIÓN”.<sup>3</sup> Para llevar este nombre se tiene en cuenta que fue el primero, que en forma técnica y estructurada pudo llevar un mensaje simultáneo a miles de personas, en diferentes latitudes, en el mismo idioma, ofreciendo información, recreación y cultura. Ha sido el primero en proporcionar una comunicación inmediata, rápida y de más fácil comprensión para los receptores, y fue la forma primaria del manejo del sonido, que después tomara el cine y la televisión.

En nuestro medio la radio ha sido también, el primer medio de comunicación con las características antes anotadas, sumándose a ello, el alto índice de analfabetismo de nuestro pueblo, las condiciones geográficas de nuestro suelo y el poder adquisitivo de nuestras gentes.

Como hecho curioso, pese a ser la radio un medio de tanta penetración e influencia en el mundo, ha sido el medio menos investigado, el de más lenta evolución y casi que podríamos decir “un medio desconocido”.

---

<sup>3</sup> Al respecto véase de Angel Faus Belau, *La radio: Introducción a un medio desconocido*. Guadina de publicaciones, Madrid, Barcelona 1974

La radio, fue el factor inicial de la televisión; aparentemente se pudiera deducir que la evolución de la radio radicó en ponerle imagen al sonido, o sea, una radio-imagen que los científicos posteriormente, y los mismos profesionales de la radio, le fueron dando mayor impulso, creando un nuevo lenguaje y de hecho constituyéndose en un nuevo medio, dejando atrás la radio relegada, llegándose a pensar que la televisión la sepultaría.

Pero son tanto los atributos de este sistema sonoro que pese a ser la televisión un medio más completo, no ha podido acabar, ni desbancar a la radio, que hoy se sigue defendiendo con sus propias armas y extendiéndose con mayor vigor en el mundo, sobre todo en el plano informativo en donde radica su mayor ventaja frente a otros medios.

#### *1.6.1.1 Características generales de la radio*

Cada país tiene una modalidad diferente en materia de radiodifusión de acuerdo con su legislación de comunicaciones, a la idiosincrasia de su pueblo y a las características geográficas del suelo.

Colombia en particular ha sido uno de los países donde la radiodifusión ha tenido una mayor expansión y una más rápida proliferación de emisoras en pueblos y ciudades. En principio la radio fue más recreativa que cultural o informativa y como tal no requería de personal especializado por la modalidad simple y sencilla de sus programas.

La inmediatez de la noticia, la ubicuidad de la radio y la proliferación de receptores, gracias al transistor, han hecho que la radio sea para los Colombianos un elemento de



primera necesidad ya que no hay persona que en forma directa o indirecta se escape a sus influjos en mayor o menor grado; se puede decir que Colombia es un país transistorizado y radio-habituado.

Al evaluar las características generales de la radio y conociendo las diferentes posibilidades que ofrece al producto sonoro, como medio de comunicación social, fácilmente concluimos que podemos utilizarla como herramienta bastante útil en la promoción y animación para la lectura.

“La radio llega a las personas en su intimidad. Es una relación de persona a persona, que abre todo un mundo de comunicación tácita entre el autor-locutor y el oyente”. Esto lo afirmó M. McLuhan.<sup>4</sup>

### *1.6.2 El video*

El video constituye, sin duda alguna, el “boom” industrial de los años ochenta y noventa. El aparato televisivo doméstico dejó de ser un medio de transmisión pasivo de programas seleccionados para nosotros desde un punto remoto y que solamente podíamos controlar mediante el selector de canales o el interruptor del aparato. Actualmente se está convirtiendo en un centro de comunicación, información y entretenimiento familiar.

---

<sup>4</sup> McLuhan. *Mutation 1990. Medium mane. Paris. 1974*

Sobre la pequeña pantalla tenemos la posibilidad de grabar, visualizar programas fuera de horario, reproducción lenta, bibliotecas de viejas y nuevas, presentación de videos preparados, juegos y acceso a bancos de información.

Qué es el video?

El video es un sistema que se divide en tres fases fundamentales

1. Captación.
2. Grabación.
3. Reproducción.

Fase de captación: Es la fase en la que la luminosidad y cromaticidad contenidas en la escena, en los trajes, en los decorados, en los maquillajes y en la luz que los ilumina se traducen mediante un sistema de análisis, la cámara, en una señal de video.

Fase de grabación: Esta señal de video puede también ser grabada en un magnetoscopio y reproducirse en el momento que se desee.

Fase de reproducción: Mediante un sistema de síntesis, en el monitor o en el televisor, la señal de video se transforma en una información luminosa en la pantalla, correspondiente a la señal original.

El conjunto de las tres fases debe tener como fin primordial lograr una reproducción lo más fiel posible de la escena original. Por lo tanto, debe existir una estrecha correspondencia entre la imagen captada y la imagen reproducida.

#### *1.6.2.1 Análisis de la imagen del video*

La realidad se da en tres dimensiones pero la imagen de la realidad formada en la placa de señal tiene sólo dos dimensiones. Es una imagen plana con anchura y altura. Viene a ser similar a la página de un libro. Para leer, nuestra vista necesita desplazarse horizontalmente en cada línea y una vez terminada la línea tiene que desplazarse verticalmente a la siguiente. De la misma manera, el haz electrónico deberá explorar puntual y horizontalmente las células de la placa en un ir y venir continuo hasta que recorra toda la superficie.

#### *1.6.2.2 Recursos audiovisuales aplicables al video*

Al hablar de radio se hace referencia a un recurso sonoro. En video, la utilización de los recursos sonoros, toma un matiz distinto. En este medio, la construcción del guión debe prever el empleo medio y cuidadoso de la palabra, atendiendo a las características de sencillez, reiteración y consecuencia, ya desarrolladas anteriormente.

La música debe utilizarse de forma moderada y siempre que no afecte inteligibilidad del guión. Raras veces una música de fondo ayuda a la comprensión de un contenido. No se

debe olvidar que un silencio bien utilizado puede servir con mayor efectividad para conseguir la reflexión del espectador.

El video cuenta también con una serie de recursos de imagen que se deben tomar en consideración: maquetas, dibujos, gráficos, rótulos, montaje y efectos propios de post-producción y, finalmente la inclusión de otros medios audiovisuales.

### *1.6.2.3 Programación y diseño de un video*

Detrás de todo video debe haber un trabajo de diseño que lleve al equipo que en él interviene a hacerse preguntas hasta ahora olvidadas por muchos profesionales más o menos directamente relacionados con actividades educativas: ¿Qué medio es el idóneo para transmitir este contenido concreto?, ¿Cuál es el medio principal y cuál el auxiliar de apoyo?, ¿Qué contenidos se pueden incluir en el guión?, ¿Qué actividades deben acompañar a un video?

Estas son algunas de las preguntas que pueden surgir en torno a un medio que, entre todos, se puede poner al servicio de la educación.

La producción de video educativo implica un conjunto de fases y etapas que conforman un proceso. Estas etapas permitirán ir avanzando hacia la elaboración de una forma específica de comunicación: la expresión a través de la imagen y el sonido conjugados en el producto audiovisual.

Selección del tema: Los criterios que se utilizan para la selección de los temas que van a ser desarrollados en video son:

1. Adecuación del medio.
2. Viabilidad en relación con la disponibilidad de los recursos humanos.
3. Integración de los medios audiovisuales.

Determinación de los objetivos: En esta fase es fundamental la utilización esporádica de medios audiovisuales, la definición de los objetivos del tema y el fijar a quién va dirigido el programa.

Elaboración de la sinopsis: Se hará un breve resumen de los contenidos que servirá para aclarar previas ideas sobre el tema.

## 1.7 LECTURA DE IMÁGENES

La imagen se define como el signo contornual, conjunto de gráficos, gestos y contornos sensoriales como sonoridad, visualidad, olfatividad, etcétera. Que en armonía representa la realidad con un objetivo definido.

Se puede clasificar la imagen en normal y técnica, la primera se refiere a la imagen elaborada manualmente y la técnica la que necesita la intervención de máquinas, otra diferencia entre estos tipos de imágenes es la directa o indirecta formulación de contornos sensibles que para ellas se emplea. La cámara reproduce los contornos de las

cosas que está filmando, mientras el dibujo reproduce la imagen mental del autor ante la realidad que quiere interpretar.

La imagen técnica requiere de habilidad en su confección, poner la realidad del hecho secuencialmente, esta técnica puede ser causa de deformación del proceso comunicativo, y consecuentemente de masificación.

La imagen como eje fundamental en el proceso comunicativo puede reflejar tres tipos de comunicación:

1. Física: Se comunica un contenido material y físico (energía).
2. Sensitiva: Se comunica un contenido interior sensitivo, vital e instintivo.
3. Intelectual: Se comunica un contenido interior mental.

La combinación de estos enfoques produce la manipulación de la comunicación en los medios masivos.

Una clasificación más detallada de la imagen, expresa claramente las características de los ejes centrales de este proyecto.

I	FIJA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnica</li> <li>Fotografía</li> <li>Manual</li> <li>Dibujo</li> <li>Mixta</li> <li>Montaje</li> </ul>		
M				
A				
G			IDEALMENTE DINAMICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Icoónica (narración fotográfica)</li> <li>- Verbal (prensa no ilustrada)</li> <li>-Icónica verbal (prensa ilustrada)</li> </ul>
E				
N	REALMENTE DINÁMICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Solo temporal (radio, disco,cassette)</li> <li>-Espacial-temporal (Cine, TV, Radio)</li> </ul>		

La imagen acapara por lo menos cuatro de los principales sentidos del ser humano. A partir de ellos se puede efectuar la lectura de imágenes que implica una connotación grupal y subjetiva a la vez, es decir una interpretación analítica y personal.

La imagen radial y visual (video) expone realidades complejas, es casi una réplica de la verdadera realidad, lo que incita a la identificación con lo que se escucha u observa, el

eje es el referente que se concluya o partir del contacto entre el mensaje y la vida e intereses del receptor.

La lectura de imágenes tiene, entre otros, los siguientes objetivos:

1. Fomentar la participación, el esfuerzo creativo. Ciertas imágenes pueden despertar el interés para investigar en un tema o para iniciar una discusión con el ánimo de desarrollar la observación y el juicio crítico.
2. Ampliar el marco de referencia de los alumnos. Las imágenes pueden acercar a los estudiantes a la comprensión de procesos lejanos a su experiencia. Ciertos conceptos pueden ser comprensibles para los alumnos en la medida en que sean visualizados.
3. Motivar el aprendizaje. Los mensajes que se reciben a diario a través de la imagen permiten poner en contacto al estudiante con su realidad más cercana.
4. Provocar comportamientos imitativos. Actúan como inductores de comportamientos, actitudes y valores. Sus mensajes encierran una concepción de la sociedad que es utilizada como modelo para el receptor. El aprendizaje por imitación coarta la creatividad y la reflexión, aunque resulta útil para el aprendizaje de ciertas destrezas.
5. Facilitar el aprendizaje por descubrimiento. Los medios de comunicación audiovisual pueden ayudar a aprender, ya que ofrecen la posibilidad de realizar comparaciones y contrastes con el fin de establecer semejanzas y diferencias, al igual que analizar la relación entre las partes y el todo en un modelo o proceso.

6. Ayudar a los alumnos a comprenderse a sí mismos y a su entorno. Expresarse a través de los medios de comunicación audiovisual permite descubrir sus mecanismos y funcionamiento.

En el capítulo siguiente se pretende dar una visión acerca de como la lectura promocionada de una manera innovadora y creativa puede convertirse en una herramienta bastante útil en el quehacer educativo de docentes y promotores de lectura.

## 2. ANIMACIÓN PARA LA LECTURA

La prioridad educativa en la actualidad es el alcance de una calidad pedagógica determinada por la interacción de conceptos, habilidades y contextualización de docentes, instituciones y estudiantes. Es así como la lectura se convierte en uno de los ejes fundamentales de las estructuras curriculares que están a favor de la investigación y creación innovadora. Este capítulo plantea las características que la lectura debe tener en el plano de la formación integral de adolescentes contemplando las dificultades de la educación, el deber ser y la animación para la lectura como principio del cambio. Finalmente se establece la relación existente entre lectura y adolescente, base fundamental de la propuesta o alternativa pedagógica de este trabajo de grado.

### *2.1 PEDAGOGÍA Y LECTURA*

#### *2.1.1 Postulados y principios de una pedagogía abierta*

Los principios humanos son interdependientes para consolidarlos, se precisan muchas conductas, sin embargo muchas de las acciones del hombre no son resultado evidente de un principio, los gestos de un maestro a nivel pedagógico pueden expresar cuál es su forma de aprender y su método de aprendizaje.

La concepción de pedagogía está dada a partir del conocimiento de realidades, psicología de jóvenes, adultos y niños y en especial necesidades propias de los aprendices ante su contexto.

Para una pedagogía abierta, renovadora y actual pueden tenerse como principios:

- 1. Toda acción pedagógica tiene como objetivo el crecimiento personal y el desarrollo de habilidades y destrezas de cada uno de los individuos comprometidos en un proceso educativo.*

Los objetivos de las actividades educativas van enfocados siempre hacia el desarrollo del individuo, formándolo como persona, ciudadano, creativo y autodidacta.

Autodidacta porque al presentarle los alcances individuales se hace consciente de su papel educativo y puede contribuir a su formación partiendo de sus capacidades.

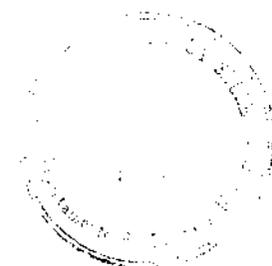
No se trata de condicionar al joven, por el contrario asegurarle las condiciones para que busque sus propios propósitos encaminados a su desarrollo.

Es importante enunciar ciertos elementos enfocados a la estimulación de habilidades y destrezas.

- *Auto-aprendizaje:* Cada individuo es consciente de su aprendizaje porque conoce sus gustos y disgustos, sus necesidades, habilidades y dificultades; a medida que vive descubre muchas facetas sobre su propio yo. El adolescente y joven vive una época de conflicto personal en busca de descubrir su propio ser. La autonomía e independencia cumplen un papel importante porque a pesar de que el aprendizaje en nuestro país es colectivo, en la mayoría de los establecimientos en verdad es individual, pero contextualizado es decir, cada joven recibe la información que necesita y que se le hace más importante. La autonomía e independencia requieren del dominio de actos importantes de su vida, por esto tienen que estar ligados a su autoformación.

Para este autoaprendizaje se hacen indispensables diferentes aspectos entre los que se mencionan:

- El clima favorable de confianza sin presiones y sin compromisos.
- Libertad de expresión en busca de la seguridad psicológica que tiene que ver con la acción que garantiza la no agresión ante el ser humano y su personalidad.
- La motivación entendida como el elemento fundamental del desarrollo cognitivo (crecimiento y desarrollo formativo).



2. *Desarrollo de procesos y habilidades. Aspectos fundamentales del aprendizaje.*

El desarrollo de procesos no es más que la relación entre el mundo interior y el exterior con una capacidad de adaptación a través del desarrollo afectivo, cognitivo, social, etc. Los procesos y las habilidades sugieren un sentido lógico del aprendizaje en donde todos los aspectos que ellos generan no se olvidan sino que hacen parte del individuo. Así no se menciona en ningún momento lo que sabe es lo que es, sino lo que ha tomado para sí mismo es lo que ha aprendido.

Es por este enfoque que la educación en Colombia toma otro sentido, los procesos y habilidades construyen conceptos a partir de logros secuenciales que tienen que ver con las reflexiones actitudinales, procedimentales y cognitivas.

A nivel afectivo y cognitivo es de carácter urgente establecer lazos de relación en estos campos, haciendo referencia al gusto por el aprendizaje, en este caso por la lectura como habilidad de la cual se hablará más adelante.

3. *Enseñanza individualizada que responde a las expectativas de cada joven*

Tradicionalmente la enseñanza se ha mantenido bajo esquemas colectivos en donde los estudiantes deben alcanzar a aprehender lo dado por el docente, si sus capacidades no están contempladas por el proceso metodológico, no aprende.

Por otro lado, se confunde la formación individualizada con el trabajo individual y en el momento que el joven lo solicite o desee hacerlo. Aproximándose a la idea se

puede decir que la formación individualizada es la encaminada a cubrir individualmente los procesos, necesidades, habilidades y dificultades de los jóvenes, un poco idealista pero posible si se efectúan:

- Diversas actividades en las que las posibilidades varíen de acuerdo con las expectativas y niveles de aprendizaje.
- Diversidad de aptitudes. Las capacidades exploradas en forma individual.
- Visiones de integración y apertura que busquen asesorar al joven para vivir en la sociedad.
- Actividades diversificadas propias de la enseñanza individualizada sin descuidar el factor tiempo.

#### 4. *El aprendizaje basado en la expresión y la investigación .*

En el esquema de la comunicación se notan los esquemas que el individuo maneja, la evidencia de los esquemas interiores se reconoce por la expresión y el reconocimiento de otros esquemas se alcanza a través de la investigación.

La literatura y la lectura como herramientas de acercamiento a ésta representan un camino entre autores y jóvenes, es un claro ejemplo de la importancia de la expresión en las estructuras.

### *5. El conocimiento debe estar ligado a la realidad individual y del exterior*

Todo conocimiento debe ser parte del individuo en la realidad circundante es decir, con un propósito funcional a cada ser. Para ello las más reconocidas estrategias son el material, las actividades pedagógicas y las situaciones.

### *2.2 PROBLEMAS DE LA EDUCACIÓN*

Mucho se ha hablado en los últimos años de la crisis del sistema educativo, el descenso en el nivel académico, la deserción, la falta de preparación del magisterio, llevando a tener una gran preocupación de que la educación ha perdido en cierta medida su verdadera finalidad: que el estudiante elabore su propio aprendizaje en un mar de generalizaciones y de verbalismos.

