



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE EDUCACIÓN
MENCIÓN LENGUA Y LITERATURA



**TEXTOS PUBLICITARIOS COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA PARA
FORTALECER LA LECTURA EFICAZ EN VOZ ALTA EN LOS
ESTUDIANTES DE 1ER AÑO DEL LICEO LUIS MARÍA
SUCRE DE TINAQUILLO**

Autora: Marilín Lizcano
Tutor: Fernández Gustavo

Valencia, febrero 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE EDUCACIÓN
MENCIÓN LENGUA Y LITERATURA



**TEXTOS PUBLICITARIOS COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA PARA
FORTALECER LA LECTURA EFICAZ EN VOZ ALTA EN LOS
ESTUDIANTES DE 1ER AÑO DEL LICEO LUIS MARÍA
SUCRE DE TINAQUILLO**

Proyecto de grado presentando como requisito parcial para optar al grado de
Licenciada en Educación mención Castellano y Literatura

Autora: Marilin Lizcano
Tutor: Fernández Gustavo

Valencia, febrero 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE EDUCACIÓN
MENCION LENGUA Y LITERATURA



CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Valencia; febrero de 2015

Quien suscribe, Msc. Gustavo Fernández, Tutor designado por el Departamento de Castellano y Literatura, para el Trabajo de Grado titulado: **TEXTOS PUBLICITARIOS COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA PARA FORTALECER LA LECTURA EFICAZ EN VOZ ALTA EN LOS ESTUDIANTES DE 1ER AÑO DEL LICEO LUIS MARÍASUCRE DE TINAQUILLO**, el cual han estado realizando la Bachiller Marilin Lizcano, hace constar que: habiendo orientado y revisado el proceso de elaboración del proyecto de Grado y ejecución de la investigación, considero que el mismo ha sido culminado y por lo tanto, se encuentra apto para ser presentado y defendido ante el Jurado designado para su evaluación.

Atentamente,

Msc. _____

DEDICATORIA

A DIOS, que es mi más valiosa fuente de amor y sabiduría, gracias por acompañarme en todos los momentos de mi vida.

A mis padres, realmente son mi mejor ejemplo de fuerza, sacrificio, entrega y amor, a ustedes debemos todo lo que soy.

A Luis Jesús Zapata, ya que ha sido un apoyo fundamental en el desarrollo de mis metas.

A mis tutores, sin cuya orientación y ayuda en momentos cruciales hubiese sido difícil. Gracias por su ayuda incondicional.

A todos mis amigos, compañeros, quienes en las buenas y en las malas experiencias de aprendizaje supimos darnos apoyo.

A todos mil gracias...

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a mi familia por su comprensión, apoyo y valiosos consejos.

Al MSc. Gustavo Fernández por sus enseñanzas tan importantes que me ayudaron a culminar mi trabajo de grado, gracias profe y mil bendiciones para usted y su familia.

A la Universidad de Carabobo por ser la casa de estudios donde logre mi profesionalización, gracias por haberme dado esta gran oportunidad y apoyo a lo largo de una carrera.

A todas aquellas personas, familiares, amigos, profesores, entre otros que de una u otra manera contribuyeron con la realización de este trabajo de grado y a mi formación como profesionales.

Agradecida eternamente.

ÍNDICE

	P.
Aprobación del Tutor.....	iii
Resumen	ix
Introducción	1
CAPÍTULO I	3
Planteamiento del Problema.....	3
Objetivos	8
Justificación de la Investigación	9
CAPÍTULO II	11
Marco Teórico Conceptual.....	11
Antecedentes de la Investigación.....	11
Bases Teóricas	18
Bases Legales.....	51
CAPÍTULO III	56
Marco Metodológico.....	55
Naturaleza de la Investigación.....	56
Tipo de Investigación.....	57
Diseño de la Investigación.....	57
Modalidad.....	58
Población y Muestra.....	59
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	60
Validez y Confiabilidad.....	60
Técnicas de Análisis de Datos.....	62
CAPÍTULO IV	64
Análisis e interpretación de los resultados.....	65
Conclusiones y recomendaciones.....	77
CAPÍTULO IV	79
La Propuesta.....	79
Referencias	103
Anexos.....	107

LISTA DE TABLAS

Nº	Descripción	p
1	Operacionalización de Variables.....	55
2	Significado de los valores del coeficiente.....	62
3	Distribución de frecuencias de la dimensión habilidades.....	65
4	Distribución de frecuencias de la dimensión lectura en voz alta	66
5	Distribución de frecuencias de la dimensión expresión.....	67
6	Distribución de frecuencias de la dimensión diálogos.....	68
7	Distribución de frecuencias de la dimensión atracción.....	70
8	Distribución de frecuencias de la dimensión comprensión.....	70
9	Distribución de frecuencias de la dimensión Carteles escritos	71
10	Distribución de frecuencias de la dimensión imágenes.....	72
11	Distribución de frecuencias de la dimensión dibujos.....	73
12	Distribución de frecuencias de la dimensión textos.....	75

LISTA DE GRAFICOS

Nº	Descripción	p
1	Distribución de porcentajes de la dimensión habilidades	65
2	Distribución de porcentajes de la lectura en voz alta	66
3	Distribución de porcentajes de la expresión	67
4	Distribución de porcentajes de la dimensión dialogo	68
5	Distribución de porcentajes de la dimensión atracción	69
6	Distribución de porcentajes de la dimensión comprensión	71
7	Distribución de porcentajes de la dimensión de carteles escritos	72
8	Distribución de porcentajes de la dimensión imagenes	73
9	Distribución de porcentajes de la dimensión dibujos	74
10	Distribución de porcentajes de la dimensión textos.....	75