Existen muchos enfoques para abordar esta reflexión, pero en este momento interesa abordar la calidad entendida como la "coherencia de todos los factores de un sistema que colma las expectativas de una sociedad y de sus más críticos exponentes. Por lo tanto incluye la calidad de insumos materiales y financieros que entran a él, la de los agentes involucrados en él, entre los cuales los educandos y los educadores son los más importantes, aunque no los únicos, la de los procesos que ocurren día a día, la de los ambientes en los que ocurren esos procesos y la de los productos del sistema medidor de múltiples maneras y no solo los indicadores de rendimiento académico"<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Colombia al filo de la oportunidad. Misión, Ciencia, Educación y Desarrollo

Puede afirmarse entonces que una de las causas de la mala calidad del sistema educativo es la excesiva formalización; donde existen un conjunto de normas que definen tanto las metas como los procesos de desarrollo no permitiendo que el educador y el alumno puedan desarrollar ninguna iniciativa particular en las diversas fases de proceso. La educación formal hace énfasis en aspectos como regulación rigurosa del tiempo, homogeneización de procesos, desarticulación del conocimiento y se basa más en las normas que en las necesidades, no contribuyendo a una formación integral del alumno. se requiere entonces que los educadores actuales asuman actitudes distintas frente a la estructura de las instituciones educativas; y adopten una posición de cambio donde se garantice que todos los estudiantes aprendan y puedan participar en una sociedad de crisis y confusión, entonces la educación debe fortalecer y garantizar que los estudiantes adquieran:

- a) Altas competencias en lectura y escritura.
- b) Altas competencias en cálculo básico y resolución de problemas matemáticos.
- c) Altas competencias en expresión escrita.
- d) Capacidad para observación, descripción y análisis crítico del entorno social, económico, político y cultural.
- e) Capacidad para interpretar y analizar críticamente los mensajes de los medios de comunicación.
- f) Capacidad para diseñar, trabajar y decidir en grupo.
- g) Capacidad para ubicar, acceder y usar la mejor información acumulada en bibliotecas, archivos, centro de documentación e información.



Como se muestra, la lectura es uno de los instrumentos básicos para el progreso de la humanidad, de ahí que ocupe un lugar destacado entre las actividades educativas. Por otra parte, la necesidad de su enseñanza no viene exigida tan sólo por su valor cultural y social, sino también por ser un elemento de vital importancia para el individuo, quien apoyándose en ella, puede solucionar con mayores garantías de éxito sus problemas y necesidades personales.

### *2.3 ANIMACIÓN PARA LA LECTURA*

La lectura constituye por sí sola una modalidad de aprendizaje en la medida en que aumenta la capacidad para aprender, facilita al estudiante el logro de su autonomía; por esta razón el desarrollo de destrezas lectoras y de actitudes frente a la lectura permiten la educación permanente, el autoaprendizaje y la actualización.

Una serie de factores en relación con el aspecto físico, el contenido, las características de diseño de los materiales y el lenguaje determinan el grado de atracción del joven hacia el libro y en general hacia la lectura. Son las características físicas las que de entrada comprometen el interés del joven o por el contrario las que configuran una actitud de rechazo hacia el libro. Igualmente el contenido es uno de los principales agentes sino el fundamental, que permite que el lector se comprometa personalmente con la actividad de la lectura en la medida en que descubra por sí mismo el valor comunicativo y expresivo del texto y encuentre una relación con sus experiencias de acuerdo a sus aspiraciones, intereses y necesidades.

El joven también debe hallar en el material de lectura una relación entre su propio lenguaje y el del autor, donde ofrezca una posibilidad de enriquecimiento y que facilite el acceso a la autonomía frente al mundo que le rodea.

Como la lectura es una actividad que requiere una participación más activa de quien la realiza, y en la medida en que leer significa en primer lugar, elegir, escoger; ella permite ver al hombre la otra cara del mundo de las imágenes en que los medios lo tienen sumergido, en un saber construido conceptualizado y definido.

Los objetivos o propósitos de la lectura son:

1. Hacer del lector un creador: Este propósito asegura una respuesta a través de diferentes actividades su opinión frente al mensaje de la lectura.

Los valores autónomos son sensibilizados y proponen alternativas de expresión que no son más que las réplicas de sus habilidades y destrezas; esto se debe a que las lecturas enganchan al lector cuando descubre sus valores y los ensanchan provocando desbordamiento de expresiones.

2. Desarrollar actitudes positivas frente a sí mismo y estimular el gusto por la lectura: Al leer se debe tener una actitud positiva asumiendo el compromiso de aprender, volverse más selectivo.

3. Desarrollar la capacidad de comunicarse: En la medida que el adolescente descubra las herramientas que le brinda la lectura, su quehacer comunicativo se tornará más efectivo ya que desarrolla en él destrezas de redacción, ortografía, cohesión, expresión oral, artísticas, etc.
4. Desarrollar la capacidad de aprendizaje individual: El adolescente incrementa a través de la lectura sus conocimientos y se convierte en el protagonista de su propio aprendizaje; a la vez que adquiere habilidades que lo colocan en ventaja frente al nivel promedio de otros estudiantes.
5. Desarrollar habilidades para el descanso y el deleite: Fácilmente el adolescente encontrará en la lectura alternativas de entretenimiento y descanso dada la gama temática que ésta ofrece, teniendo en cuenta gustos, edades, actualidad, etc.
6. Ocupar el tiempo libre: Es frecuente escuchar a los adolescentes decir "no tengo nada que hacer", precisamente la lectura promocionada eficazmente se convierte en una opción enriquecedora a nivel integral durante el tiempo libre.

Actualmente se debate la importancia del libro, en sí de la lectura, ante la inminente supremacía de otros medios y de la influencia nociva de los mismos (televisión, imágenes publicitarias, radio, video, etc.) en la formación de lectores; donde existe el bombardeo permanente de imágenes, también producto del desarrollo de la técnica que mantiene al adolescente inmerso en una problemática que lo aleja de la posibilidad de reflexión y lo forma en una actitud pasiva, sin el gusto por la acción creativa y transformadora.



También hay que reconocer que tanto la radio, la televisión y el video son aparatos que acompañan cotidianamente al hombre moderno, de los cuales es imposible prescindir, y que colocan a la lectura en una posición de competencia frente a ellos, viéndolo desde este punto de vista se garantizaría a la lectura una derrota inminente.

Pues bien, he aquí la importancia de aprovechar y orientar los medios de comunicación tendientes a lograr actitudes favorables para la lectura, donde lo importante es darle a cada uno su sentido propio.

Es aquí donde la escuela cumple un papel fundamental, en la medida en que es ella la que debe formar en el niño su capacidad crítica y selectiva, convirtiendo la lectura en una herramienta de información y conocimiento con fines utilitarios. Esta tarea la puede realizar cualquier persona que en su condición de padre, maestro, bibliotecario, psicólogo, promotor social, estudiante de último grado, etc., quiera hacerlo. Lo importante es que se esté dispuesto a realizarla con entusiasmo y confianza y con los objetivos muy bien establecidos. Desde el punto de vista práctico, hacer animación de lectura es realizar una serie de actividades, es aplicar algunas estrategias para lograr el acercamiento entre el joven y los libros, se haga de una manera más activa, lúdica y gratificante, lo importante es que exista un equilibrio entre comprender, gozar, reflexionar y que se complementen y combinen en forma permanente, para fomentar el interés y la motivación hacia la formación del comportamiento lector.

La lectura debe llevar al desarrollo de habilidades creadoras, actitudes positivas frente a sí y frente a la misma lectura., y finalmente aprender a conocer y valorar la literatura y sus recursos.

En el desarrollo de habilidades creadoras es fundamental tener presente ciertos aspectos como:

- Desarrollo de procesos con objetivos precisos, pensamientos convergentes y divergentes.
- Despertar curiosidad frente a los libros.
- Desarrollar la imaginación.
- Vivenciar el proceso de la comunicación.
- Acercar al joven a la lectura.
- Hacer del joven un lector autónomo.
- Despertar el interés por la creación de textos escritos.
- Fomentar el gusto por la lectura.

Al hablar del desarrollo de actitudes positivas frente a sí mismo y a la lectura, permite:

- Descubrir el placer de leer.
- Descubrir intereses personales reflejados en la lectura.
- Volver a los jóvenes selectivos frente a las diferentes lecturas y estilos.
- Reconocer los valores de la lectura y su fundamento social.

Al conocer y valorar la literatura y sus recursos, implica:

- Conocer los componentes de un libro y su clasificación.
- Hacer del joven un conocedor de libros, buen manejo de recursos y habilidades para aprovechar la lectura..
- Saber utilizar recursos y documentarse.

Las políticas pedagógicas de la lectura pretenden situar al animador de lectura y al joven en un contexto real, para ello es importante tener presente las siguientes premisas:

1. La literatura como un núcleo comunicativo.
2. Dar importancia la utilización de libros por parte de los jóvenes.
3. Presentar actividades físicas favorables.
4. Crear un clima de confianza para permitir la exploración de la creatividad del joven.
5. Orientar al joven en la búsqueda de un camino de aprendizaje.

#### **2.4 LECTURA Y ADOLESCENTES**

"La vida del individuo, desde el nacimiento hasta la edad adulta, constituye una todo en constante desenvolvimiento, pero este presenta fases definidas que requieren tratamientos adecuados. Cada período tiene sus características; pero es, a la vez, una continuación del que le antecede y una preparación de los subsiguientes"<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> *Adolescencia, sus problemas y su educación. A. Camero Leau. México. Ed. Hispanoamericano. 1981. Pag. 89*

La adolescencia es la etapa de la vida entre la niñez y adultez, cronológicamente hablando va de los 12 a los 16 años. Hablar de adolescencia es hablar de cambios a nivel físico y psicológico; unos órganos aparecen, otros se modifican y surgen y se acentúan variaciones de las diversas partes del cuerpo y de sus relaciones recíprocas. A nivel social es común que el adolescente busque separarse de su familia debido a la incompreensión frente a sus intereses, lo que lo lleva a formar grupos de amigos en donde prima "la libertad para vivir". Los grupos preparan y ajustan desafíos y riesgos que se combinan con sus sentimientos y emociones, los modelos de vida se transforman en ídolos, situación que preocupa especialmente a los padres que sienten perder su autoridad frente a la transformación de sus hijos.

Se puede decir que la etapa de la adolescencia en el aspecto psicológico se caracteriza por inestabilidad emocional, búsqueda de identidad, introversión y aislamiento, sentimiento contradictorio de emancipación y sometimiento y el deseo de que se respete su visión frente al mundo.

Toda relación interpersonal requiere de interdependencia, es decir de darse espacio y darle espacio al otro, logrando en lo posible la satisfacción de las necesidades básicas de las personas relacionadas, al respecto los adolescentes tienen unas necesidades particulares y es aquí donde podemos iniciar en la pasión por la lectura, estas necesidades son punto central para el trato y manejo de los jóvenes por parte de los maestros y padres.

Considerando algunos se tienen:

1. Necesidad de afecto: El apoyo y el cariño son fundamentales en esta etapa sin caer en protecciones y menos en irrespetos, por el contrario lo importante es respetar su virtual independencia.
2. Necesidad de un ambiente estable: Sin duda se hace referencia en esta necesidad a la importancia del hogar y la construcción de un verdadero ambiente familiar en donde se respeten los derechos de los jóvenes y se conlleven sus deberes.
3. Necesidad de formación de valores: En la ansiedad desmedida de independencia y juicio adolescente y crítico frente a su vida el adolescente está abierto a un encuentro de normas y valores justos que refuercen sus intereses y opiniones, el maestro o autoridad moral del joven debe enseñar estos valores a nivel intelectual y sobre todo ejecutarlos con sus comportamientos, así el ejemplo le dará confianza y seguridad al adolescente.
4. Respeto por su independencia: Dejar que el adolescente se autoanalice que se trate de conocer, respetando su privacidad y teniendo un acercamiento espontáneo y no simulado.
5. Derechos y deberes: Es propio escuchar del joven la necesidad de exigir derechos pero es conveniente recordarle también sus deberes exaltando la igualdad, provocando así una reacción de compromiso y responsabilidad.
6. Necesidad de socialización: Hay que hacerle ver al joven la importancia de una interacción en grupos de ambientes sanos y en donde se valoren los miembros por lo que son.

En cada una de las necesidades se percibe la ansiedad y el deseo por saber más, por descubrirse y situarse en su realidad, factor que facilita la adquisición del gusto por la lectura, puesto que es el medio o canal propio para alcanzar el conocimiento, la lectura no brinda sólo intelectualidad sino diversión.

Más del 80% de oyentes de radio y aficionados al video son adolescentes motivo por el que se puede recurrir a estos medios para desarrollar el gusto por la lectura. Los jóvenes ven que sus intereses son los mismos de sus amigos, los programas de T.V. responden a su situación, en la radio los invitan a ser ellos mismos, dándoles lo que quieren. Todos estos elementos contribuyen a la búsqueda de una nueva alternativa de promoción a la lectura, emplear los gustos de los adolescentes para promover el gusto por la lectura.

En conclusión, la adolescencia es una época de la vida plena de transformaciones físicas y psíquicas que contribuye a una reestructuración completa del mundo.

"Este período de transformaciones que tantas veces llega a su término sin grandes complicaciones, muchas veces va acompañado de conflictos en todos los órdenes. Incluyendo también la lectura. El libro que al fin y al cabo no es más que una experiencia humana el leer de molde, debería ayudar al adolescente en la búsqueda de su realidad y en su afán de situarse en su tiempo y en su ambiente"<sup>7</sup>

Adquirir el hábito de leer es realmente difícil. No se llega a ser buen lector de la noche a la mañana. El proceso que determina la formación de un adecuado hábito de lectura se

---

<sup>7</sup> *Tiempo libre de los hijos*. José Luis Valera, Editorial Eunza. Pamplona 1990. 5a. De. Pág. 123.

inicia en la infancia y se prolonga a través de la vida; donde se irán logrando habilidades y destrezas que harán cada vez menos difícil y por lo tanto más placentero el acto de leer.

La lectura a partir de los medios de comunicación, aspecto que se profundiza en capítulo que se presenta a continuación, ofrece una perspectiva de los medios que sugiere no solo el alcance de éstos sino que también brinda posibilidades y aplicaciones de los mismos a la enseñanza. En esta perspectiva hay que destacar la importancia cada vez mayor que se asigna al enfoque del sistema para encarar el análisis y la solución de problemas de la enseñanza, con particular atención al papel que en ella desempeñan los medios. Los medios de comunicación representan una parte importante del sistema de instrucción, particularmente cuando se trata de aquellos aplicados al aprendizaje.

### 3. LECTURA A PARTIR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cada uno de los medios de comunicación se encargan de contribuir en una forma determinada en el plano pedagógico, sin embargo es preciso aclarar el aporte que la radio y el video dan al proceso lector, el cual básicamente consiste en despertar la motivación hacia el desarrollo de destrezas y habilidades comunicativas.

#### *3.1 EL MODELO DE LECTURA CENTRADO EN LOS EFECTOS DE LA RADIO Y EL VIDEO*

Todos los medios de comunicación buscan ser semejantes a la realidad, su función es proporcionarle al receptor lo que él necesita para fantasear y "perfeccionarse", para ello el medio busca un intercambio comunicativo, el mensaje se pretende dar adquiriendo identidad inconfundible entre los protagonistas de la interacción comunicativa.

El común denominador de la educación y los medios es la adquisición y retroalimentación de un mensaje, más vivamente comprobado en la enseñanza pero también utilizado en los medios para comunicar y lograr aceptación. Se considera al educando -perceptor, un ser activo, comprometido con su realidad.-

En busca de aliar estos dos ámbitos se crean modelos poco lineales y transparentes en favor de la educación o formación.

El modelo de la lectura es una de las alternativas que surgen de la integración de medios de comunicación y educación. Los medios contemplados en este modelo son la radio y el video. La población o punto de encuentro de estas actividades son los adolescentes a quienes va dirigido el proyecto.

A partir del radio y video el adolescente puede:

- a) Contrastar su realidad con lo que le presentan.
- b) Adquirir información.
- c) Profundizar temáticas.
- d) Espacios de discusión e intercambio de información.
- e) Exploración e investigación.
- f) Sintetizar y crear.
- g) Evaluar, analizar y dar posibles soluciones a problemas y realidades.

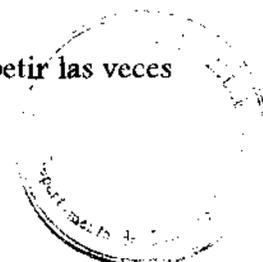
Es importante aclarar que no se está contemplando la posibilidad de trabajar la radio ni el video educativos, por el contrario a partir de los programas radiales juveniles y de los videos más promocionados se incita al joven a la lectura.

En sí el modelo de lectura pretende satisfacer la necesidad del adolescente por conocer y descubrir su realidad a través de la lectura.

1. El primer paso para la ejecución del proyecto es la adquisición del personal propio para la ambientación y promoción de lectura.
2. El animador se involucra con la lectura para adolescentes y las alternativas de video y radio en el país.
3. Identificar las necesidades de los jóvenes inscritos en el proyecto.
4. Análisis de los recursos necesarios y disponibles del plantel educativo donde se piensa efectuar el proyecto.
5. Efectuar talleres creativos en busca del amor a la lectura después de ver un video o escuchar la emisora de su agrado.

### *3.2 CARACTERÍSTICAS DE RADIO Y VIDEO QUE FACILITAN LA PROMOCIÓN A LA LECTURA EN ADOLESCENTES.*

1. Son medios de comunicación que permiten motivar con facilidad al adolescente.
2. La adquisición de conocimiento en forma dinámica.
3. El análisis de programas o videos es sencillo, puesto que se puede repetir las veces que se necesite, en radio si se graban.



4. Reproducen las formas y colores (video) de manera muy similar a los que posee el objeto real.
5. Pueden difundir gran diversidad de materiales (dibujos, pinturas, ilustraciones, etc.)
6. Son útiles para adquirir habilidades e información - formación de actitudes.
7. Facilidad de manejo de estos equipos por los interesados.
8. Acercan al joven a su realidad.
9. convierten a los promotores en programadores de medios.
10. Hacen cambiar actitudes e acciones sin son enfocados y analizados efectivamente.

A partir de programas radiales de moda, informativos, musicales, etc., videos de acción, dramas, controversia, etc., el promotor puede acercar al joven a sus intereses; la locución y comunicación son algunas de las posibles alternativas al plan de trabajo, rescatan las habilidad que poseen los jóvenes en la creación, producción y locución invitándolos a la lectura de textos e imágenes. No se necesita idoneidad pero si un acercamiento a la temática de la propuesta.

### *3. RADIO Y VIDEO INVITAN A LA CREATIVIDAD*

El avance de la tecnología, expresado en invenciones como la imprenta, la radio, la televisión, la prensa, las video-grabadoras, etc. sin duda ha ocasionado un incremento en el número de lectores, pero ¿a qué denominamos lector?, ¿a quien compra el periódico cada mañana?, ¿a quien mira los titulares mientras desayuna?, ¿a quien

escucha al locutor de noticias en la radio o en la televisión mientras ojea un periódico o una revista?

Quien tiene la capacidad de oír, no por eso sabe escuchar radio, quien posee una óptima visión, no por eso sabe leer, quien descodifica los grafemas en un escrito, no por esto sabe leer. La lectura reflexiva es la única que posibilita un enfrentamiento crítico con la realidad. Únicamente quienes se capaciten en el entrenamiento crítico de los medios, pasarán de una actitud pasiva a una actitud activa inminentemente crítica.

El fenómeno de los medios masivos de comunicación (en este caso radio y video) preocupa profundamente a sociólogos, psicólogos, educadores, comunicadores, etc., pues sin duda representa un nuevo modo de hacer cultura. El hombre de la sociedad moderna está culturizándose a través de la sofisticada tecnología de las comunicaciones que le entrega mensaje en forma de "paquetes" que forma una especie de mosaico en pedazos, una especie de colcha de retazos sin ordenamiento lógico ni estructuración interna entre sí.

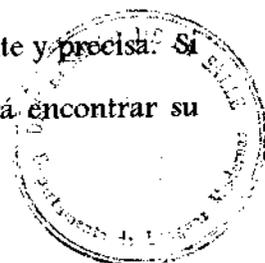
La radio, el video, la televisión, la prensa, etc., están entregando permanentemente al público mensajes elaborados con una refinada técnica expresiva y cuyas características generales son:

- Tienen un objetivo preciso.
- El destinatario es la masa o colectividad.
- El empleo de formas atractivas en la transmisión del mensaje.

Estos elementos permiten concluir que realmente los medios de masas están creando un ambiente cultura. Los individuos diariamente son bombardeados por estos medios con una cantidad enorme de informaciones desordenadas que van dando como resultado lo que muchos llaman una "cultura de mosaico", heterogénea y fragmentaria.

Este conjunto de informaciones dirigido fundamentalmente a la satisfacción de los gustos de las mayorías modela entonces un tipo de cultura. Ser culto en este contexto significa entonces estar informado y ser capaz de hacer síntesis de multitud de cosas que transmiten los medios de masas. La cultura de masas implica, pues, un "saber común" que conduce a la sociedad hacia una uniformidad informativa mediante la cual los individuos son masificados, es decir, se les imprime una misma mentalidad gregaria y manipulada para que sigan las opiniones y adopten los comportamientos sugeridos por los medios de masas.

La moderna tecnología de los medios de comunicación está cuestionando seriamente el sistema escolar tradicional a tal punto que puede llegar más pronto de lo que nos imaginamos a cambiar completamente el sistema y sus relaciones. Muchos educadores ya están comenzando a darse cuenta de que la educación misma es fundamentalmente un proceso de comunicación y que sus métodos y prácticas son incompatibles con los medios de comunicación social. El profesor, emisor e informador ya está mandado a recoger, porque ahora los medios, que son fundamentalmente informadores (radio, video, prensa, televisión, etc.), presentan los mensajes en forma más didáctica, convincente y precisa. Si bien la relación alumno-profesor deberá permanecer, el profesor deberá encontrar su



puesto como verdadero comunicador y animador de grupos que se autoeducan. La escuela tradicional como recinto cerrado, enmarcado por cuatro paredes, tal como funciona aún en países latinoamericanos, es incompatible con los medios de comunicación social.

Es importante hacer hincapié en que el profesor actual ya no es un informador. La información le llega a los estudiantes a través de la radio, el video, el cine, la televisión, las revistas, los carteles publicitarios, los libros, en fin, lo que se conoce como medios audiovisuales. Ante esta realidad, la palabra del profesor tradicional y el texto escolar nada o muy poco tiene que hacer.

En lo que a este proyecto compete, promoción de lectura, el modelo de profesor moderno será más o menos una especie de entrenador, o técnico de un equipo de fútbol que emplea la dinámica de grupos para llevar a sus alumnos a un proceso de compromiso fruto de un trabajo en equipo. El objetivo primordial buscado por el profesor será el de llevar al alumno a un compromiso profundo en el proceso didáctico.

La promoción de la lectura en los adolescentes puede emprender una acción frente a la actividad opresora y esclavizante de los medios de comunicación. Al promover la lectura mediante la radio y el video, se pretende crear en el adolescente un sentido crítico. Estos medios transmiten informaciones y mensajes ocultos que tratan de domesticar y masificar al hombre y para llegar a develar estos mensajes es necesario preparar al joven para que retenga lo que le aprovecha y sepa ser selectivo en aquello que de un modo u otro le es nocivo en su formación integral.

A través de la promoción de la lectura mediante el uso de la radio y el video se estimula al estudiante a que se exprese por sí mismo utilizando otros medios a su alcance: elaboración de carteleras, periódicos locales, murales, sonovisos, programas de radio elaborados por ellos mismos, dramatizaciones, etc.

Todas estas actividades pueden tener la ventaja, si son bien orientadas, del desarrollo de la creatividad, estableciendo un nuevo tipo de relaciones de los alumnos con la realidad (y no con la ficción) y con los nuevos valores. Con estas acciones se trata de asumir una actitud pedagógica nueva frente al alumno para hacer de él una persona crítica, pensante y creadora.

## ANEXO No. 1

### ANÁLISIS ESTADÍSTICO

#### ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA

#### “RADIO Y VIDEO COMO ALTERNATIVAS PARA PROMOVER LA LECTURA EN ADOLESCENTES”

##### 1. CRITERIOS PARA LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Para la aplicación de la encuesta se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

1. Población: 196 adolescentes de los grados 8º y 9º. 50 hombres y 50 mujeres.
2. Lugar: Colegio Ma. Auxiliadora de Soacha (femenino)  
Colegio Militan Juan José Rondón de Funza

3. Preguntas: Se elaboro un cuestionario con diez preguntas, 9 de carácter cerrado y una abierta. 6 preguntas relacionadas con la radio, 3 relacionadas con el video y una interrelacionando radio y video, como alternativas para promover la lectura.
4. Objetivo: A través de la aplicación de la encuesta se logró determinar la tendencia radial y de videocintas de los adolescentes, con el fin de enfocar las actividades que se proponen en el módulo de manera que llenen las expectativas de ellos.

## 2. ANÁLISIS DE LAS GRÁFICAS

### 1. GRÁFICA - PREGUNTA No. 1 (¿Escuchas radio?)

De acuerdo con la tabulación de la encuesta, se observa en la gráfica que el 100% (1986 encuestados) de la población escucha radio. Esto indica que la radio se ha convertido en un medio de comunicación al que fácilmente todos los adolescentes tienen acceso y el cual es utilizado con mucha frecuencia.

### 2. GRÁFICA - PREGUNTA No. 2 (Frecuencia preferida)

Es evidente según la gráfica que el porcentaje de adolescentes que escucha FM supera ampliamente a aquellos que prefieren AM. Con base en lo anterior se concluye que la programación de las emisoras de FM es mucho más atractiva e interesante para los adolescentes.



3. GRÁFICA - PREGUNTA No. 3 (De la siguiente lista señala los programas que frecuentemente escuchas:

- a. Programas deportivos
- b. Programas de opinión
- c. Programas musicales
- d. Programas informativos
- e. Radionovelas
- f. Otros

Al observar los diferentes niveles de interés de los adolescentes por los programas que se plantean en la pregunta, se comprueba que definitivamente los musicales mandan la parada en los gustos juveniles.

4. GRÁFICA - PREGUNTA No. 4 (¿Tienes alguna emisora preferida?)

En la gráfica se mencionan las tres emisoras favoritas de los adolescentes, situación que reafirma el análisis realizado a la pregunta No. 2, ya que estas emisoras están ubicadas en el FM. También se observa que la mayoría de los jóvenes expresa su preferencia por su emisora.

A continuación se mencionan otras emisoras, que sin aparecer en la gráfica fueron relacionadas por los jóvenes al responder la encuesta:

EMISORA	CANTIDAD QUE LA PREFIERE
• Radio "K"	1
• 99.1	2
• La "X"	7
• Tropicana Stereo	12
• Acuario	9
• Olímpica Stereo	4
• Minuto de Dios	1
• Melodía Stereo	1
• Candela Stereo	1
• Beverly Hills	1
• La "Z"	1
• Cerros Stereo	3
• Caracol Stereo	3
• 104.9	3

5. GRÁFICA - PREGUNTA No. 6 (En orden de importancia que programas escuchas en tu emisora preferida?)

En la gráfica se hace mención a los cinco programas de mayor audiencia por parte de los adolescentes, los cuales son transmitidos por las emisoras citadas como preferidas en la anterior pregunta. Además se observa un mínimo porcentaje de preferencia por otros programas, los cuales se mencionan a continuación:

PROGRAMA	CANTIDAD QUE LA PREFIERE
• Las 20 latinas	3
• Las 28 prendidas	1
• El túnel	6
• Lluvia de estrellas	1
• El platano	1
• El cielo	1
• Ídolos 2000	1
• El color de la noche	1
• El recreo	1
• Súbele el volumen	5
• Canciones dedicadas	1
• Viva el sábado	1
• Me quiero salir	1
• Los duros de la semana	1
• La megasiesta	1

• Top - 20	2
• La hora del vallenato	1
• La Zaranda	3
• Polémica deportiva	2
• Top-30	2
• Top - 9	3
• 5 x 5	2
• La rocola	2
• fin de semana	1
• Sintonía de locura	1
• El trancón	1
• Toneladas de música	1
• Rincón caliente	1
• Las mezclas	3
• Top - 10	2
• Expreso del rock	2
• Vicjitas pero sabrosas	2
• Contacto	1
• Vallenatos de oro	2
• La luciérnaga	1
• Top - 40	1



6. GRÁFICA - PREGUNTA No. 6 (Escuchas estos programas porque:
- |                            |              |
|----------------------------|--------------|
| a. Divierten               | b. Instruyen |
| c. Te sientes identificado | d. Recrean   |
| e. Informan                |              |

La gráfica muestra que más de la mitad de los adolescentes encuestados están interesados en la diversión que les brindan los diferentes programas antes mencionados, antes que en la instrucción, información y/o formación integral que puedan obtener de ellos.

7. GRÁFICA - PREGUNTA No. 7 (¿Tienes acceso al video?)

Según la gráfica, aproximadamente  $\frac{3}{4}$  partes de la población encuestada tiene un fácil acceso al video como medio de información y diversión.

8. GRÁFICA - PREGUNTA No. 8 (¿Qué clase de videos alquilas?)
- |             |             |
|-------------|-------------|
| a. Ficción  | b. Drama    |
| c. Cultural | d. Acción   |
| e. Romance  | f. Animados |
| g. Comedia  | h- "x"      |
| i. Otros    |             |

Los videos que causan mayor interés, según se observa en la gráfica, son los de acción y comedia, mientras que los demás conservan un bajo pero nivelado porcentaje de audiencia.

9. GRÁFICA - PREGUNTA No. 9 - Observas estos videos porque:

- a. Divierten
- b. Instruyen
- c. Te identificas con ellos
- d. Recrean
- e. Informan

Al igual que la pregunta No. 6, los videos son un medio preferido para la diversión, antes que para la información, instrucción o formación integral.

10. GRÁFICA - PREGUNTA No. 10- Consideras que las emisoras escolares y los videoforos (análisis de videos), hacen aportes a tu formación integral?

La gráfica muestra que la mayoría de los jóvenes cree en las emisoras escolares como medio de formación, información, instrucción, diversión y comunicación, lo cual señala la gran necesidad de implementar programas de formación integral utilizando estos dos medios de comunicación.

**"RADIO Y VIDEO COMO ALTERNATIVAS PARA PROMOVER  
LA LECTURA EN ADOLESCENTES"**

NOMBRE: \_\_\_\_\_  
 COLEGIO: \_\_\_\_\_  
 GRADO: \_\_\_\_\_  
 EDAD: \_\_\_\_\_

MARCA CON UNA EQUIS (X) LA OPCIÓN QUE  
 MÁS SE IDENTIFIQUE CON TUS GUSTOS:

1. ESCUCHAS RADIO?

  
 SI

  
 NO

2. FRECUENCIA PREFERIDA:

  
 AM

  
 FM

3. DE LA SIGUIENTE LISTA SEÑALA LOS  
 PROGRAMAS QUE FRECUENTEMENTE  
 ESCUCHAS:

- a. Programas deportivos
  - b. Programas de opinión
  - c. Programas musicales
  - d. Programas informativos
  - e. Radionovelas
  - f. Otros
- Cuales? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

4. TIENES ALGUNA EMISORA PREFERIDA?

  
 SI

  
 NO

CUAL? \_\_\_\_\_

5. EN ORDEN DE IMPORTANCIA, QUÉ  
 PROGRAMAS ESCUCHAS EN TU EMISORA  
 PREFERIDA?

- a. \_\_\_\_\_
- b. \_\_\_\_\_
- c. \_\_\_\_\_

6. ESCUCHAS ESTOS PROGRAMAS PORQUE:

- a. Divierten
- b. Instruyen
- c. Te sientes identificado con ellos
- d. Recrean
- e. Informan

7. TIENES ACCESO AL VIDEO?

  
 SI

  
 NO

8. QUÉ CLASE DE VIDEOS ALQUILAS  
 FRECUENTEMENTE?

- a. Ficción
  - b. Drama
  - c. Cultural
  - d. Acción
  - e. Romance
  - f. Comedia
  - g. "X"
  - i. Otros
- Cuales? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

9. OBSERVAS ESTOS VIDEOS PORQUE:

- a. Divierten
- b. Instruyen
- c. Te sientes identificado con ellos
- d. Recrean
- e. Informan

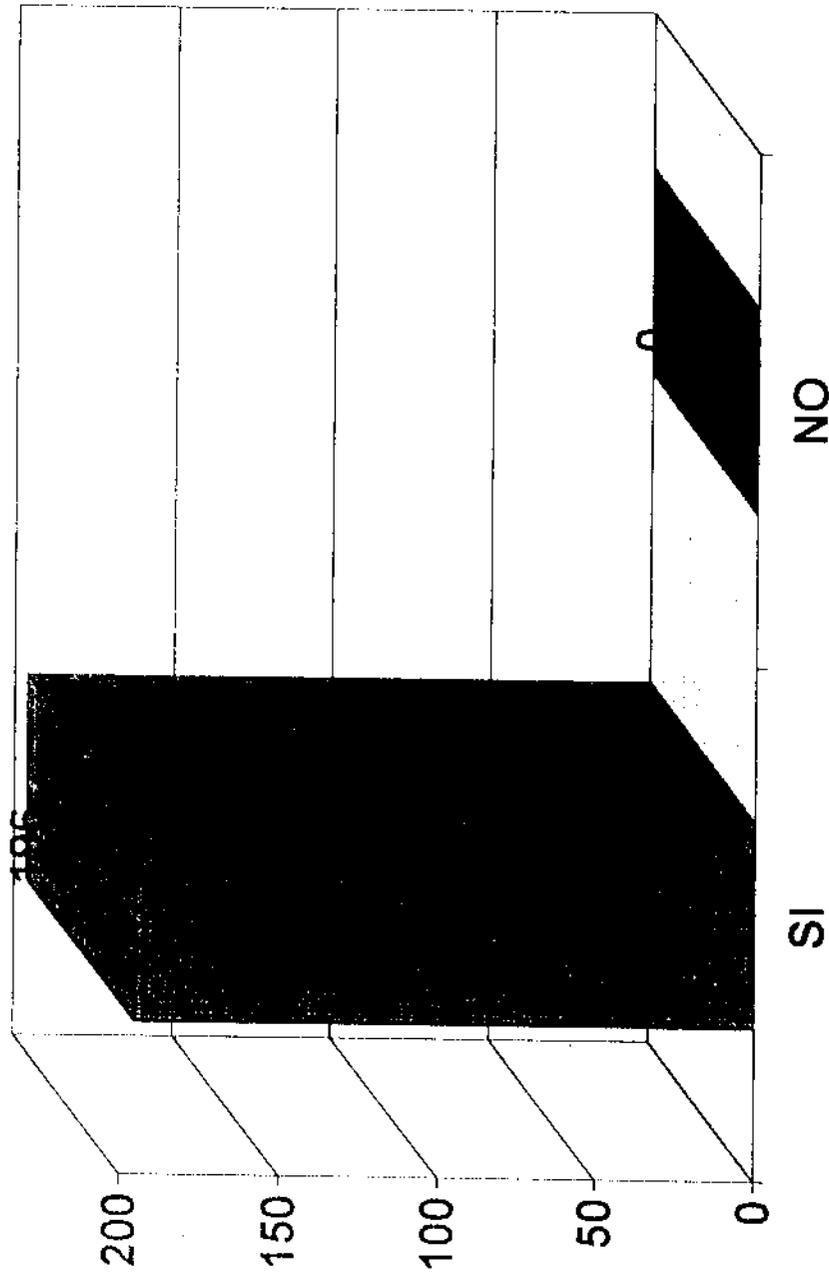
10. CONSIDERAS QUE LAS EMISORAS  
 ESCOLARES Y LOS VIDEOFOROS (análisis  
 de videos), HACEN APORTES A TU  
 FORMACIÓN INTEGRAL?