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE EDUCACIÓN
MENCIÓN LENGUA Y LITERATURA



**TEXTOS PUBLICITARIOS COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA PARA
FORTALECER LA LECTURA EFICAZ EN VOZ ALTA EN LOS
ESTUDIANTES DE 1ER AÑO DEL LICEO LUIS MARÍA
SUCRE DE TINAQUILLO**

Autora: Marilyn Lizcano

Tutor: Msc. Gustavo Fernández

Fecha: 2014

RESUMEN

Este proyecto de investigación tiene como objetivo proponer un plan de estrategias pedagógicas basadas en los textos publicitarios como recurso para fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año sección "A" del Liceo Luís María Sucre de Tinaquillo. La metodología que se usó estuvo enmarcada desde el punto de vista epistemológico, dentro del paradigma cuantitativo, puesto que permitió ponderar los resultados a través de cálculos estadísticos; al mismo tiempo estuvo enmarcada en la modalidad de proyecto factible el cual busca solucionar una problemática existente en el contexto social, a su vez y según el nivel de conocimiento del objeto investigado, se corresponde con una investigación de tipo descriptiva, dirigida a una población de adolescentes del Liceo Pbro. Luís María Sucre y la muestra fueron los cursantes del 1er año "A" del mismo plantel. Las técnicas de recolección de información fue la entrevista y como instrumento se usó el cuestionario compuesto de 15 ítems diseñados bajo la escala tipo Lickert con varias alternativas de respuesta. Los resultados emitidos en la encuesta demostraron que no se le da importancia a la oralización de la lectura, nos se lee en voz alta trayendo como consecuencia que a los mismos no les gusta leer en voz alta ni para un público ya que sienten temor y desconfianza por que se equivocan, se les quebranta la voz y suena temblorosa debido en gran parte a la falta de práctica de estrategias que ayuden a minimizar este problema. Por lo que se aplicaron estrategias que facilitaron en los estudiantes habilidades y destrezas que promovieron la oralidad en la lectura y las mismas fueron satisfactorias y significativas para ellos, por lo que se recomienda seguir aplicando estas estrategias en todas las asignaturas del grado y de esta manera lograr en los estudiantes una oralidad fluida y por ende un mejor discurso al leer textos en voz alta.

Palabras claves: Textos publicitarios, lectura eficaz, lectura en voz alta.

Línea de Investigación: Aplicación de Métodos estratégicos y recursos para la enseñanza de la lengua.

INTRODUCCIÓN

La educación es un proceso social continuo ininterrumpido que comienza desde el momento de la concepción y se extiende a lo largo de la existencia del individuo, donde adquiere las herramientas básicas que le van a permitir continuar su formación y por ende lograr un buen desenvolvimiento en la vida. Tomando en cuenta esto, se debe impartir una educación de calidad ya que ésta es la base para la adquisición de aprendizajes significativos puesto que los estudiantes adquieren conocimientos del entorno en el que se desenvuelve, por esta razón se debe aprovechar todas las etapas para lograr un desarrollo integral en cada una de ellas.

Cabe señalar, que en el proceso mencionado anteriormente el docente como un mediador debe conducir al educando durante su aprendizaje, pero siempre teniéndolos como el centro, igualmente tratarla individualidad de cada persona y el entorno donde se desenvuelve, ya que se tiene presente la familia, escuela y la comunidad donde se desarrolla, también toma en cuenta los valores y el contexto histórico-social igualmente el carácter multiétnico que ofrece el país.

Es por ello que, los estudiantes deben adquirir las herramientas básicas necesarias en todas las áreas y en caso particular en la lectura en voz alta puesto que ésta es la base de todas las demás porque cuando un estudiante no sabe leer, no oraliza, no comprende lo que lee no está motivado para leer entonces, su aprendizaje será mecánico puesto que lo hará de una forma obligada y no porque sienta gusto o placer por la lectura. De tal manera que la investigadora se propone diseñar un plan de estrategias que faciliten herramientas a los estudiantes para fortalecer la lectura eficaz en voz alta y por ende la investigación quedaría estructurada de la siguiente manera:

En el Capítulo I: Conformado por el planteamiento del problema, donde se exponen todos los elementos que conducen al problema tomando en

cuenta los aspectos que van desde lo macro, meso y micro, seguido de las interrogantes de la investigación que se respondieran en el desarrollo del estudio; seguidamente se presentan los objetivos de la investigación como lo es el general y específicos los cuales fueron la guía para el desarrollo del trabajo, así como la justificación donde se explica la importancia, relevancia y aportes del tema.

Capítulo II: Conformado por el marco teórico que es la base fundamentada de sustento de autores que han estudiado el tema y está compuesto por, antecedentes relacionados con la investigación que dieron un aporte significativo al estudio; teorías que guardan relación directa con el tema, bases legales que fundamentan el estudio. Capítulo III: Marco metodológico, en este aparte de la investigación es donde se realizó el basamento metodológico, es decir el método a utilizar, dentro de la misma se encuentra el tipo y diseño del estudio, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y técnicas de análisis. Todas ellas reflejan el orden que se seguirá para obtener los datos y la forma como se obtuvieron.

Capítulo IV: Representa los resultados del estudio obtenido a través de la encuesta aplicada a la muestra, el mismo se representó a través de cálculos estadísticos que fueron vaciados en tablas y gráficos donde se evidencian los porcentajes de respuestas emitidos por los los estudiantes objeto de estudio.

Capítulo V: Están las conclusiones y recomendaciones que engloban de manera clara y precisa lo encontrado durante el estudio y que se debe hacer tanto para la aplicación de las estrategias como para el seguimiento y control de las mismas dentro del Liceo Pbro. Luis María Sucre una vez llevadas a la práctica por las docentes.

Capítulo VI: Se encuentra la propuesta, con su estructura y finalmente se presentan las Referencias consultadas en el trabajo de investigación y los anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Desde los inicios de la humanidad la sociedad le ha asignado al proceso educativo la construcción del ciudadano(a) ideal que necesita de acuerdo con su concepción filosófica e intereses nacionales, que le aseguren su progreso y posición a nivel mundial. Cabe resaltar que la educación es un proceso social continuo ininterrumpido que comienza desde el momento de la concepción y se extiende a lo largo de la existencia del individuo.

En este sentido, la educación en Latinoamérica, no sólo propicia en los estudiantes buenas relaciones entre ellos, sino que también al ponerse en comunicación con el mundo exterior, se comunica con sus semejantes, además aprende a exponer sus propias ideas, pensamientos y sentimientos, elementos importantes para la paz, la solidaridad y la comprensión, al mismo tiempo que le ofrece la oportunidad de abordar el mundo del saber y conocer los avances, es por ello que la educación constituye un insumo fundamental para el intercambio de los pueblos, produce beneficios en las estructuras socioculturales, económicas y políticas, e incide en la superación de los niveles de calidad de vida y promueve la dinámica social.

Es importante destacar, que para poder intercambiar y fomentar el conocimiento de otras culturas es necesario realizar lecturas que promuevan ese conocimiento al mismo tiempo que permitan el desarrollo de la

imaginación, la creatividad entre otros elementos que a través de la lectura se desarrollan. Según Cárdenas (2007)

La lectura es una de las actividades más importantes y útiles que el ser humano realiza a lo largo de su vida. En primer lugar, la lectura, del mismo modo que todas las restantes actividades intelectuales, es una actividad exclusiva de los seres humanos, únicos seres vivos que han podido desarrollar un sistema intelectual y racional de avanzada. Esto quiere decir que la lectura es una de aquellas actividades que nos define por lo que somos frente al resto de los seres vivos. La lectura es una actividad que por lo general comienza a adquirirse muy lentamente desde temprana edad y se mantiene de por vida, es decir que no se pierde con el tiempo. (p.21)

De acuerdo a los planteamientos anteriores, la lectura es una habilidad que sólo los seres humanos tienen la oportunidad y la competencia intelectual para desarrollarla y la misma se adquiere, desarrolla y promueve durante toda la vida y aunque se obtenga en la infancia esta perdura durante toda la vida porque el hábito queda más no se pierde con el pasar de los años.

Así mismo confirma Cárdenas que además, los avances en las recientes investigaciones son alentadores, pero los resultados en la práctica diaria en la escuela son preocupantes. En Venezuela, el analfabetismo se ha reducido a cifras relativamente altas y la incorporación de la población a la Escuela Básica ha sido masiva, el incremento de textos y herramientas para promover la lectura también ha sido un esfuerzo del estado pero la capacidad lectora y el gusto por la lectura no han mejorado en términos cualitativos, ya que la escuela ya no se posiciona como el lugar del saber, esto ha quedado para el pasado. Pareciera que ésta se ha convertido en una especie de guardería de adolescentes cuyo único objetivo es alcanzar la nota de aprobado de cualquier manera posible (copiando sin interpretar,

mintiendo, entre otras), siempre que no incluya el esfuerzo individual que implica estudiar.

Por otro lado, los adolescentes no encuentran el sentido de tener que estudiar cosas que en nada se relacionan con sus propios intereses y que a su juicio, no les servirán para nada en la vida real, como la lectura en un futuro que vislumbran incierto y sin horizontes. Los modelos que se les muestran como exitosos no son los científicos, los académicos, los esforzados, los perseverantes, los honestos. Por el contrario, triunfan en la vida “el vividor”, el que roba, el que traiciona o el que engaña según vemos en los medios audiovisuales. Los estudiantes tienen como modelo a imitar, en palabras de los mismos adolescentes, “a aquel que es joven, tiene dinero y hace lo que quiere sin necesidad de esforzarse tanto estudiando”.

Ante la importancia y la complejidad de la lectura, surge como necesidad imperiosa el que los maestros conozcan las diferentes teorías, dominen a cabalidad los procesos de la enseñanza y el aprendizaje y estén conscientes de la trascendencia que reviste el sembrar en sus estudiantes el acto lector. Con sólo mejorar sustancialmente los procesos de la enseñanza y aprendizaje de la acción lectora en todas las escuelas, se producirá una verdadera revolución educativa.