  
 SI

  
 NO

PORQUE? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

# PREGUNTA No. 1



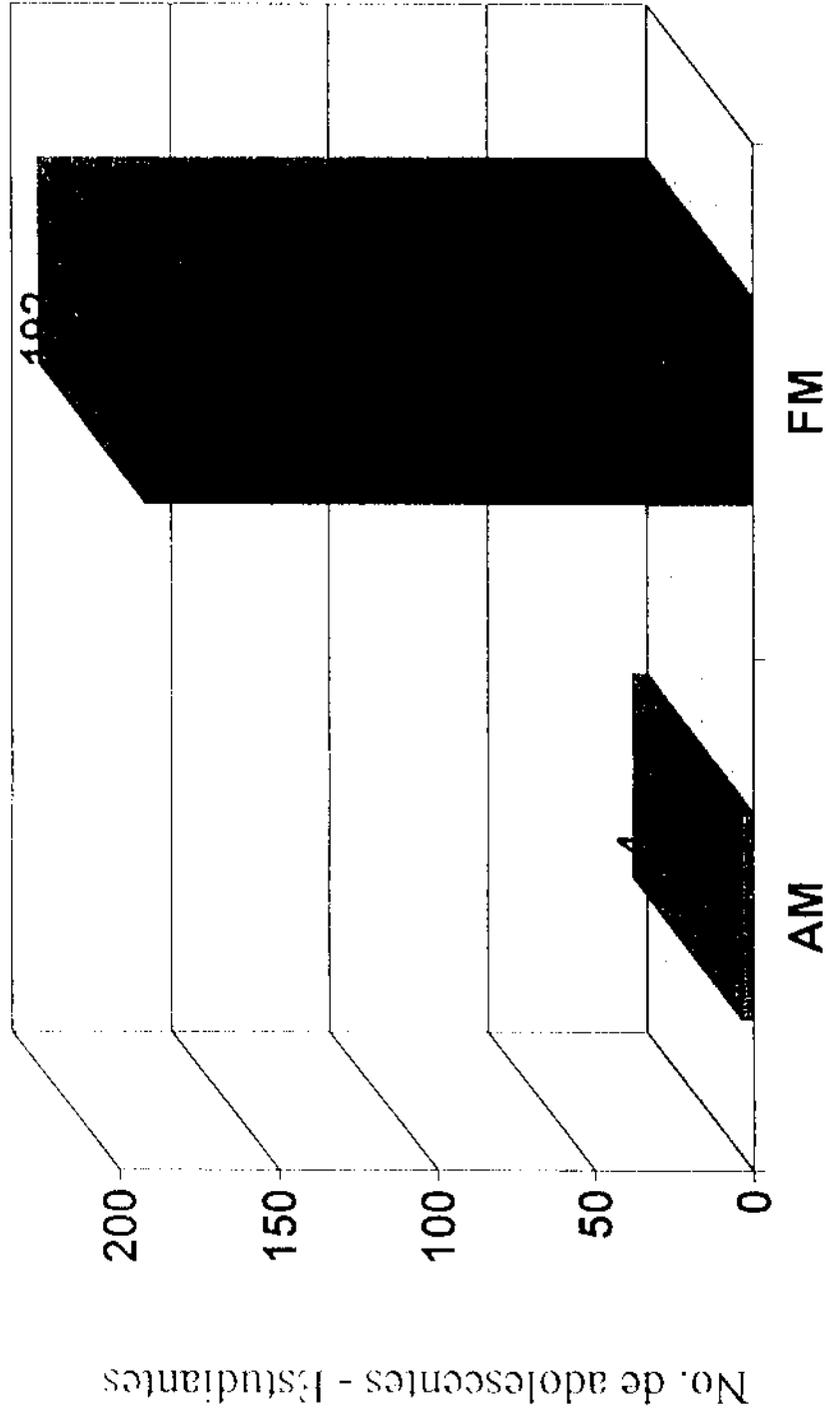
No. de adolescentes - Estudiantes



Escuchas radio ?

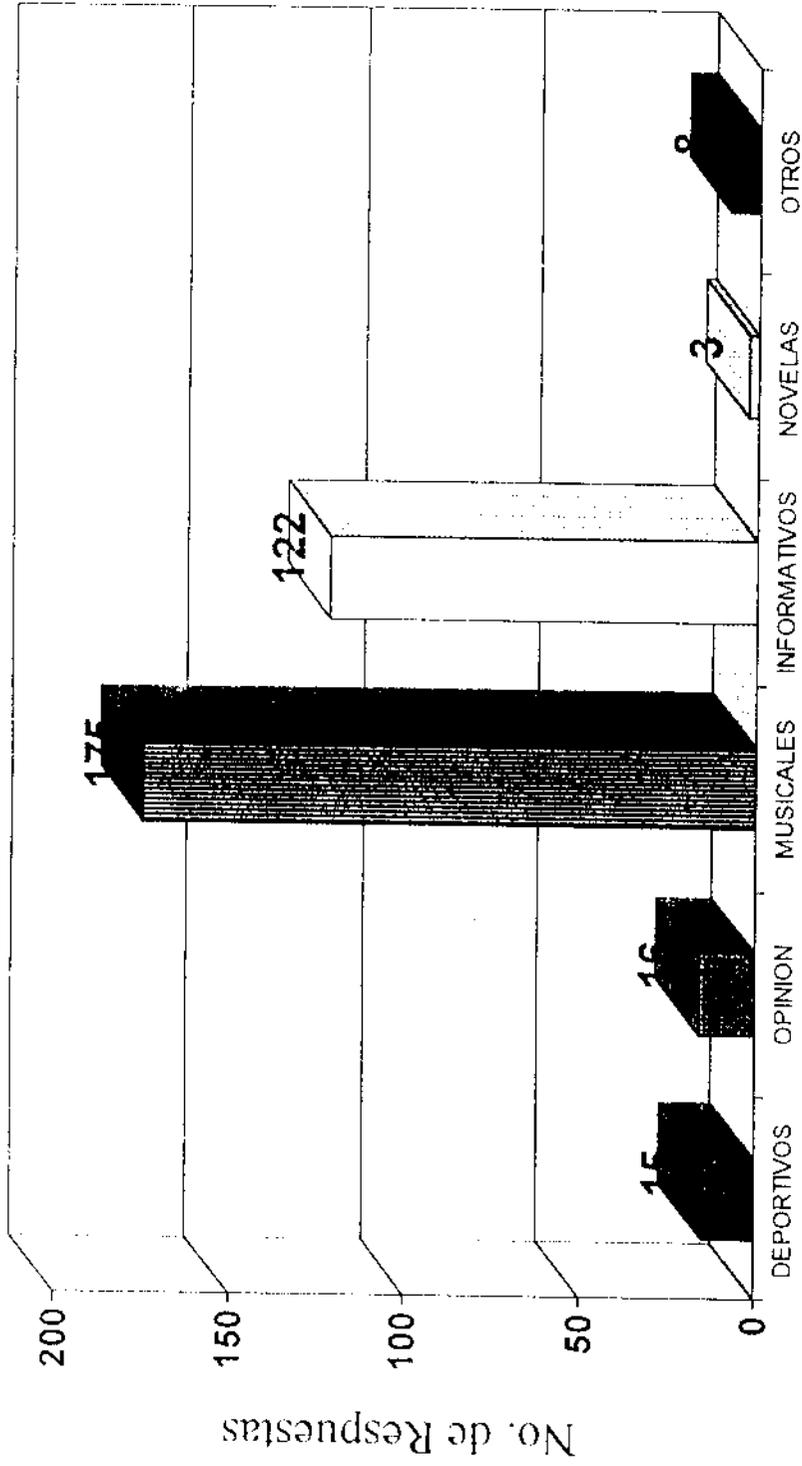
Tamaño de la muestra = 196

## PREGUNTA No. 2



Frecuencia preferida ?  
Tamaño de la muestra = 196

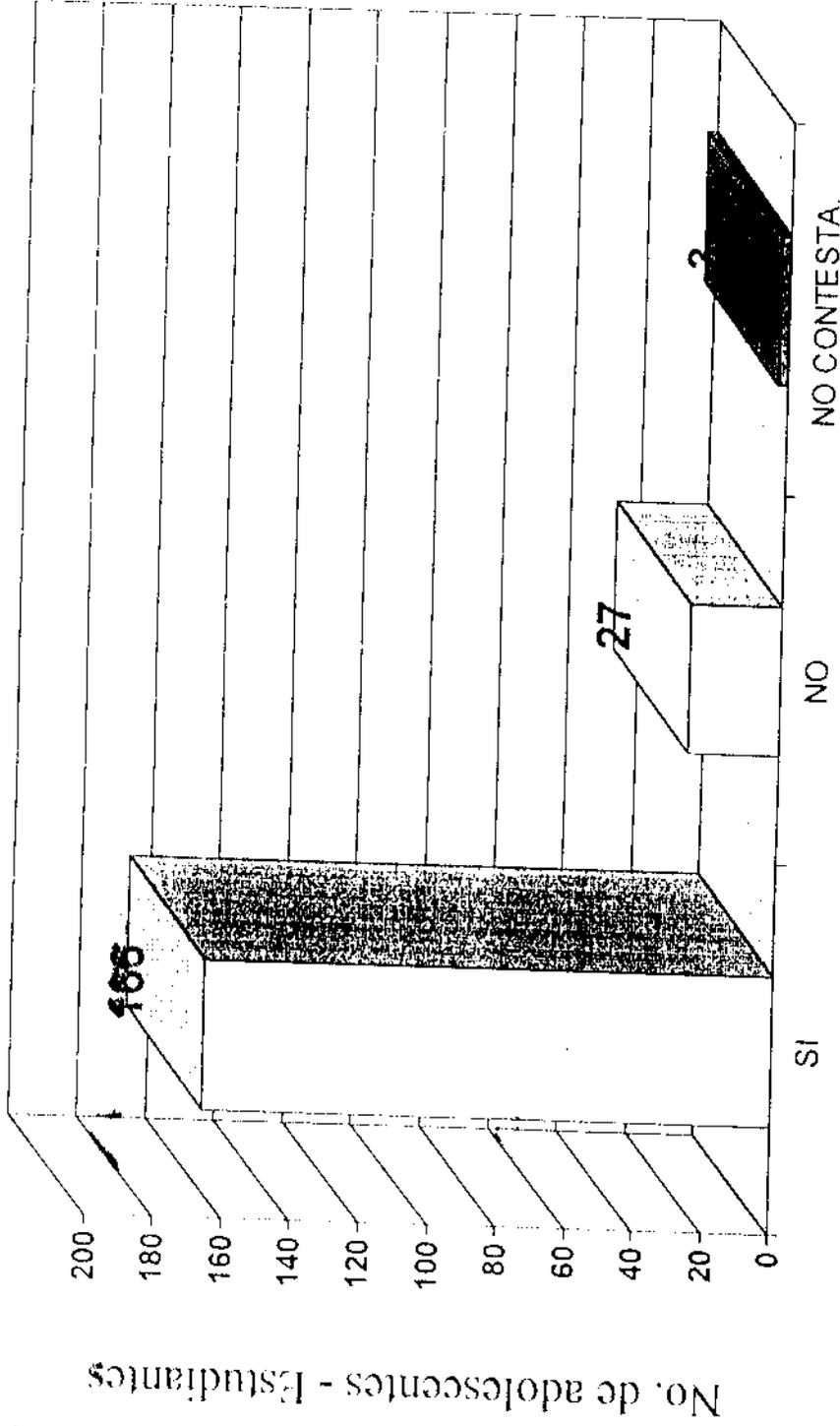
### PREGUNTA No. 3



Que tipo de programa escuchas frecuentemente ?

Tamaño de la muestra = 196 estudiantes, 339 respuestas

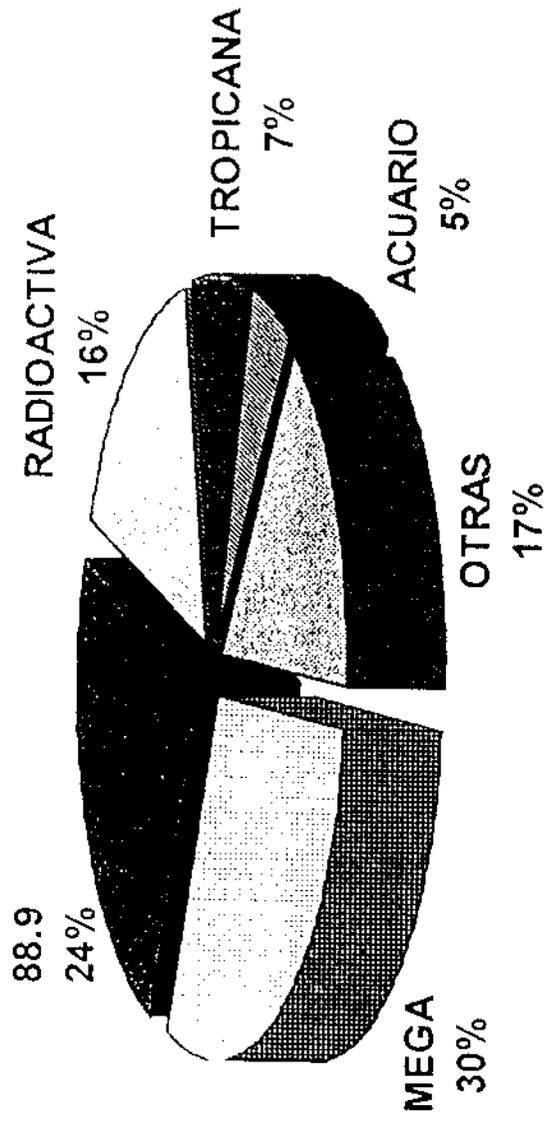
# PREGUNTA No. 4



Tienes alguna emisora preferida ?

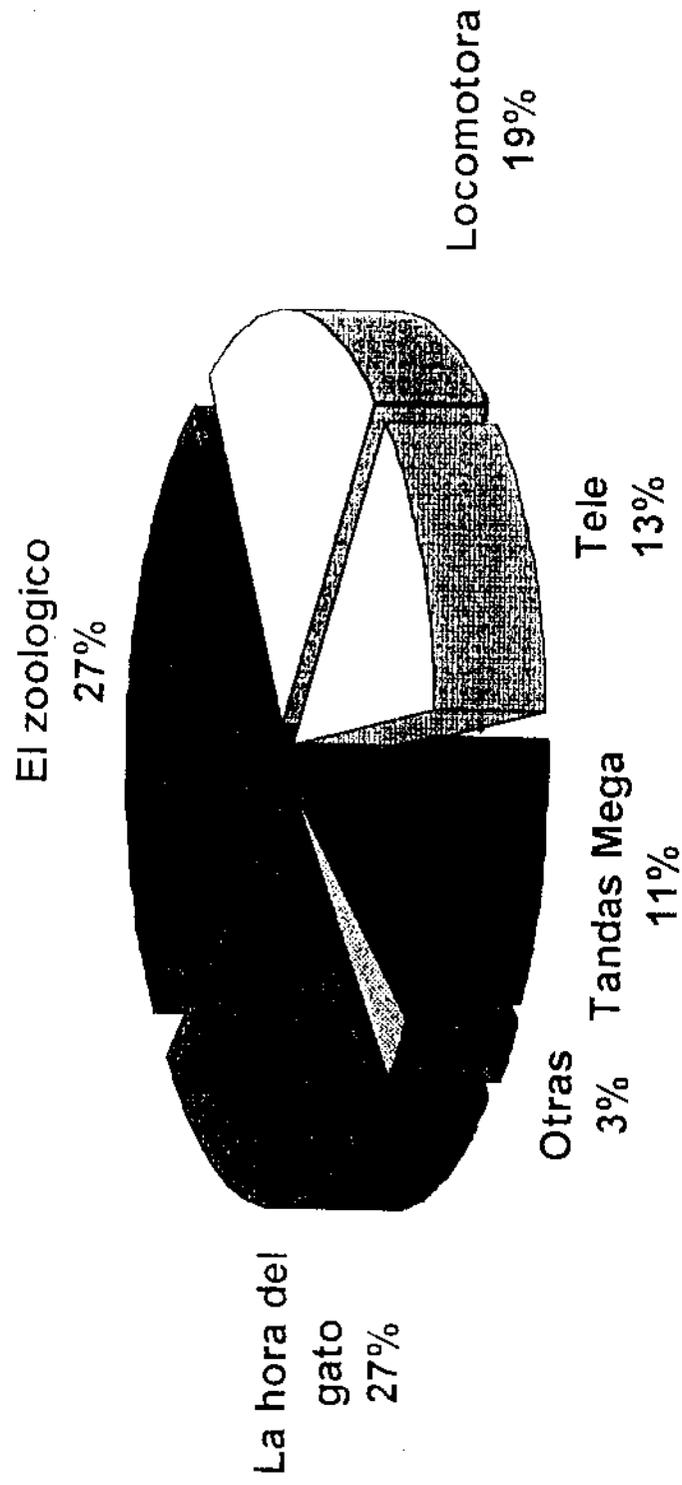
Tamaño de la muestra = 196

## PREGUNTA No. 4a



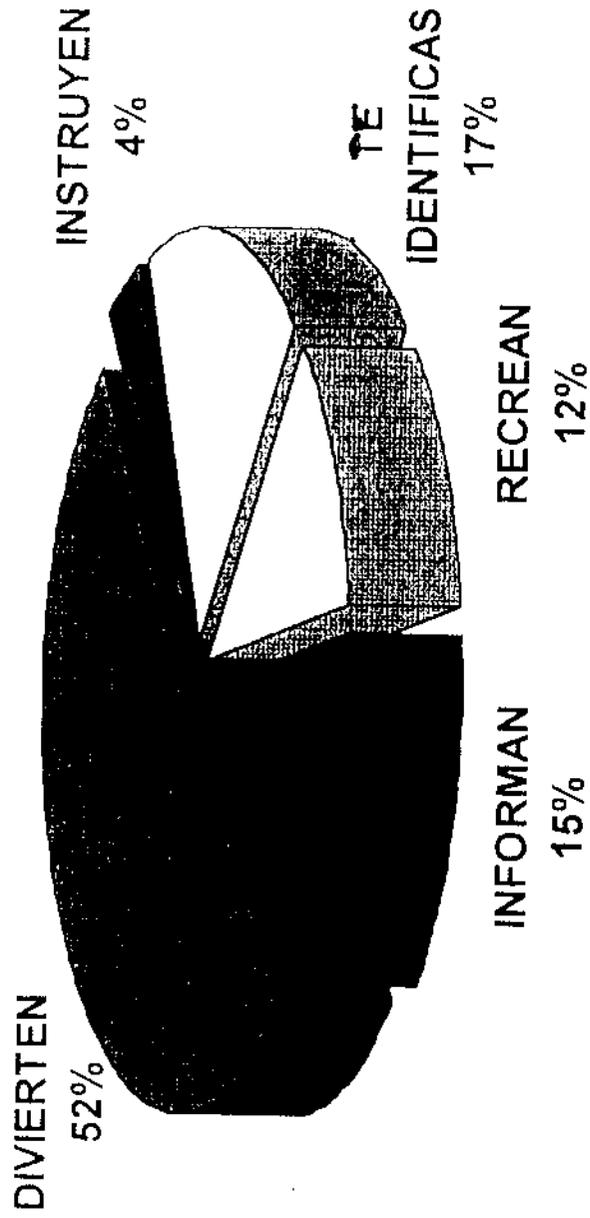
Tamaño de la muestra = 166 que respondieron tener emisora preferida