Cabe reseñar que la lectura forma parte elemental e importante del éxito educativo en cualquier nivel ya que contribuye a la educación integral del estudiante y de acuerdo al Sistema Educativo Bolivariano (2007) establece que

La educación integral para todos y todas como base de la transformación social, política, económica, territorial e internacional, otorgando al estado la responsabilidad de asumirla como una función indeclinable. De allí que, le corresponda al Ministerio del Poder Popular para la Educación la rectoría de la misma en los subsistemas que son propicios de su competencia. (p.11)

De acuerdo a ello, en Venezuela el proceso educativo sienta su concepción desde una visión de construcción social señalado por Vigotsky, (1978) como “la herramienta cultural que se construye en una práctica social”. Es por ello que la lectura, es uno de los logros fundamentales del ser humano por su papel en el dominio de la comunicación y constituye un instrumento clave del proceso educativo.

Por otro lado es importante destacar que no todos los seres humanos aprenden una habilidad de la misma manera en este caso para el desarrollo de la lectura y su promoción de acuerdo a Gardner (1983), “todos no aprenden de la misma manera, ni tienen los mismos intereses; de ahí que pretender encontrar una respuesta definitiva y universal sea imposible”, por tanto es contraproducente aferrarse a una determinada teoría, olvidando las características individuales y muy particulares de cada estudiante. Las teorías deben ser conocidas por los docentes, pero no constituyen recetas infalibles de carácter universal. Ellas deben ayudar a comprender la realidad y nunca imponerse a ésta como dogmas generalizadores que ignoran la diversidad del ser humano.

De allí que, es importante que todo docente o facilitador de aprendizajes debe tener en su haber diferentes estrategias que le permitan desarrollar las habilidades en los estudiantes en este caso si se trata de la lectura existen aspectos que les llama la atención como lo son los textos publicitarios que pertenecen a este grupo los textos periodísticos, los anuncios, los carteles. Según Duranti (1992) “su función es persuadir y convencer mediante el mensaje que transmiten”. Para ellos se pueden usar en la radio, el texto lingüístico puede ir acompañado de la música y en la televisión, además de la música, puede ir combinado con imágenes (vídeo, fotografías, dibujos o íconos). Según el código, son orales, escritos o

icónicos; según su forma elocutiva son expositivos o argumentativos y, según su función, apelativos o informativos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha detectado a través de conversaciones, observaciones y por medio de los resultados de las planificaciones que realizan los docentes de Lengua y literatura en el Liceo "Luis María Sucre" que existen debilidades en la lectura y la inclinación de los estudiantes hacia la comprensión y gusto por misma, adicionalmente los docentes no incorporan en las actividades educativas los recursos propios para la estimulación del lenguaje como son las canciones, trabalenguas, adivinanzas, poesías, títeres, cuentos, reproductor, entre otros, se puede decir entonces, que el placer o agrado experimentado por los educandos no se observa, lo que dificulta el desarrollo de los temas en casi todas las asignaturas del 1er año sección "A" de la mencionada institución.

En tal sentido se hace mención a la necesidad de promover la lectura a través del uso de los textos publicitarios como estrategia pedagógica para ir fomentando las habilidades y el gusto por la lectura, lograr que esta sea eficaz al mismo tiempo cuando se lee en voz alta de esta manera poder ir perfeccionando su vocabulario, ya que lo enriquecerán con nuevas y variadas palabras que tomarán de las estrategias, corregirán poco a poco su fonética e irán aprendiendo a situar las frases con arreglo a una adecuada sintaxis, dándose cuenta de los diferentes giros posibles y de los diversos significados que de éstos se deriva dentro del marco general del lenguaje oral.

Ante estos planteamientos, podrían establecerse las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las habilidades lectoras que poseen los estudiantes del 1er año sección "A" del liceo Luis María Sucre?.

¿Cuáles son las estrategias pedagógicas que están utilizando los docentes para favorecer la oralización en la lectura de los y las estudiantes del 1er año en el Liceo Luis María Sucre?.

¿Cuál será la factibilidad de diseñar un plan de estrategias basada en el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la oralización en la lectura en los estudiantes de 1er año sección "A" del Liceo Luis María Sucre de Tinaquillo?

¿Cómo diseñar un plan de estrategias basada en el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la oralización en la lectura en los estudiantes de 1er año sección "A" del Liceo Luis María Sucre de Tinaquillo?

¿Cómo implementar un plan de estrategias basada en el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la oralización en la lectura de los estudiantes de 1er año del Liceo Luis María Sucre de Tinaquillo?.

¿Cómo evaluarla implementación de un plan de estrategias basada en el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la oralización en la lectura de los estudiantes de 1er año del Liceo Luis María Sucre de Tinaquillo?.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Proponer un plan de estrategias basadas el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año del liceo Luis María Sucre de Tinaquillo.

Objetivos Específicos

-Diagnosticar las habilidades lectoras que poseen los estudiantes del 1er año sección "A" del Liceo Luis María Sucre.

-Identificar las estrategias pedagógicas que están utilizando los docentes para favorecer la lectura eficaz en voz alta en la lectura de los y las estudiantes del 1er año en el Liceo Luis María Sucre.

-Determinar la factibilidad de diseñar un plan de estrategias basada en el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año del liceo Luis María Sucre de Tinaquillo.

-Diseñar un plan de estrategias basada el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año del liceo Luis María Sucre de Tinaquillo.

-Implementar un plan de estrategias basada el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año del liceo Luis María Sucre de Tinaquillo.

-Evaluar la implementación de un plan de estrategias basada el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año del liceo Luis María Sucre de Tinaquillo.

Justificación

La importancia de la lectura también reside en el hecho de que el ser humano puede comenzar a recibir conocimientos de manera formal e insertarse así en el proceso tan complejo pero útil conocido como educación. La lectura supone siempre atención, concentración, compromiso, reflexión, todos elementos que hacen a un mejor desempeño y a mejores individuos para la sociedad.

Este trabajo de investigación se considera importante puesto que la meta principal de la educación es crear ciudadanos útiles a la patria, con una elevada conciencia ciudadana, capaces de contribuir con el mejoramiento del destino de un país, promover en él un pensamiento teórico y científico que le permita comprender procesos y resolver circunstancias en un determinado momento. La segunda meta de la educación es la de formar personas que sean críticas, que puedan verificar y no aceptar todo lo que se les ofrece.

Por lo tanto, este trabajo tiene una relevancia pedagógica puesto que buscó optimizar el desarrollo integral del estudiante dando uso a los carteles o textos publicitarios y con ellos mostrar variada información de suma importancia para los adolescentes, ya que considera varios aspectos de manera que le sean llamativos y formativos. En consecuencia, el tema es relevante puesto que en los procesos de adquisición de conocimientos y en las actividades de la vida cotidiana, la lectura representa una de las herramientas fundamentales que contribuye a una formación favorable y exitosa.

Por consiguiente, el estudio es un aporte social y científico al conocimiento ya que a través de él se pueden emplear estrategias basadas

en los textos publicitarios para la promoción de la lectura que beneficiarán a los docentes a través de estrategias para facilitar el trabajo con los estudiantes, así como a los mismos estudiantes puesto que permitió desarrollar sus habilidades que se traducirán en beneficios para el resto de las asignaturas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Los antecedentes según Arias (2006), “reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones”. (p.106).

Rodríguez (2013), estudió *la participación de padres y representantes con uso de diversos textos para la promoción de la lectura en niños del 3º grado de la U. E. "Rolando Carrillo", en Valencia estado Carabobo*. El estudio tuvo como propósito motivar la participación de los padres y Representantes en la promoción de los niños como lectores, específicamente los alumnos del 3º grado de la U.E. "Rolando Carrillo". Esta investigación surgió de la necesidad de desescolarizar la lectura, es por ello que se planteó desarrollar estrategias que permitieron involucrar a los padres y representantes en la formación de sus hijos como usuarios de la lectura a través del uso de diversos textos una propuesta que permitió crear los espacios necesarios y los momentos adecuados para fomentar y elevar este proceso.

El trabajo se enmarcó dentro del enfoque cualitativo, bajo el método de Investigación-Acción Participante, ya que éste ofrece la posibilidad de cambiar la realidad que se estudió; a través de la exploración, diagnóstico, planificación, acción y evaluación que permitió analizar, interpretar y obtener conclusiones. Para la recolección de los datos se utilizó, como técnicas e instrumentos: la observación participante, la entrevista semiestructurada y el diario de campo. El grupo observado estuvo conformado por treinta y siete (37) estudiantes y doce (12) representantes; se tuvo como finalidad la

integración de los padres en la promoción de lectura en el hogar para hacer entender el infinito valor que tiene su función en el proceso de la lectura, además de orientarles la importancia de utilizar diversos textos como mediadores. Por lo tanto, el ambiente que se genera en el hogar puede determinar en gran medida las decisiones de sus integrantes sobre la lectura; orientándolos directa o indirectamente a que los niños se formen como lectores autónomos.

Este trabajo se utilizó como antecedente por que aporta una visión práctica de la participación de padres y representantes con uso de diversos textos para la promoción de la lectura en niños.

Ramos (2010), analizó la *producción de textos publicitarios escritos por estudiantes de la primera etapa de Educación Básica de la Escuela Básica "Ramón Godoy" para fomentar la lectura y escritura*. La importancia social de la escritura y la lectura determina el rol protagónico que indefectiblemente le corresponde en el escenario escolar. La acción educativa es prácticamente inconcebible sin la escritura se hace muy difícil la lectura porque el quehacer académico se apoya significativamente en la lengua escrita y oral. De allí la importancia de enfocar la enseñanza y el aprendizaje de la lengua desde el punto de vista funcional y comunicacional; para ello, en el presente trabajo se describe la evolución de la producción escrita de los alumnos de la I etapa de Educación Básica, a partir de la aplicación de una estrategia de intercambio epistolar entre alumnos de diferentes contextos sociales.

El marco teórico está enfocado en la enseñanza de la lengua, considerando los últimos estudios sobre su funcionamiento interno u organización, los procesos mentales del usuario y el contexto social en que están inmersos los individuos; la teoría del aprendizaje, basada en el enfoque constructivista, haciendo hincapié en la acción y la experiencia, no sólo capitalizada y acumulada, sino también construida de individuo; la producción escrita, considerando las interrogantes: qué escribir, a quién

escribirle, cómo escribirlo y para qué escribirlo, estableciendo una relación de interdependencia entre el autor, el texto y el receptor; las condiciones previas para leer y producir textos; las competencias lingüísticas necesarias para la producción de textos y los factores requeridos para producir textos, orientado en tres factores fundamentales: conocer el mundo, tener conocimiento de la lengua y entender el contexto programático.