## PREGUNTA No. 5



En orden de importancia que programas escuchas en tu emisora preferida ?  
Tamaño de la muestra = 166 que respondieron tener emisora preferida

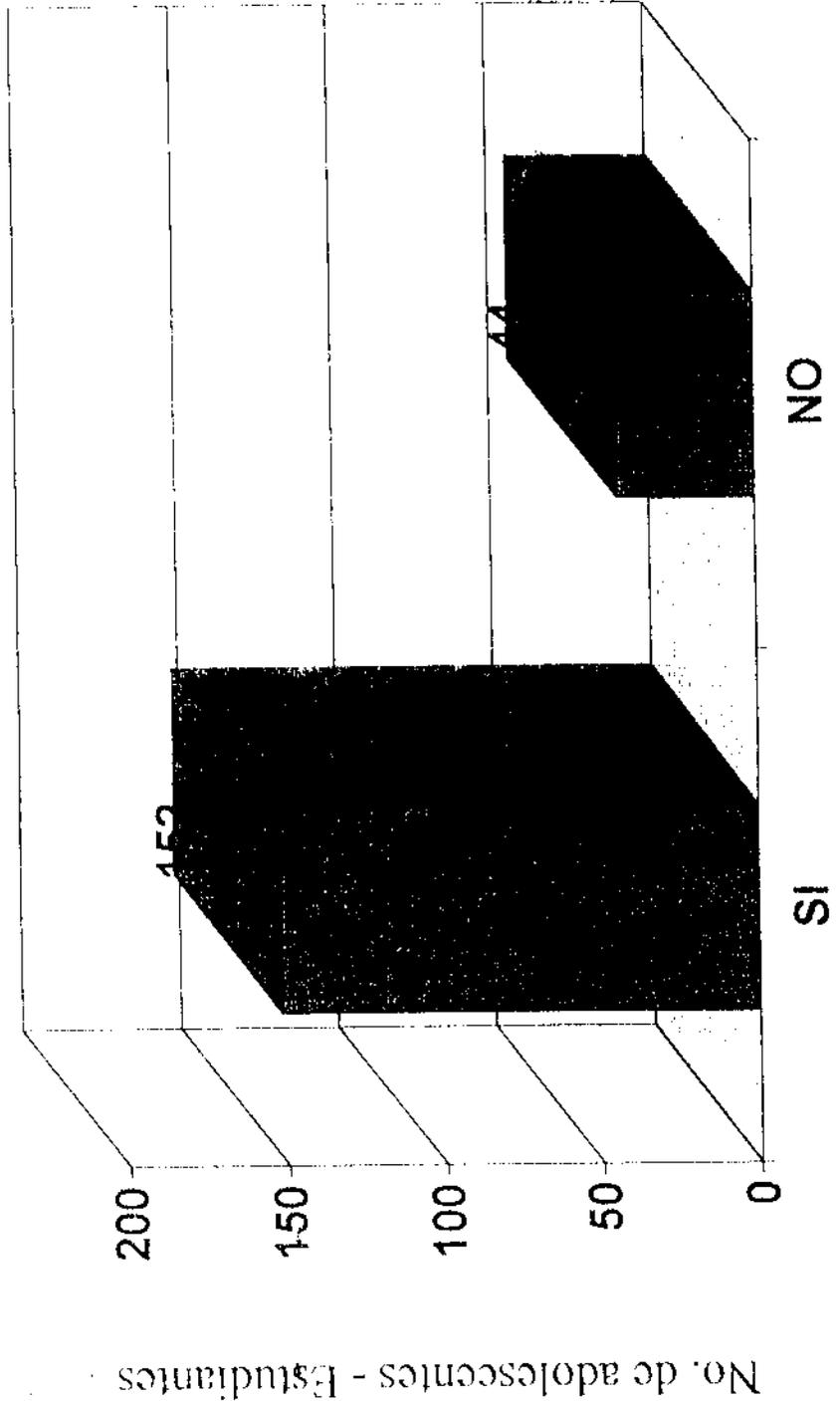
## PREGUNTA No. 6



Escuchas estos programas por qué ?

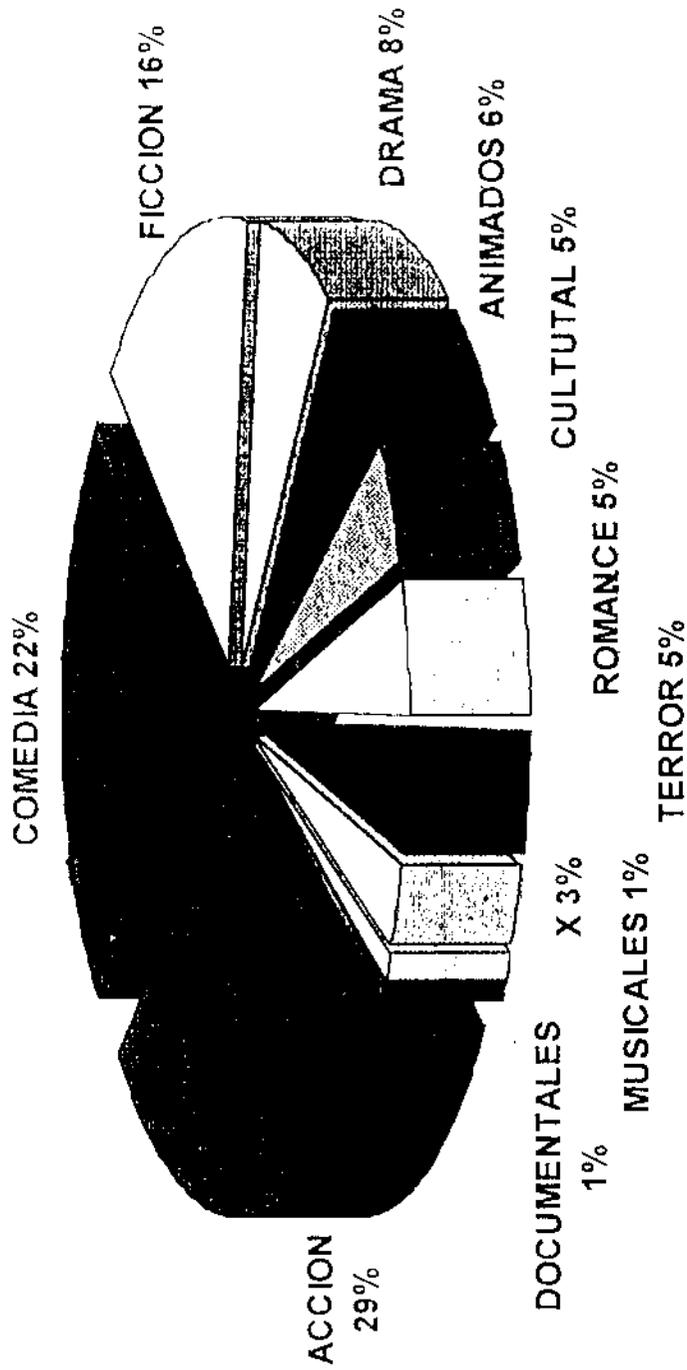
Tamaño de la muestra = 166 que respondieron tener emisora preferida

# PREGUNTA No. 7



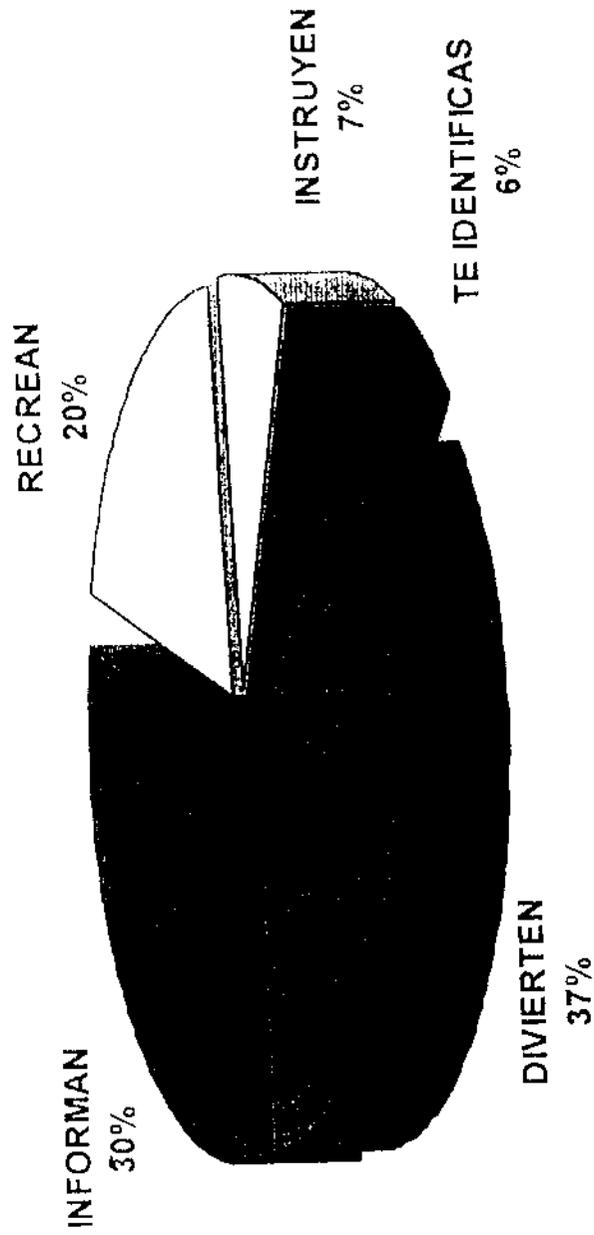
Tiene acceso al video ?  
Tamaño de la muestra = 196

## PREGUNTA No. 8



Que clase de videos alquila frecuentemente?  
Tamaño de la muestra = 152 encuestados, 377 respuestas

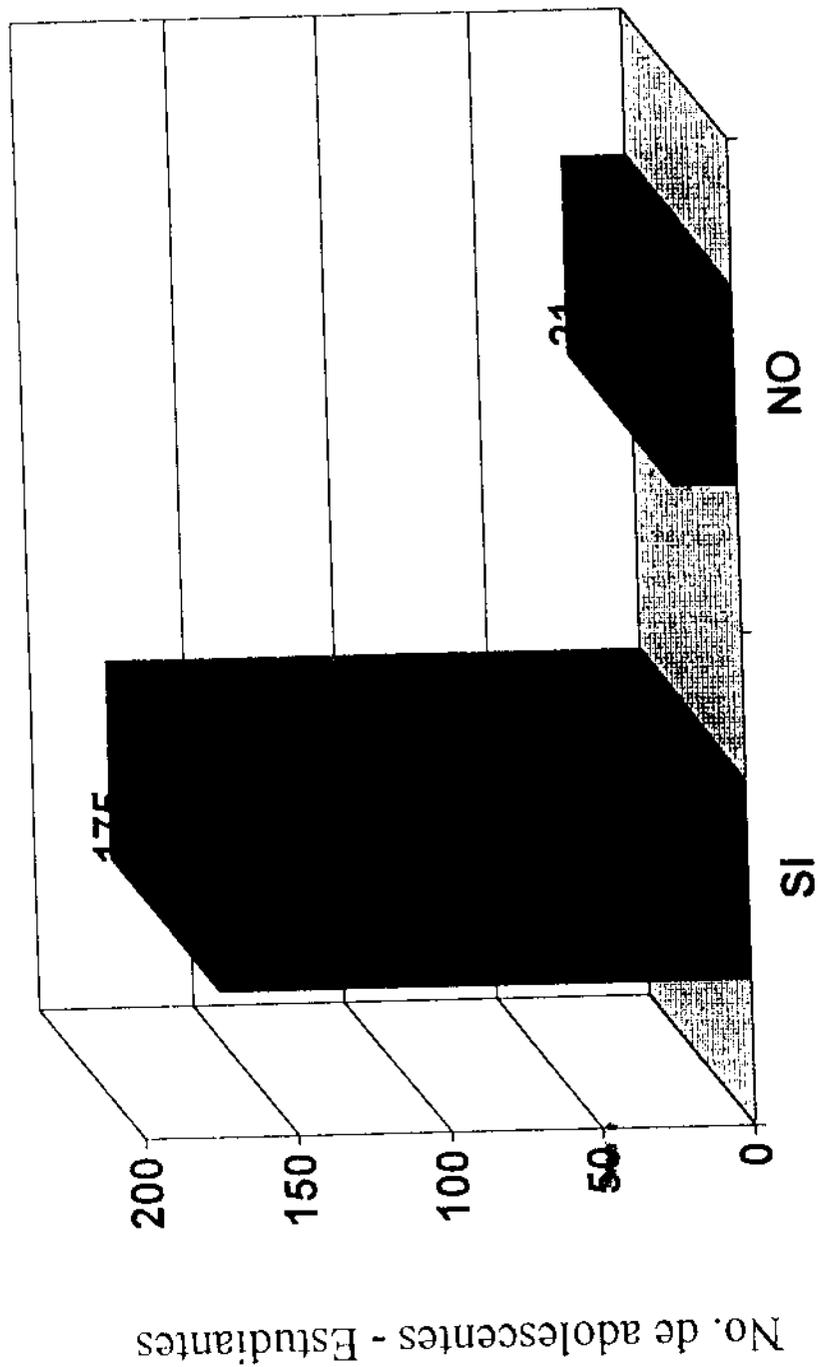
## PREGUNTA No. 9



Por qué observas estos videos ?

Tamaño de la muestra = 196 estudiantes 326 respuestas

# PREGUNTA No. 10



Concideras que las emisoras escolares y los videoforos hacen aportes a tu formación integral ?  
Tamaño de la muestra = 196



**ANEXO No. 2**

**R A E**

<b>COLOMBIA</b>	<b>UNISALLE</b>	<b>EDUCACIÓN</b>	<b>RAE</b>
<b>TITULO</b>	<b>:</b>	<b>RADIO Y VIDEO COMO ALTERNATIVAS PARA PROMOVER LA LECTURA EN ADOLESCENTES</b>	
<b>AUTOR</b>	<b>:</b>	<b>GOYENECHÉ MERCHÁN, Ana Cecilia</b> <b>ROMERO MAHECHA, Betsabé</b> <b>SEVILLA RENGIFO, Olga Lucía</b>	
<b>TIPO DE DOCUMENTO</b>	<b>:</b>	<b>Trabajo de grado de carácter descriptivo</b>	

**PALABRAS CLAVES** : Lectura, promoción, radio, video, adolescentes, creatividad, destrezas, habilidades, actividades, proyecto, comunicación, análisis, crítica, noticias, videocintas, emisoras, pedagogía, Ley General de Educación, socialización, imágenes, recursos audiovisuales, animación, módulo, didáctica, música, periodismo, sinonimia, entonimia, puntuación, redacción.

**DESCRIPCIÓN** : La propuesta educativa “Radio y Video como alternativas para promover la lectura en adolescentes”, pretende desarrollar en los jóvenes habilidades a nivel escrito y oral, propias del trabajo crítico y analítico de los medios radiales y audiovisuales (video), a través de la implementación de actividades que harán de la lectura un instrumento para la creatividad y la expresión.

El módulo, resultado de esta propuesta, está dirigido a promotores de lectura de establecimientos educativos, que inicien un proyecto pedagógico con la participación de estudiantes interesados en hacer de la lectura un instrumento para incentivar la creatividad y la expresión.

**FUENTES** : Para la realización de esta propuesta se llevó a cabo un rastreo bibliográfico, con el fin de determinar la existencia de trabajos afines. Se abarcaron entre otros, aspectos tales como: tiempo libre, ocio, Ley General de Educación, adolescentes y lectura, promoción de lectura, medios de comunicación social, intereses juveniles y pedagogía de la lectura. Así mismo se tienen en cuenta los resultados obtenidos mediante la aplicación de una encuesta.

**CONTENIDO** : El capítulo uno presenta la generalidades de los medios de comunicación social, definiendo la comunicación como un proceso mediante el cual se transmiten significados entre personas. Se hace una breve mención de la funciones que cumplen los medios de comunicación a nivel social, cultural y ambiental en los campos de la socialización y el entretenimiento. Se complementa este capítulo relacionando la comunicación con la promoción de lectura, especificando la importancia de la radio y el video.

En el segundo capítulo se enfatiza la importancia de promover la lectura desde una perspectiva pedagógica que despierte los intereses del adolescente a partir del desarrollo de habilidades y destrezas que le permitan convertir esta en un aliado de su formación integral.

Partiendo de la premisa que la lectura se ha convertido en el instrumento facilitador de la educación moderna, el tercer capítulo se centra en el manejo adecuado que se debe dar a los medios de comunicación -radio y video- para hacer de ellos aliados de la lectura, teniendo en cuenta que estos medios hacen parte de la cotidianidad del adolescente en las edades de 12 a 16 años.



La propuesta se fortalece en la presentación de un módulo anexo, enunciado en el trabajo de grado como cuarto capítulo, en el cual se da respuesta a los intereses de una población considerable de adolescentes mediante la sugerencia de 20 actividades que giran alrededor de la lectura de textos e imágenes. Este módulo pretende despertar el gusto por la lectura, a través de la creatividad y desarrollo de habilidades comunicativas.

**CONCLUSIÓN** : Los medios de comunicación -radio y video- trabajados eficazmente se convierten en una alternativa para promover y animar a la lectura, convirtiéndola en una herramienta que beneficia al adolescente en todas las áreas del conocimiento y en su formación integral.

La propuesta no sólo responde a las inquietudes del Ministerio de Educación Nacional, sino que estimula la formación de líderes educativos, quienes tendrán bajo su responsabilidad la implementación de las actividades propuestas, que con el tiempo pueden convertirse en un proyecto pedagógico con miras a mejorar la calidad de la educación en Colombia.

La propuesta se fortalece en la presentación de un módulo anexo, enunciado en el trabajo de grado como cuarto capítulo, en el cual se da respuesta a los intereses de una población considerable de adolescentes mediante la sugerencia de 20 actividades que giran alrededor de la lectura de textos e imágenes. Este módulo pretende despertar el gusto por la lectura, a través de la creatividad y desarrollo de habilidades comunicativas.