La investigación se basó en un estudio de carácter descriptivo etnográfico. Las unidades de análisis están formadas por estudiantes de ambos sexos, un grupo perteneciente a una escuela oficial rural y otro grupo a un colegio privado de clase media. Se trabajó por etapas: la primera, de fijación y preparación, la segunda, de aplicación de la estrategia y la última de comprobación. Los datos fueron obtenidos a través de la observación participativa, directa y grupal, utilizando los métodos hermenéutico y dialéctico. Como conclusión se tiene que la estrategia mejoró la capacidad de entendimiento en todas las áreas académicas y la producción de textos coherentes acordes a su nivel.

Este trabajo se consideró importante como antecedente ya que a través de él se logró considerar que la producción de textos publicitarios escritos por estudiantes de la primera etapa de Educación Básica de la Escuela Básica “Ramón Godoy” para fomentar la lectura y escritura por tanto es una estrategia favorable y que sale un poco de lo común.

Sánchez (2010). *Las ventajas del uso de las computadoras como elemento que favorece la producción de textos publicitarios para mejorar los escritos en el aula*. El presente trabajo de investigación se desarrolló con el objetivo de explorar el uso de la computadora como elemento que favorece la producción de textos publicitarios escritos en el aula, a diferencia de las estrategias tradicionales utilizadas para el logro de la adquisición y desarrollo de la lengua escrita y oral. El tipo de investigación se enmarcó un diseño de investigación con dos vertientes, una cuantitativa y otra cualitativa apoyado

en la teoría del método de complementariedad por deficiencia de Ortí (1999). La unidad social observada estuvo constituida por 36 alumnos del Tercer Grado Sección "A" en la U.E. Carabobo ubicada en la Isabelica, Valencia.

Los resultados del estudio permitieron constatar lo que las teorías de Ausubel, Ferreiro, Piaget, Vigostky, plantean sobre cooperación, mediación y motivación en cuanto a su influencia en el proceso de enseñanza y aprendizaje, para poner en práctica el potencial creador que el niño es capaz de manifestar cuando no está limitado por las barreras que impone la enseñanza tradicional. Como hecho relevante, se logró aportar estrategias, específicamente en el área de lectura y escritura, formas en las que se pueden construir ambientes ricos en experiencias educativas valiosas usando las computadoras en dicho proceso.

Este estudio fue un estudio importante que permitió conocer teóricamente como se les puede dar uso de las computadoras como elemento que favorece la producción de textos publicitarios para mejorar los escritos en el aula.

En el mismo orden de ideas se encuentra el trabajo de Garaban (2010). Que estuvo dirigido a *determinar si el uso de la publicidad escrita acerca del teatro, a través de la lectura dramatizada, es una estrategia idónea para fomentar el hábito de lectura en los alumnos de la Tercera Etapa de la Educación Básica, de la Unidad Educativa Nacional "José Vicente de Unda" Guanare Estado Portuguesa*. Por las características de la investigación y los objetivos planteados, la investigación se ubica en un diseño de tipo cuasi-experimental de dos grupos con pre y postprueba. Como unidades de análisis para el desarrollo del trabajo se tomó en cuenta a los alumnos del 9º Grado de Educación Básica de la Unidad Educativa Nacional "José Vicente de Unda" Guanare, Estado Portuguesa, para el año escolar 2009-2010. Para recoger la información se aplicaron dos instrumentos: Una prueba

diagnóstica (preprueba) y una prueba para evaluar la estrategia (postprueba).

Las preguntas fueron procesadas por frecuencias y su relación porcentual, a la vez que se calcularon, a través del paquete estadístico Statgraphics, las medidas de tendencia central, la prueba de hipótesis aplicando la "t" de Student. Los resultados evidenciaron que dramatizar las lecturas es una buena estrategia para llegar a los oyentes con mayor facilidad, con lo cual se puede mejorar la capacidad de lectura en voz alta, aumentar la comprensión lectora y lograr una actitud positiva hacia la lectura.

El presente trabajo está dirigido a determinar si el uso de la publicidad escrita acerca del teatro, a través de la lectura dramatizada por eso se tomó como antecedente ya que apporto ideas para la realización teórica del mismo.

Bernabè (2010), en su trabajo titulado *importancia que se otorga a la promoción de la Lectura*. Cuyo objetivo fue estudiar la importancia que tiene la institución educativa en el desarrollo de la lectura desde la escuela con el carácter funcional y significativo que ésta tiene en la vida social de los estudiantes. El tipo de investigación utilizada fue documental, apoyada en una revisión bibliográfica y concluyó que los proyectos pedagógicos deben afianzar el desarrollo y promoción de la lectura desde los primeros grados y continuarlos por toda la educación básica sin descuidar su práctica diaria.

Este trabajo se tomó como antecedente puesto que el autor hace referencia a la importancia del fortalecimiento del lenguaje oral desde el preescolar y forma parte importante del estudio puesto que la investigadora asumió la relevancia que reviste una de las etapas previas a la escolaridad, en la que la sociedad juega un rol importante que le permita al educando aumentar sus expectativas dentro del aula y mejorar su lenguaje para una iniciación efectiva a la lectura.