**CONCLUSIÓN** : Los medios de comunicación -radio y video- trabajados eficazmente se convierten en una alternativa para promover y animar a la lectura, convirtiéndola en una herramienta que beneficia al adolescente en todas las áreas del conocimiento y en su formación integral.

La propuesta no sólo responde a las inquietudes del Ministerio de Educación Nacional, sino que estimula la formación de líderes educativos, quienes tendrán bajo su responsabilidad la implementación de las actividades propuestas, que con el tiempo pueden convertirse en un proyecto pedagógico con miras a mejorar la calidad de la educación en Colombia.

## CONCLUSIONES

La lectura es capaz de aumentar de una manera gradual el poder asimilador y la facultad de comprensión del ser humano. Sin duda alguna, porque la lectura es la llave para la educación y, al mismo tiempo, para la participación en la vida social.

Se comprobó a lo largo de la experiencia en la realización de este trabajo, que el adolescente está dispuesto a leer, siempre y cuando se vea motivado a hacerlo. Esto implica involucrar en el proceso lectivo todas las experiencias cotidianas.

No se puede hacer de la lectura un proceso ajeno a la realidad que vive el adolescente, si se tiene en cuenta que el ser humano permanece todo el tiempo en función de éste.

La lectura es un medio privilegiado de comunicación, conocimiento y formación, pues es descubrimiento o recreación del lenguaje escrito.

Si pretendemos, como educadores, que la actividad lectora deje de ser tediosa para el estudiante, y se convierta en un placer, es necesario que adoptemos una visión novedosa e imaginativa al respecto. Es necesario dejar atrás los métodos tradicionales para dar paso a un ambiente de libertad y flexibilidad, poniendo al servicio del estudiante la realidad que le circunda.

La radio y el video, trabajados eficazmente, pueden convertirse en aliados excelentes para animar a los adolescentes a interesarse más por la lectura e involucrar este proceso como hábito en sus vidas.

Proporcionando un programa a promotores de lectura en el manejo del tiempo libre de los jóvenes, a partir del análisis de los medios de comunicación - radio y video-, se logrará un incremento representativo en las habilidades lectoras.

La promoción para la lectura se enfocada desde la perspectiva de los programas radiales y la proyección de videos que despierten el interés de los adolescentes, dará como resultado la adquisición de esta como hábito cotidiano dentro de las alternativas de aprovechamiento del tiempo libre.

Las acciones pedagógicas de toda índole orientadas a la promoción para la lectura como área fundamental del desarrollo del ser humano, arrojarán como resultado la calidad integral de los adolescentes y mejorará su competencia en las distintas ramas del conocimiento.

Los medios de comunicación -radio y video- enfocados hacia el adolescente con el fin de desarrollar su capacidad crítica y analítica, formarán jóvenes comprometidos con la sociedad actual que exige un cambio de mentalidad frente a la influencia que ejercen los medios masivos de comunicación en el comportamiento del ser humano.



## BIBLIOGRAFIA

ADAIR, John. El arte del pensamiento creativo. Legis. Fondo Editorial. Santafé de Bogota, 1992.

APARICI, Roberto y GARCÍA MANTILLA, Agustín. Imagen, video y educación. Fondo de cultura económica S.A., México, 1989.

ARGUELLO, Rodrigo. Imaginación, creación y transcreación. Serie La Palabra Creadora. Editorial Gazeta Limitada. Bogotá, 1989.

BALDELLI, Pío. Comunicación y audiovisual y educación. Universidad Central de Venezuela. Ediciones de la Biblioteca, 1982.

BERNAL ARROYAVE, Guillermo. La fiesta de la palabras. Colección Aula Alegre. Cooperativa Editorial Magisterio, 1995.

BUSQUETS, Luis. Para leer la imagen. Editorial ICCE. Madrid.

CAJIAO, Francisco A. y CLIMENT, Carlos E. Los adolescentes y el ambiente. Colección "Como fortalecer la familia". Fundavida, 1992.

CAJIAO, Francisco A. y CLIMENT, Carlos E. La sexualidad en los jóvenes. Colección "Como fortalecer la familia". Fundavida, 1992.

CAJIAO, Francisco A. y CLIMENT, Carlos E. La comuniación en la familia. Colección "Como fortalecer la familia". Fundavida, 1992.

CASTAÑEDA B, Elsa. Adolescentes de final de siglo. Fragmentación de sensibilizadores. Santafé de Bogotá, Junio de 1995.

CHARLES CREEL, Mercedes y OROZCO GOMEZ, Guillermo. Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios. Edit. Trillas, 1987.

CHARMEUX, Eveline. Cómo fomentar hábitos de lectura. CEAC Ediciones. Barcelona, España. 1992.

CHARRIA, María Elvira y BECERRA, Natalia. Relaciones alumno-maestro hacia la formación de lectores autónomos. CID - PROCULTURA - MEN - CERLALC, 1987.

CLARASÓ DANDI, Noel. El arte de perder el tiempo. José Janes Editor. Barcelona, 1982.

Código Educativo. Ley General de Educación - Cooperativa Editorial Magisterio. 1994

Constitución Política de Colombia 1991

FUNDACIÓN RESTREPO BARCO. Sonidos del silencio. Los jóvenes y la comunicación. Consejería presidencial para la juventud, la mujer y la familia. Coljuventud - UNDCP. Santafé de Bogotá, 1993.

GENEVIÈVE, Patte. Si nos dejaran leer... los niños y las bibliotecas. Procultura S.A. Editorial Kapeluzs Colombiana S.A., 1984.

GRISALLE, Juan. La creación literaria en los niños. Como estimular la creatividad. ECOE. Ediciones Bogotá, Colombia, 1991.



GROUPE FRANÇAIS D'EDUCATION NOUVELLE. El poder de leer. Técnicas, procedimientos y orientaciones para la enseñanza y aprendizaje de la lectura. Tercer Edición. Barcelona, España, 1985.

GUIRALD, Pierre. El lenguaje del cuerpo. Fondo de Cultura Económica. México, 1980.

III ENCUESTRO IBEROAMERICANO DE COMUNICACIÓN. Educación y comunicación. Quinto Centenario (1942-1992). Editorial Turner.

LEQUIZAMÓN, María Luisa. El niño, la literatura infantil y los medios de comunicación masivos. Buenos Aires. Editorial Plus Ultra.

MEMORIA DEL I CONGRESO INTERNACIONAL DE CREATIVIDAD. Universidad Javeriana. Facultad de Psicología.

MEMORIAS DEL 1er SEMINARIO INTERNACIONAL EN TORNO AL FOMENTO DE LA LECTURA. Senderos hacia la lectura Instituto Nacional de Bellas artes. 1990.

MERRIL C., Jhon. Cultura y comunicación: Medios de comunicación social. Teoría y práctica en EE.UU., y en el mundo. Fundación Germán Martínez, 1992

MISIÓN DE CIENCIA, EDUCACIÓN Y DESARROLLO. La educación para un milenio.

MONTEALEGRE A, Armando. Juegos comunicativos. Estrategias para desarrollar la lectoescritura. Colección Aula Alegre. Cooperativa Editorial Magisterio, 1995.

MUÑOZ CARDONA, Margarita. La animación, un camino para descubrir la lectura. Bogotá, agosto 1986.

NORMAS COLOMBIANAS SOBRE DOCUMENTACIÓN Y PRESENTACIÓN DE TESIS DE GRADO - ICONTEC - Programa ICONTEC - ICFES. Normalización de la documentación, 1995.

ORQUIN, Felicidad. Conferencia: La televisión información y promoción. III Simposio Nacional de literatura. Dirección General del libro y Bibliotecas. Noviembre 1982.

PEDRAZA DE, Mary Luz y GRISALES SALAZAR, Jorge. La biblioteca escolar como espacio de aprendizaje y promoción de lectura. Segunda Edición. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), Ministerio de Educación Nacional (MEN), Organización de los Estados Americanos (OEA), Instituto Colombiano de Cultura (COLCULTURA), Bogotá, 1990.

PEÑA DE VERGARA, Ma. Teresa. Los medios de comunicación: Cómo convertirlos en aliados de la lectura. Pautas para realizar una campaña de promoción de lectura a través de los medios de comunicación. Cerlalc.

SANDRONI, Laura Constanza. Lectura y medios de comunicación de masas. Cerlalc; Aique Grupo Editor; Colcultura 1992

SERCO, Esperanza. Educación Infantil. Editorial cincel. Madrid, 1990.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. Fundamentos de investigación. Editorial Limusa, México.

TORKELSON, Gerald M. Nueva pedagogía. Los medios auxiliares en la enseñanza. Librería del Colegio. Centro Regional de Ayuda Técnica. México /Buenos Aires.

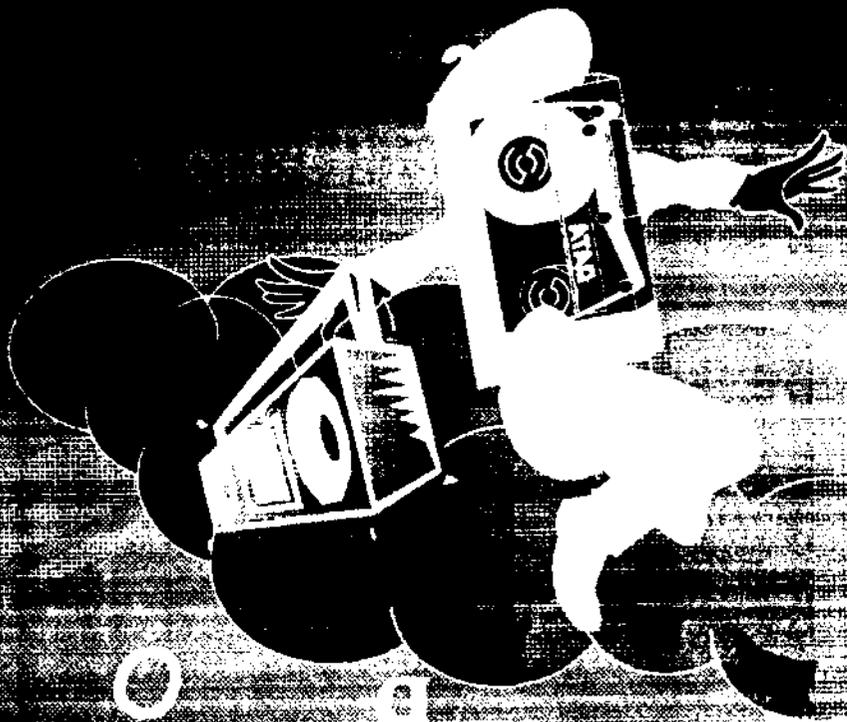
VAREA, José Luis y ALBA DE, Javier. El tiempo libre de los hijos. 5a. Edición. Editorial Eunza. Pamplona, 1990.

WAGNER, Lilya. Los efectos de la televisión sobre la cultura. Asociación colombiana para el libro Infantil y Juvenil.

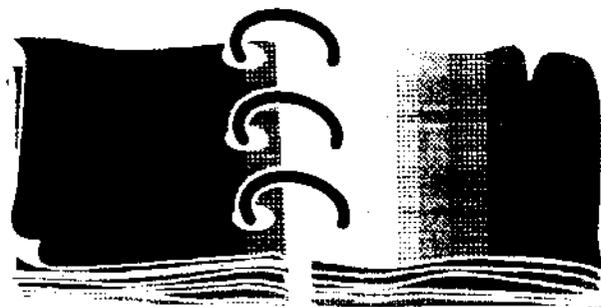
ZITZLSPERGER, Rolf. El papel de los medios de comunicación en la promoción de la lectura. III Simposio Nacional de literatura. Dirección General del libro y Bibliotecas. Noviembre 1982. Conferencia:







O  
A E S C U H B S  
C S C U H O B S E  
A N R E O V R  
L I Z O



# **ESCUCHO, OBSERVO, ANALIZO Y CREO**

**Ana Cecilia Goyeneche M.  
Betsabé Romero Mahecha  
Olga Lucía Sevilla R.**



**A los jóvenes emprendedores que dinamizan sus capacidades en función del desarrollo de las habilidades y destrezas, para ampliar su visión del mundo, desde un punto de vista analítico y con un compromiso social.**

**Las autoras.**

**A**

# Invitación

La vida transcurre con velocidad y en cada segundo somos invitados a divertirnos y conocer, el tiempo es amigo de las actividades gratificantes, la lectura no sólo es el medio de transporte a un mundo de emociones sino la alternativa al conocimiento.

**V**

**F**

El proyecto que presenta el módulo pretende desarrollar en los jóvenes habilidades a nivel escrito y oral, propias del trabajo crítico y analítico de los medios radiales y audiovisuales (el video). Como todo proyecto exige de parámetros específicos en la búsqueda del conocimiento y el trabajo innovador en pro de la institución educativa.

**D**

Los promotores y participantes a través de las actividades propuestas harán de la lectura un instrumento para la creatividad y la expresión. Este texto es el inicio de lo que poco a poco se convertirá en un grupo autónomo en la institución educativa que se acrecienta y proyecta en las actividades de las diferentes áreas.

**AB**

**X**

**U**

Ofrecemos el módulo, con la esperanza de que contribuya al mejoramiento de la lecto-escritura, y que sea útil no solo a los promotores de lectura, sino también a todas las personas que deseen mejorar sus prácticas comunicativas. Al final sugerimos una lista de videos y programas radiales, los cuales, amplian la visión del material a utilizar para la realización de las distintas actividades.

**G**

**m t**

**w j z e p**

# Compromisos del Promotor de Lectura

1. Ser líder académico.
2. Andar a la caza de información.
3. Difundir el amor al libro.
4. Motivar al grupo a mantener el espíritu investigativo.
5. Ser guardián juramentado de la lectura.
6. Comandar actividades de lectura y recreación.
7. Incitar al placer de leer.
8. Conocer las necesidades de la institución para cubrirlas a través de lectura.
9. Promover espacios de acción a nivel institucional.
10. Utilizar la capacidad crítica y despertar en otros curiosidad por la lectura.



a  
b  
c  
d  
e  
f  
g  
h  
i  
j  
k  
l  
m  
n  
o  
p  
q  
r  
s  
t  
u  
v  
w  
x  
y  
z

# Contenido

1. Inauguración
2. El libro de la semana
3. El libro de la semana
4. El libro de la semana
5. El título correcto es...
6. Video de poesía
7. Telegramas literarios
8. El video de la semana
9. Entrevista Ibc
10. Un video video
11. Concurso de videos
12. Libro en video o radio
13. Concurso de videos
14. Concurso de lectura
15. Rally musical
16. Top-10
17. Concurso de slogans
18. Eres un locutor?
19. Gimnasio Gestual
20. Qué tal en video-foro...?





# Inauguración 1

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Decorar el aula con materiales que hagan referencia al video y a la radio.
2. Obsequiar un carnet que incentive a la lectura y registre los textos leídos.
3. Conformar el equipo organizador de actividades.



## INDICADOR DE LOGRO

Participa activamente en el evento de apertura de actividades



## MATERIALES

Pasabocas, bebidas.

Equipo de sonido.

Carteles alusivos a la inauguración.

Tarjetas de invitación (elaboradas por el comité organizador).

Globos, festones.

Afiches de radio y video.

Carnets.

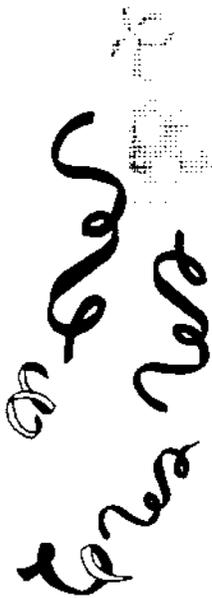
Folleto del programa.

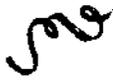


**TIEMPO:** Depende de la marcha del grupo y de la organización del promotor.

## PROCESO - DESARROLLO

1. **Recibimiento:** El promotor junto con el comité organizador, recibe a los participantes, haciendo entrega del carnet que los identificará.





**2. Actividad de organización previa al evento:**



Distribución de las actividades proponiendo la inauguración como abre bocas del proyecto. Se hará una breve explicación acerca de la importancia del evento. Posteriormente se designarán las siguientes funciones:

Comité de invitaciones.

Comité de aperitivos.

Comité de decoración (elaborarán carteleros y/o afiches con títulos alusivos programas radiales y libros).

Comité de recibimiento.

Comité organizador.



**3. Reunidos en el lugar de encuentro, el promotor presenta el objetivo del grupo.**

**4. Se observa el video del programa y se sugieren las actividades, que al igual que el proyecto se realizarán en busca de la formación de lectores.**

**5. Se ofrecen los aperitivos y se convoca para la próxima reunión.**



**6. El promotor entrega un folleto con la información del proyecto. Lectura y análisis del mismo.**

**7. Explicación del manejo del carnet:**

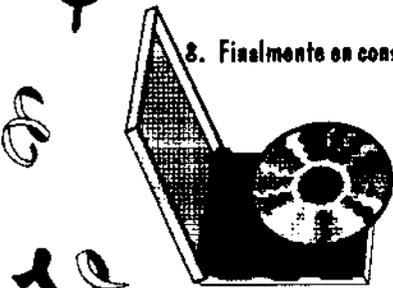
El carnet se utilizará para que el integrante del proyecto se identifique con él en bibliotecas y establecimientos educativos.

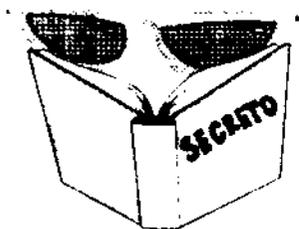
En la parte posterior se registran los textos que lee por mes. Ejemplo:

Fecha	Lectura	Autor
-------	---------	-------

--	--	--

**8. Finalmente en consenso se autodenomina el grupo: sus "slogan" y "logo".**





# El Agente Secreto

## LOGRO

Despertar la afición por la lectura de distintos géneros literarios y por el análisis de las proyecciones de video.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Buscar información relevante sobre libros y videos.
2. Conocer nuevos títulos y su contenido.

## INDICADOR DE LOGRO

Participa en las actividades propuestas elaborando una ficha.

## MATERIALES

Fichas.  
Fichero.

TIEMPO: De preparación: un mes.

De ejecución: una vez por semana.

## ACTIVIDAD PREVIA

Selección de un video llamativo y que llegue a los intereses de los jóvenes.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Se hará una explicación acerca de la existencia de las fuentes de información, a las cuales se puede recurrir en busca de datos importantes y específicos, entonces se invitará a los participantes a elaborar una ficha de libros o videos que encuentren en las librerías, bibliotecas o tiendas de video.
2. Se explicará que la elaboración de la ficha es una buena forma de seleccionar un libro o un video que interesa y/o despierte el deseo por su lectura, ya sea por su presentación o por el tema que trata.



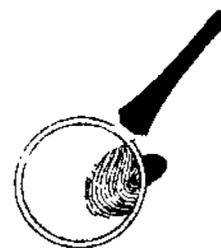
Ejemplos de fichas:

TÍTULO \_\_\_\_\_  
AUTOR \_\_\_\_\_  
EDITORIAL \_\_\_\_\_  
LIBRERÍA \_\_\_\_\_  
DIRECCIÓN \_\_\_\_\_  
TELÉFONO \_\_\_\_\_  
LO ELEGÍ POR \_\_\_\_\_

TÍTULO \_\_\_\_\_  
DIRECTOR \_\_\_\_\_  
CLASIFICACIÓN \_\_\_\_\_  
VIDEOTIENDA \_\_\_\_\_  
DIRECCIÓN \_\_\_\_\_  
TELÉFONO \_\_\_\_\_  
LO ELEGÍ POR \_\_\_\_\_

3. Se recopilan las fichas organizándolas en un fichero durante un mes. Pasado el tiempo límite se escoge una tarjeta mensualmente para realizar bien sea la proyección del video o la lectura del libro correspondiente.

4. Se hará el comentario al grupo utilizando la técnica de mesa redonda.





# El Disco de Oro

## LOGRO

Incrementar el juicio crítico del adolescente a la hora de escoger sus tendencias musicales.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Escoger cantantes /música que no sólo brinde diversión sino también formación integral.
2. Apoyar el rendimiento académico a través de la música que se escucha.

## INDICADOR DE LOGRO

Interactúa con su grupo en la conformación de nuevos escritos con base en las canciones ya existentes.

## MATERIALES

- "Posters" de cantantes pre-seleccionados.
- Cassettes.
- CD's, Grabadora.
- Revistas.
- Magazine.,
- Albumes musicales.
- Disco de oro (elaborado previamente a la actividad).

**TIEMPO:** Hora y media (2 sesiones).



## **PROCESO - DESARROLLO**

### **PRIMERA SESIÓN**

1. Con anterioridad los jóvenes escogen su cantante favorito para la sesión.
2. Llevarán para la reunión afiches, recortes de periódico, biografía y música del cantante seleccionado.
3. Se divide el grupo en 4 subgrupos, cada subgrupo estará encargado de un rincón en el salón seleccionado para la realización de la actividad.
4. Con la participación de todos los integrantes de cada grupo se promoverá el rincón del cantante favorito.

### **SEGUNDA SESIÓN (1 hora) - LANZAMIENTO DE NUEVOS TALENTOS**

1. Teniendo en cuenta la información que cada grupo ha recopilado de su cantante favorito se hará la presentación.
2. Cada grupo da a conocer su cantante en forma creativa, participando por el "disco de oro". Utilizarán todos los recursos para obtener el premio.

**Nota:** El disco de oro se le otorgará al grupo que haya hecho un mayor y mejor uso de su expresión oral y escrita a la hora de promover a su cantante favorito.

# Baraja Musical

## LOGRO

Animar al adolescente a organizar el material musical que posea, de manera que le sea útil en su desempeño académico.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Conocer títulos de canciones teniendo en cuenta la tendencia del momento.
2. Animar al adolescente a realizar juicios críticos respecto a la música que profiere.

## INDICADOR DE LOGRO

Organiza adecuadamente la música que posee con el fin de que esta haga parte de su formación integral.

## MATERIALES

Cartulina.

Tijeras.

Pinturas.

Adhesivos (rótulos).

Revistas de ferretería.

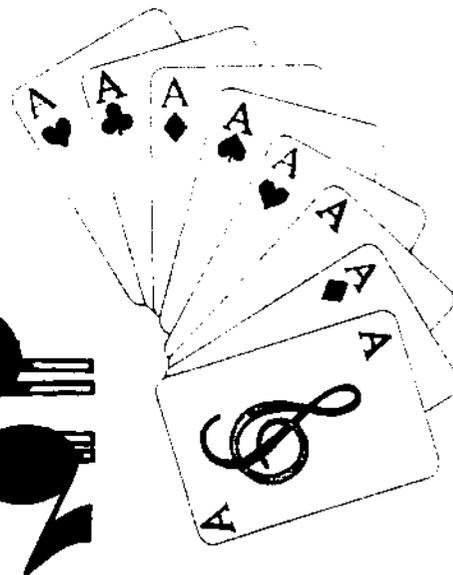
Magazines, etc.

TIEMPO: Hora y media

PROCESO - DESARROLLO

## PRIMERA SESIÓN

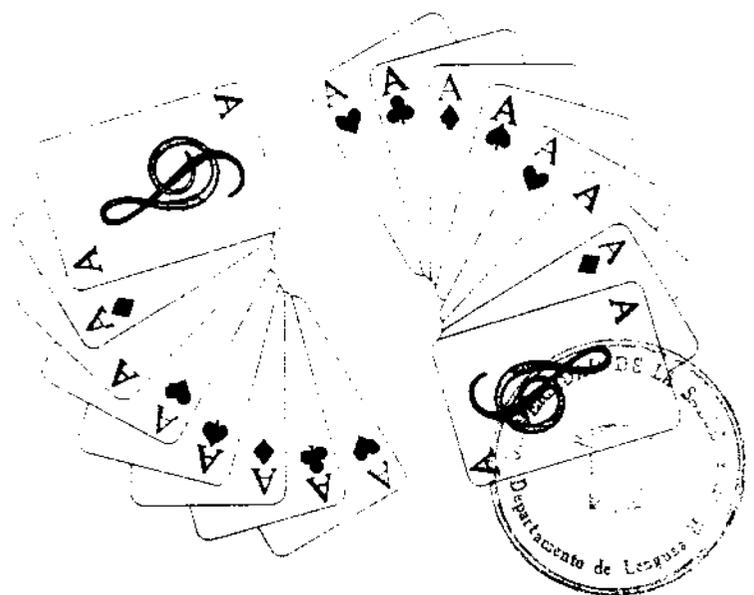
1. Con anterioridad cada participante escogerá una tendencia musical para elaborar su baraja musical.



2. Cada uno determinará el modelo de su carta (puede ser en forma de disco, cassette, grabadora, etc.)
3. En cada carta se presenta algo relativo al género musical seleccionado. Tratando de incluir pistas que hagan más llamativa la actividad a la hora de jugar con ellas.
4. Se plantea además preguntas (con su respectiva respuesta) acerca del cantante, canción o un detalle importante del género escogido. Es importante que las preguntas a realizar lleven a la reflexión y al análisis crítico de canciones y contenidos.
5. Cada participante elabora el mayor número de cartas posibles,  
(Se sugiere que haya una baraja musical por género, es decir que se llenen las expectativas para todos los gustos (rock, balada, tropical, vallenato, etc))

## SEGUNDA SESIÓN (1 hora)

1. Se dividirán los grupos de manera que se mezclen los gustos musicales.
2. Se nombra un líder por grupo. Luego se distribuyen las barajas musicales, una para cada grupo indistintamente.
3. Como producto final de esta actividad se elabora un ensayo en grupo teniendo como tema principal bien sea el género respectivo o el contenido de una canción que conlleve a una reflexión crítica y profunda.
4. El grupo ganador será aquel que más respuestas acierte y cuyo ensayo logra captar mayor atención de los participantes.
5. El ensayo ganador será publicado en el periódico mural de la institución.



# El Título Correcto Es...

## LOGROS:

1. Sustentar títulos apropiados para la noticia seleccionada.
2. Analizar y comprender un texto.

## INDICADOR DE LOGRO

Nombrar adecuadamente una noticia, dándole un título acorde con el contenido.

## MATERIALES

Fotocopias.

Periódico.

TIEMPO: 2 horas.

## PROCESO - DESARROLLO

1. El animador entregará una fotocopia de una noticia de actualidad, pero sin título.
2. Se explica la finalidad que tiene el título de una noticia, (diferenciarla de otra noticia, identificar el contenido, atraer al lector o radio escuchas).
3. Una vez leída, se solicita que cada uno escriba en un papel el título que le parezca mejor y más adecuado para la noticia. Puede ser que se le ocurran varios títulos, pero se debe pedir que se seleccione uno sólo por cada integrante.
4. Pasado el tiempo, se pide que cada uno lea su título y en el tablero se irá realizando una lista con las sugerencias de cada participante.
5. Se organiza una votación para elegir por consenso el título más apropiado y que más agrade al grupo, lo cual implica escuchar las distintas razones por las cuales cada participante escogió ese título para la noticia.



# Viste al Personaje

## LOGRO

Caracterizar un personaje producto de una proyección de video.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Lograr una observación detallada y minuciosa por parte de los estudiantes.
2. Animar al estudiante a aplicar la técnica de observación crítica y detallada en su actividad académica.

## INDICADOR DE LOGRO

Viste un personaje del video y presenta un sociodrama..

## MATERIALES

Video animado.  
Papel de colores.  
Tijeras.  
Pegante.

TIEMPO: 2 horas.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Se selecciona del fichero el video que se va a presentar.
2. Después de la proyección del video y de hacer el comentario del mismo, se le entrega a cada estudiante papel de colores, tijeras y lápices, solicitándoles que identifiquen y vistan un personaje en secreto.
3. A través de sociodramas se presentan los personajes.
4. Finalmente se eligen los personajes mejor vestidos (caracterizados) y se exhiben en el periódico mural.



# Telegramas Literarios

## LOGRO

Enviar información sobre una obra literaria a los compañeros, especificando detalles de interés.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Leer comprensivamente una obra literaria sacando una lista de aspectos o detalles interesantes.
2. Redactar telegramas enviando información acerca de un libro determinado.

## INDICADOR DE LOGRO

Envía telegramas con información del libro y la compara con la producción del libro en video.

## MATERIALES

Obra literaria.

Producción en video de la obra literaria.

Formato de telegrama.

TIEMPO: 2 sesiones.

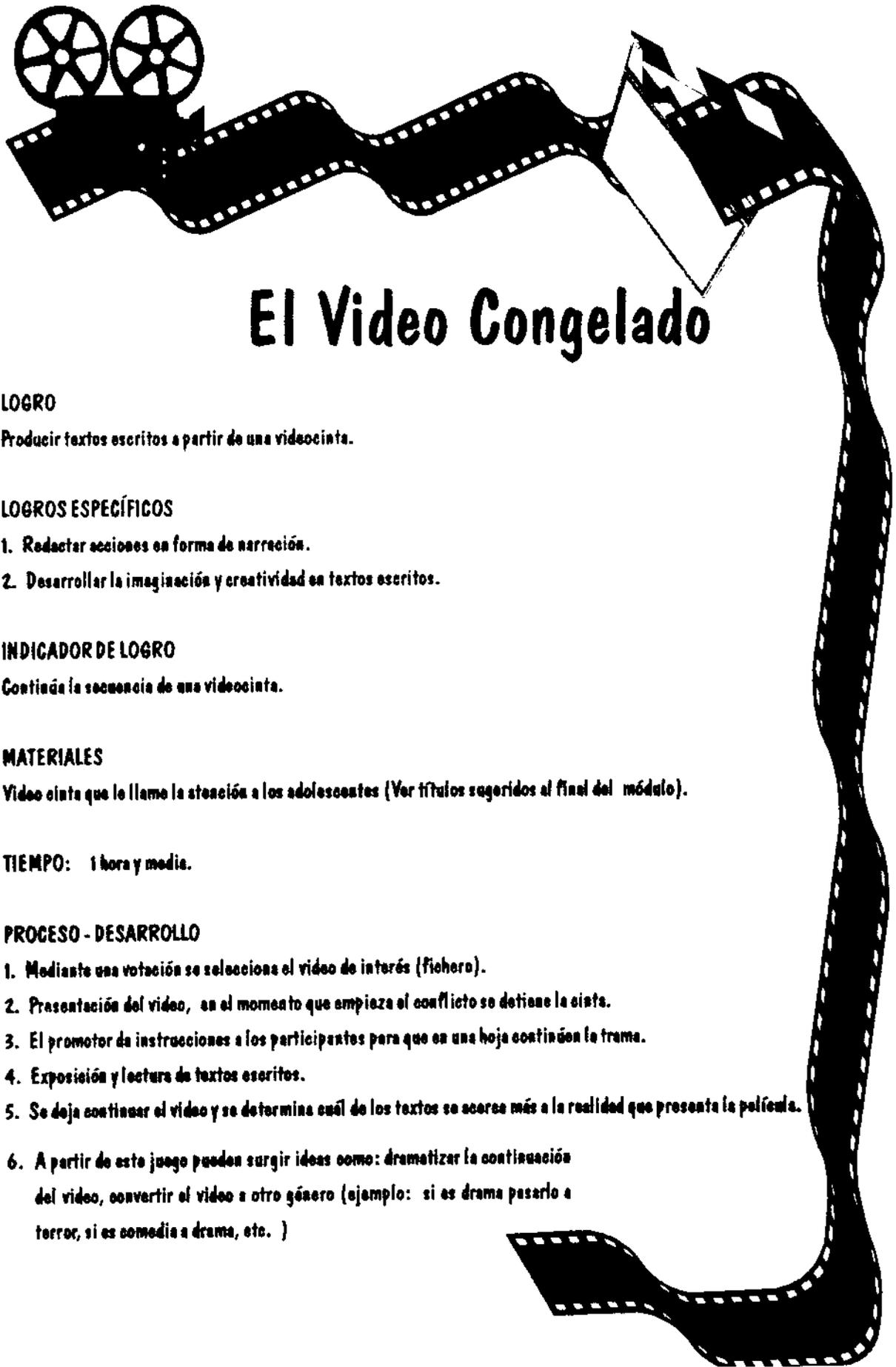
## PROCESO - DESARROLLO

1. Con anticipación se lee una obra de la que también esté disponible su producción en video.
2. Después de la lectura de la obra, cada participante prepara los detalles interesantes de los que va a hablar.
3. Al inicio de la sesión se reparten formatos de telegrama para redactar mensajes luego, se comparte la información.
4. En un papelógrafo se hace el siguiente esquema:

OBRAS DE VIDEO				
VENTAJAS				
DESVENTAJAS				

5. Se observa el video de la obra y se prosigue con el análisis. Ventajas y desventajas del video y de la obra.





# El Video Congelado

## LOGRO

Producir textos escritos a partir de una videocinta.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Redactar acciones en forma de narración.
2. Desarrollar la imaginación y creatividad en textos escritos.

## INDICADOR DE LOGRO

Continúa la secuencia de una videocinta.

## MATERIALES

Video cinta que le llame la atención a los adolescentes (Ver títulos sugeridos al final del módulo).

**TIEMPO:** 1 hora y media.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Mediante una votación se selecciona el video de interés (fichero).
2. Presentación del video, en el momento que empieza el conflicto se detiene la cinta.
3. El promotor da instrucciones a los participantes para que en una hoja continúen la trama.
4. Exposición y lectura de textos escritos.
5. Se deja continuar el video y se determina cuál de los textos se acerca más a la realidad que presenta la película.
6. A partir de este juego pueden surgir ideas como: dramatizar la continuación del video, convertir el video a otro género (ejemplo: si es drama pasarlo a terror, si es comedia a drama, etc. )

# Entrevista Loca

## LOGRO

Capacitar a los estudiantes en el manejo de técnicas orales.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Identificar los elementos de una entrevista radial.
2. Realizar entrevistas correctamente a partir del objetivo y destinatario.

## INDICADOR DE LOGRO

Graba una entrevista al personal administrativo de la institución con un objetivo preciso.

## MATERIALES

Grabación de diferentes tipos de entrevista en radio.

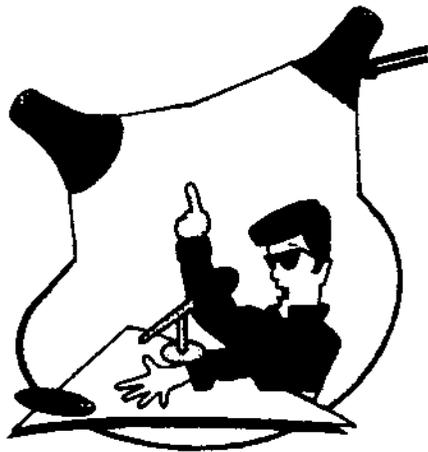
Grabadora.

Cassette virgos.

TIEMPO: 1 hora y media.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Se divide el grupo en dos, una parte escribe preguntas y la otra ociones, adjetivos, nombres, etc.
2. Para empezar un participante del bando de las preguntas dirige su cuestionario a un participante del otro bando, surgiendo de está manera situaciones divertidas.
3. Se escuchan entrevistas variadas para deducir las características de su estilo.
4. Preparación individual de un formato de entrevista para un compañero del grupo.
5. Realización de las entrevistas y corrección de las mismas.
6. Documentarse sobre la técnica de entrevista y en parejas preparar una entrevista a un directivo del centro educativo o docente.
7. Grabación de entrevistas, las más completas y objetivas se transmiten en la emisora escolar.



# Un Super Video

## LOGRO

Crear un video musical de las canciones de moda a partir de su contenido y/o temática.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Leer y transformar el contenido de una canción con información social.
2. Crear un video musical con efectos y mensaje.

## INDICADOR DE LOGRO

Presenta un video musical de la canción transformada.

## MATERIALES

Cassette.  
Letras de canciones.  
Noticias.  
Linternas.  
Material reciclable.  
Vestuario.

TIEMPO: 2 sesiones.

## PROCESO - DESARROLLO

1. En la primera reunión se llevan grabadas las canciones de moda (en español).
2. Se leen las biografías de los cantantes y se amplía la información con deportes del grupo.
3. En pequeños subgrupos (máximo 3 personas) escogen una de las canciones con su letra.
4. Con noticias del día se transforma la letra, conservando el ritmo y melodía.
5. Se organiza el vestuario, los efectos especiales y se crea el video musical. Para presentarlo en la siguiente sesión.
6. El promotor organiza el concurso de video cuyo premio será un cancionero que recopila el trabajo de cada grupo.
7. En la siguiente sesión se lee el programa y se presentan los distintos videos.
8. La premiación se basará en aspectos como: creatividad, contenido de la canción y presentación.