Por otra parte, Hernández (2010), en su trabajo de maestría en la Universidad de Carabobo titulado: *El Proceso de Revisión en la Producción*

de Textos Narrativos para Mejorar la Lectura en Alumnos de Primer Grado de la U. E. "Diego Ibarra", describe el proceso de revisión seguido por un grupo de niñas y de niños de primer grado para mejorar la lectura, durante la producción de textos narrativos. La metodología utilizada se basó en una investigación cualitativa, los datos se obtuvieron mediante técnicas cualitativas tales como la observación participante, la entrevista no estructurada y el análisis de documentos.

La población objeto de estudio la conformó el grupo de niñas y niños del primer grado. Los resultados obtenidos se encontró que la revisión en la producción de textos narrativos permite en el escritor avances significativos en la comprensión de la estructura del cuento como texto, en la utilización de aspectos generales de la producción escrita, tales como: segmentación de las palabras, ortografía de las palabras, organización global del texto, lectura del cuento.

Cabe resaltar que este trabajo de investigación fue una valiosa referencia puesto que a través de él se pudo conocer la importancia que tiene la producción de textos narrativos y la misma debe iniciarse desde los primeros años del ingreso de la niña y del niño a la escuela a fin de que se familiaricen con la lectura.

De la misma forma, Caballo y Leonardis (2009), llevaron a cabo un estudio sobre la *importancia de incorporar estrategias pedagógicas para motivar al uso de la narrativa infantil historias de aventura en educación Inicial en el C.E.I. "El Nazareno" ubicado en Valencia estado Carabobo*. Este trabajo fue presentado a la Universidad de Carabobo. Fue desarrollado bajo la metodología cuantitativa con un tipo de investigación descriptiva. Se apoyó en un proyecto factible, se trabajó con una muestra de 5 docentes de Educación Inicial.

Se llegó a la conclusión de que: existen discrepancias entre la teoría que sustenta este nivel de educación inicial y la praxis docente; no habiendo relación directa entre las estrategias pedagógicas y lo establecido en la normativa legal de la misma y que para llegar a verdaderos cambios, se debe tener un alto sentido de compromiso y estar en constante investigación y adaptación de estrategias pedagógicas que favorezcan el desarrollo de la lectura en las niñas y los niños y dar más auge o énfasis en la utilización de los recursos literarios que se en pocas ocasiones se les da uso a nivel de educación inicial

Este antecedente también marcó la pauta a seguir en el desarrollo de la investigación puesto que a través de él se pudo indagar sobre la importancia de incentivar a las niñas y los niños desde la Educación Inicial al acercamiento a la lectura a través del desarrollo de su expresión oral que se puede adquirir a través de textos que les llamen la atención como lo son las historias de aventuras.

En la misma línea de investigación centrada en el desarrollo de la lectura, se encuentra el trabajo realizado por Medina (2009), titulado *Plan Centrado en Juegos Recreativos para el Desarrollo de la Lectura Orientado a los Alumnos (as) de Educación Básica de la Unidad Educativa "Cirilo Alberto", ubicada en Valencia, estado Carabobo*. Trabajo de maestría en la Universidad de Carabobo El propósito de este trabajo fue promover un plan centrado en juegos recreativos para el desarrollo de la lectura orientado a los alumnos(as) de Educación Básica.

Cabe señalar que la metodología utilizada se basó en el enfoque cualitativo, como una Investigación Acción Participante. Se seleccionó un grupo de alumnos(as) de primer año (A), Segundo año (A) y tercer año (A) de la unidad educativa "Cirilo Alberto" para realizar observaciones y registrarlas. Concluyó que los juegos son un elemento importante que ayuda a la

adquisición de la lectura a cualquier edad y hace que la misma se adquiera con el placer de jugar.

Así mismo permitió desarrollar un proceso centrado en la mediación individualizada para la promoción de la lectura de textos escritos. La interacción constituyó la base para el desarrollo de todas las posibilidades de mediación. Los resultados arrojaron datos que sirvieran como criterios para el establecimiento de nuevas estrategias para promocionar la lectura dentro del aula; de esta manera, se enriqueció el campo de la didáctica, en relación con la construcción de estrategias propias para la lectura y se brindaron a los participantes verdaderas posibilidades de mediación para su desarrollo integral.

Este trabajo se utilizó como antecedente porque aporta una visión práctica de cómo promover el desarrollo de la lectura utilizando los juegos que los mismos estudiantes hacen a diario en la escuela lo cual puede servir como guía a la investigación.

BASES TEÓRICAS

Aprendizaje Constructivista

Según el constructivismo, desarrollado por autores como Piaget y Vigotsky, (1980), “el aprendizaje llevado a cabo en la escuela depende de la posibilidad de construir significados adecuados sobre los contenidos explicados por el docente”. (p.21), en este sentido cuando hablan de construcción de significados, entienden al alumno, no como pasivo receptor de información, sino como generador del aprendizaje con un papel activo en el proceso enseñanza aprendizaje. Esta teoría se aplica en el aula de clases cuando el docente invita al educando a construir su propio aprendizaje de acuerdo a los conocimientos que él ya tiene adquiridos desde su hogar o entorno.

El constructivismo es el modelo que mantiene que una persona, tanto en los aspectos cognitivos, sociales y afectivos del comportamiento, no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción de estos dos factores. En consecuencia, según la posición constructivista, el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano, esta construcción se realiza con los esquemas que la persona ya posee (conocimientos previos), o sea con lo que ya construyó en su relación con el medio que lo rodea.