# Rompecabezas de Video

## LOGRO

Analizar videos con sentido critico a partir de su contenido.



## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Reconocer los elementos del video y su influencia en el comportamiento de los jóvenes.
2. Escribir su opinión personal sobre el video a través de un ensayo.

## INDICADOR DE LOGRO

Elabora un ensayo que se publicará en el periódico mural de la institución.

## MATERIALES

Información sobre elaboración de ensayos, video, material reciclable, costales, octavos de cartulina

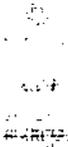


**TIEMPO:** 3 horas (2 sesiones).

## ACTIVIDAD PREVIA

Selección de un video llamativo y que llegue a los intereses del joven.

## PROCESO - DESARROLLO

- 
1. Con base en el título del video, se crea un graffiti en costal y con material de desecho, ilustrando el contenido del video.
  2. Presentación del video
  3. En octavos de cartulina cada uno realiza una escena impactante del video, las organizan en orden de aparición formando un tiraaja, el respaldo de las imágenes cada participante redacta un texto.
  4. Redacta ensayos con temáticas tratadas en el video.
  5. Selección de los mejores ensayos para publicarlos en el periódico mural.
- 
- 
- 
- 

# Libro en Video o Radio

## LOGROS

1. Realizar un video o un programa radial a partir de la lectura de un libro.
2. Resumir ideas centrales de un libro.

## INDICADOR DE LOGRO

Prepara un video o programa radial a partir de la lectura de un libro.

## MATERIALES

- Cassette de video.
- Grabadora / Radio.

TIEMPO: 4 sesiones (no continuas).

## PROCESO - DESARROLLO

1. Se forman pequeños equipos (no más de 2 o tres).
2. Se eligen los libros (3) del fichero conformado durante el primer período (ver actividad "Agente secreto").
3. Cada equipo elegirá un libro según sus intereses.
4. Pasado un mes y una vez realizada la lectura del libro elegido, se entregará una hoja en la cual se elaborará un esquema de la información más relevante del libro.



# Crea tu Emisora

## LOGRO

Reconocer la radio como medio de información y recreación a partir de la formación de locutores.

## INDICADOR DE LOGRO

Crea un guión de radio que de respuesta a las expectativas de los jóvenes.

## MATERIALES / RECURSOS

Textos sobre radio.

Asesoría de un comunicador social.

Cassettes, compact disc.

Periódicos.

TIEMPO: Preparación: 1 hora

Ejecución: Puede emitirse una hora semanal, para empezar.

## ACTIVIDAD PREVIA

El promotor contacta un comunicador social para que informe en forma dinámica lo que es el radio, su lenguaje y características.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Asistir a la charla con el comunicador social.
2. Después de escuchar al comunicador y un programa de radio, se extraen los elementos propios del medio radial.
3. Con ayuda de periódicos y revistas se selecciona la información que le interesa el colegio y/o institución educativa.
4. En pequeños grupos se redacta el guión del programa incluyendo música, humor, noticias de farándula, etc.
5. El promotor organiza la edición, seleccionando con los compañeros los corresponsales y locutores.
6. A través de un buzón de sugerencias se busca el nombre de la emisora preparando su "slogen" y "jingle" ..
7. Organización del cronograma para las emisiones, para empezar se sugiere una por semana.

NOTA: Es importante no perder el sentido de la comunicación verídica y sin censura.







# Concurso de Lectura

## LOGROS:

1. Estimular a través de un concurso el interés por la lectura de textos periodísticos.
2. Manejar en forma ágil periódicos y revistas.

## INDICADOR DE LOGRO

Participa activamente en el concurso de lectura periodística a partir de un programa radial.

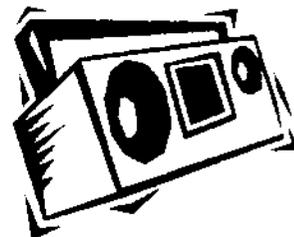
## MATERIALES

Grabación de un noticiero radial.

Periódico del día.

Magazines, revistas (de la fecha si es posible).

Bonos con puntajes de 50, 100, 200 y 300.



**TIEMPO:** 1 hora.

## PROCESO - DESARROLLO

Actividad de organización previa al evento:

1. El promotor graba en la mañana la emisión de un noticiero radial.
2. El grupo escucha el noticiero (el promotor detiene la cinta cada vez que se anuncia o comenta una noticia).
3. El participante busca ampliar la noticia con la información del periódico y esquematiza la idea central, entregándola a promotor.
4. El promotor a partir de la exactitud de cada participante entrega el bono correspondiente.
5. Los mejores informes conforman la cartelera del grupo.
6. El ganador del concurso es quien obtenga mayor cantidad de puntos.

**NOTA:** Toda actividad debe aparecer consignada en el registro diario de actividad del grupo.

# Rally Musical



## LOGRO

Incentivar el trabajo en grupo a partir de la realización de actividades que desarrollan las habilidades comunicativas.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Sensibilizar al estudiante acerca de la importancia de hacer un análisis detallado de los programas radiales, canciones o videos.
2. Fijar la atención en aspectos que ordinariamente pasan desapercibidos.
3. Armonizar el trabajo en grupo.

## INDICADOR DE LOGRO

Facilita con su colaboración el éxito del grupo al que pertenece, en la realización de diferentes actividades.

## MATERIALES / RECURSOS

Espacio abierto.

Banderines.

Logotipo.

Cronómetro.

Silbato.

Micrófono.

TIEMPO: 2 horas.



### **PROCESO - DESARROLLO**

- 1. Se conforman cinco (5) grupos de 8 personas cada uno.**
- 2. Cada grupo se identificará con un nombre (original, novedoso, gracioso, actual, etc).**
- 3. Se inicia el Rally cuando el juez hace sonar el silbato para que el primer grupo realice el recorrido por las 5 estaciones.**
- 4. El juego esta fundamentado en realizar las actividades que estarán ubicadas en cada estación.**
- 5. Entre estación y estación se realizarán juegos recreativos o penitencias indicadas por el juez (promotor).**
- 6. Los participantes pasarán de una estación a otra después de que hayan realizado la actividad.**
- 7. Los juegos recreativos o penitencias que están ubicados entre estación y estación deben realizarse en el menor tiempo posible.**
- 8. Finalmente cada equipo presenta el producto de las actividades.**

### **Sugerencias para el planteamiento de las actividades en las estaciones:**

- Escoger un programa de radio de un día específico.**
- Escoger un vídeo de los presentados en cualquiera de las actividades aquí propuestas (ver listado de opciones)**
- Escoger la temática de un libro que hayan leído los participantes.**
- Palabras y/o temática de una canción específica.**



# Top 10

## LOGROS

1. Analizar canciones teniendo en cuenta su temática.
2. Motivar a la lectura, partiendo de la elaboración mensual de una lista de las diez mejores canciones seleccionadas por los estudiantes.

## INDICADOR DE LOGRO

Elabora un cartel y realiza un análisis de las canciones de su preferencia.

## MATERIALES / RECURSOS

Grabadora , cancionero, cartulina.

**TIEMPO:** La aparición del Top-10 será mensual.

## PROCESO - DESARROLLO

1. El animador hará grupos rotativos de cinco (5) estudiantes, quienes cada mes se encargarán de elaborar una lista de las 10 canciones más escuchadas y preferidas por ellos.

**NOTA:** Los criterios para elegir las canciones deben ser:

Que su contenido sea claro (lenguaje adecuado y bien utilizado).

Que el mensaje de la canción aporte algo positivo para la vida del adolescente.

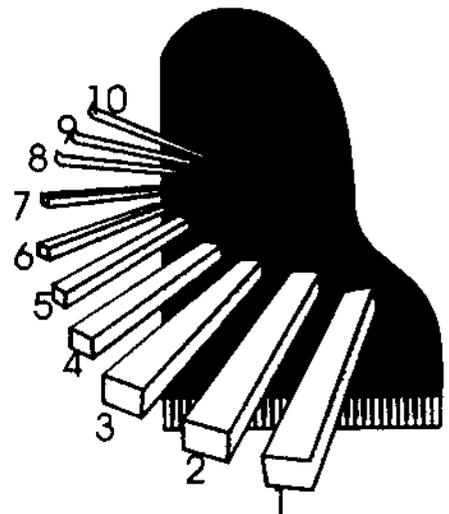
2. Para la presentación del Top-10 deber elaborarse un cartel, lo más atractivo posible, y a la vez se presentarán las letras de las canciones que se incluyen en él, con un comentario breve acerca de aspectos como:

¿Quién es el cantante y el autor de la canción?

¿Cuál es la temática de la canción?

¿Existe alguna relación entre el título y el contenido de la canción?

Valoración crítica del mensaje de la canción.



# Concurso de Slogans

## LOGRO

Diseñar un "slogan" y un logotipo para promover un video y/o emisora.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Informar a la comunidad acerca de las emisoras, programas radiales y video de moda.
2. Promover la creatividad.

## INDICADOR DE LOGRO

Prepara el lanzamiento comercial de la emisora, programa radial o video seleccionado.

## MATERIALES / RECURSOS

Cartulina.

Marcadores.

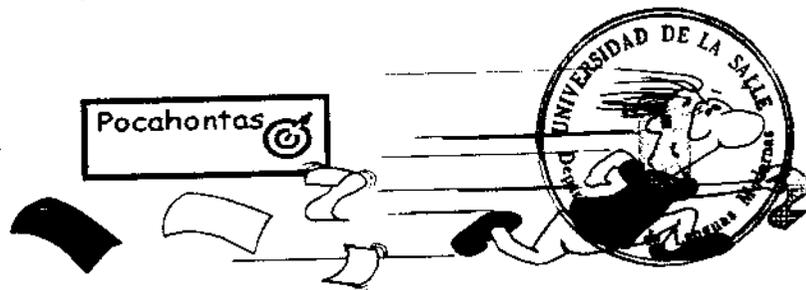
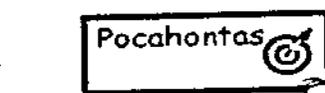
Lápices de colores.

Material de recuperación.

TIEMPO: 2 horas.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Proporcionar a cada estudiante el nombre de una emisora, programa radial o video.
2. Se solicitará la creación de un "slogan" y un logotipo, enfatizando en que una buena promoción comercial se fundamenta en resaltar las características sobresalientes de un producto (consultar sobre publicidad radial y de video).
3. Posteriormente se ambientará el salón para el lanzamiento comercial de las emisoras, programas radiales y videos, producto del trabajo de los estudiantes.
4. Finalmente se realizará una exposición oral explicando el logotipo y el "slogan" creado. En esta parte se evaluará la expresión oral, ya que el participante escogió ese modelo.
5. Se elegirán los mejores cinco trabajos y se exhibirán en la biblioteca, pasillos y/o carteleros de la institución.



# Eres un Locutor...?

## LOGROS

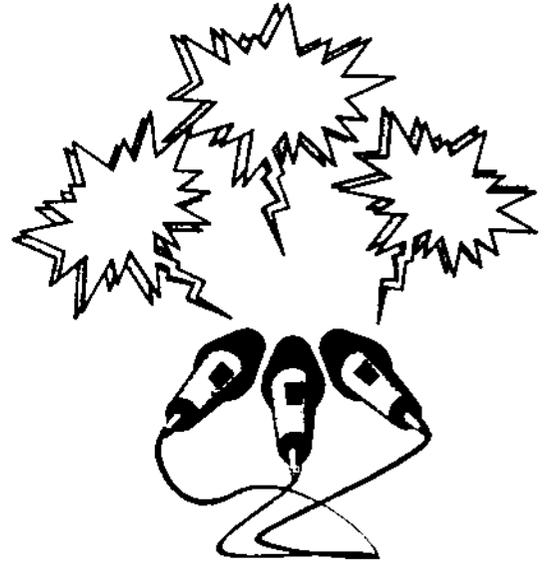
1. Analizar objetivamente los titulares dados para producir una noticia.
2. Despertar el interés por la noticia.

## INDICADOR DE LOGRO

Elabora un grabación de una noticia según el titular entregado.

## MATERIALES / RECURSOS

- Caja marcadores.
- Cartulina.
- Cassette.
- Grabadora.



**TIEMPO:** 3 horas de clase, en una hora se explicará el proceso a seguir y en las 2 restantes se presentará el programa.

## PROCESO - DESARROLLO

1. El animador redacta varios encabezados de tipo periodístico (con temas de actualidad) tales como: comerciales, títulos de canciones, anuncios al servicio público, etc. Además se involucrarán los nombres de los estudiantes, ejemplo:
  - Jorge Francisco, médico colombiano descubre vacuna contra la malaria.
  - Nicolás gana elecciones para la Alcaldía de Bogotá.
  - Hoy, Natalia en el Madison Square Garden realizó otra hazaña.
  - Gianita, la cerveza de los colombianos.
2. Se colocarán todos los encabezados en una caja y se solicitará que cada uno escoja uno y realice una grabación (cassette) corta que concuerde con ese encabezado.
3. El promotor selecciona seis estudiantes los cuales serán encargados de organizar el programa radial, sus funciones serán Seleccionar el nombre del programa Recoger los cassettes de sus compañeros Organizar la presentación e integración de las noticias y comerciales en un programa Presentar al grupo el programa.
4. En la emisora escolar del colegio se dará espacio para presentar los programas.



# Gimnasio Gestual

## LOGRO

Identificar y caracterizar los personajes de un programa radial.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Realizar una audición comprensiva de programas radiales.
2. Dar importancia a los sentimientos y actitudes.

## INDICADOR DE LOGRO

Elabora un ensayo sobre el personajes asignado.

TIEMPO: 2 horas.

## MATERIALES / RECURSOS

Grabadora.

Cassette.

Hojas.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Previamente se pedirá a los estudiantes que escuchen un programa radial (se especificará la emisora, el programa y la hora). Es necesario grabar el programa para la actividad.
2. En hoja de papel tamaño oficio se escribirá el esbozo de cada personaje (ya sea una noticia o integrante del

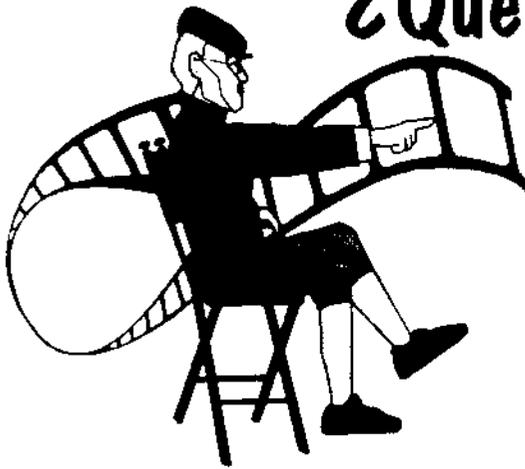


programa).

3. El animador hará una breve reseña del programa para recordar los aspectos sobresalientes.
4. Se reparten las fichas que contienen las descripciones de cada personajes, solicitando que nadie les lea hasta que cada uno reciba la suya. Luego, cada uno lee la ficha que le ha correspondido y pasados 5 minutos, dramatizará al personaje. Para tal efecto, recurrirá a la gestualización y acción, no se deben usar las palabras. Los demás integrantes del grupo tratarán de descubrir al personaje.
5. Cuando todos hayan intervenido, se discutirá sobre las cualidades humanas o sobre los rasgos más importantes de la personalidad de los distintos personajes.
6. Se pedirá que cada uno elabore un ensayo sobre el personaje asignado.



# ¿Qué Tal un Video-foro...?



## LOGRO

Profundizar en la temática presentada en la video-cinta, con el fin de determinar su mensaje y aplicación práctica.

## LOGROS ESPECÍFICOS

1. Obtener información de la video cinta.
2. Descubrir lo que pasa inadvertido y que juega un papel importante en la película.

## INDICADOR DE LOGRO

Elabora preguntas y respuestas con sentido y relevantes acerca de la videocinta observada.

TIEMPO: 2 horas.

## MATERIALES / RECURSOS

Vídeo cinta.

VHS / Betamax.

## PROCESO - DESARROLLO

1. Se presentará una película de video, de interés y acorde con los gustos de los adolescentes.
2. El promotor organiza dos equipos y les explica el proceso de la actividad, la cual consiste básicamente en que los integrantes de un equipo interroguen a los del otro equipo, acerca de una escena, diálogo, situación o personaje que aparece en la videocinta.
3. Se solicitará que cada equipo elabore un número de preguntas suficiente (en caso de que no se obtenga respuesta a alguna de ellas).
4. Es importante que el video-foro se desarrolle en forma ordenada hasta que todos los miembros de los dos equipos hayan tenido oportunidad de interrogarse.
5. El animador asignará un puntaje por lo que se considere una respuesta acertada. El grupo decidirá en consenso como manejar este aspecto.
6. Como peso final, se llevará a cabo a manera de plenaria, la puesta en común de aspectos tales como: Mensaje de la película, aplicación práctica a la vida cotidiana, qué le cambiaría a la película, y otros que se consideren pertinentes.





# Videos Sugeridos

## ACCION

- Código Flecha Rota.
- Tumbas a ras de tierra.
- Beso de la muerte.
- Mentas peligrosas.
- El protector.
- Sol naciente.
- Yakusa.
- Ronda nocturna.
- Twister.
- Epidemia.

## DRAMA

- Farnelli.
- Leyendas de pasión.
- Adiós a las vegas.
- Antes y después.
- La letra escarlata.
- El árbol de los sueños.
- Paseo por la nubes.
- Maestro de ilusiones.
- Morir viviendo.
- La casa de los espíritus.

## INFANTIL

- Winnie puh - haciendo amigos.
- Winnie puh - compartiendo y disfrutando.
- Goofy la película.
- Timón y tumba viajando por el mundo.
- El jorobado de Notre Dame.
- Fantasía en el Parque Central.
- Los Aristogatos.
- Pocahontas.
- Toy Story.
- Babe.

## COMEDIA

- Atrapados en el paraíso.
- Flipper.
- Volviendo a casa (I y II).
- La jaula de los pájaros.
- Mellizos niños.
- El padre de la novia.
- Las travesuras de Dunston.
- Un soldado como ninguno.