Esta teoría fue seleccionada para esta investigación ya que la misma contribuye a la construcción del aprendizaje de la niña y del niño, tomando en cuenta que la investigadora lo que busca a través de las estrategias es lograr que los educandos vean la necesidad y la utilidad que aporta la lectura de textos, por tanto durante la aplicación de las estrategias se irán extrayendo las nociones que y a las niñas y los niños conocen de su propio contexto y se adaptan a los nuevo que se les está explicando.

Teoría Sociocultural de Lev Vigotsky

Según la teoría sociocultural, de Vigotsky (ob.cit). “La niña y el niño construyen el conocimiento mediante la interacción con el mundo que lo rodea”. (p.47), para el autor el contexto es parte importante ya que en este proceso, se siguen una serie de etapas que están relacionadas con las capacidades mentales que posee el sujeto para organizar la información que recibe del medio. Para este teórico, durante los dos primeros años de vida, el ser humano inicia su conocimiento del mundo por medio de la experiencia sensorial y la actividad motriz.

En el proceso de interacción con el medio social y físico, el infante recibe los estímulos, los transforma mediante el proceso de asimilación, los

interpreta de acuerdo con sus esquemas mentales y construye su concepción de mundo al transformar las imágenes estáticas en imágenes activas por medio del lenguaje, el juego, el dibujo y la imitación. El pensamiento surge, entonces, a través de la acción, a partir de la cual interioriza ciertas imágenes que posteriormente, aprenderá que tienen correspondencia con un nombre, y de esa manera, se origina el lenguaje, Así mismo, Vigotsky (ob.cit.) planteó el fundamento epistemológico de su teoría indicando que:

...el problema del conocimiento entre el sujeto y el objeto se resuelve a través de la dialéctica marxista, donde el sujeto actúa (persona) mediado por la actividad práctica social (objetal) sobre el objeto (realidad) transformándolo y transformándose a sí mismo (p.17).

De acuerdo a lo expresado, se da una relación dialéctica o dialogo entre sujeto y objeto. En este proceso de conocimiento son esenciales el uso de instrumentos socioculturales, especialmente de dos tipos: las herramientas y los signos. Las herramientas producen cambios en los objetos y los signos transforman internamente al sujeto que ejecuta la acción. Según la teoría de Vigotsky (ob.cit.), la niña y el niño al entrar en contacto con la cultura a la que pertenece, se apropia de los signos que son de origen social para, posteriormente, internalizarlos. Así mismo indica que "...el signo siempre es inicialmente un medio de vinculación social, un medio de acción sobre los otros y sólo luego se convierte en un medio de acción sobre sí mismo" (p.75).

Ante esto, se considera que el momento más significativo en el desarrollo de la niña y del niño, es cuando convergen el lenguaje y la actividad práctica, pues inicialmente, eran dos líneas de desarrollo totalmente independientes,

en un momento dado se unen y el lenguaje se vuelve racional y el pensamiento verbal. El desarrollo que hasta ahora era biológico se

vuelve socio histórico ya que por medio del lenguaje racional, la sociedad inyecta en el conocimiento. (p.22).

Es importante destacar que esta teoría hace un aporte valioso a la investigación ya que a través de ésta se puede determinar que para favorecer el aprendizaje es necesario que se den las interacciones sociales con compañeros y adultos puesto que éstas constituyen el medio principal del desarrollo intelectual en la niña y el niño, así mismo se conoció que la niña o el niño nace con habilidades mentales elementales, entre ellas la percepción, la atención y la memoria que se fortalece mediante la interacción con compañeros y adultos más conocedores o con más experiencias.

Teoría del Aprendizaje Significativo

Para Ausubel (1978), el Aprendizaje Significativo se da a través de las actividades de aprendizaje donde los estudiantes extienden y profundizan los significados que están construyendo. A su vez, construir un significado sería la creación de conexiones no arbitrarias (sustantivas o significativas) entre la nueva información y los conocimientos que ya poseemos. Esto es aplicable en el escolar puesto que este debe poseer los conocimientos previos, que actuarán como mediadores en el proceso, necesarios para integrar la nueva información para hacer una nueva y que tenga significado dentro de su entorno. En este sentido el autor menciona que:

En el proceso de orientación del aprendizaje, es de vital importancia conocer la estructura cognitiva del alumno; no sólo se trata de saber la cantidad de información que posee, sino cuales son los conceptos y proposiciones que maneja así como de su grado de estabilidad. (p.16).

Los principios de aprendizaje propuestos por Ausubel, ofrecen el marco para el diseño de herramientas metacognitivas que permiten conocer la organización de la estructura de la forma de aprender del educando, lo cual permitirá una mejor orientación de la labor educativa, ésta ya no se verá como una labor que deba desarrollarse con mentes en blanco o que el aprendizaje de los estudiantes comience de cero, pues no es así, sino que, los educandos tienen una serie de experiencias psicológicas y conocimientos que afectan su aprendizaje y pueden ser aprovechados para su beneficio.

En este caso, el aprendizaje significativo se presenta cuando la niña y el niño es capaz de explicar situaciones con sus propias palabras, cuando se siente apto para resolver problemas nuevos, en fin, cuando deben comprender, por tanto las estrategias utilizadas por la docente llevan implícitas situaciones de este tipo que promuevan en los educandos el entendimiento y que a través de la interacción, el conversar, opinar entre otras participaciones desarrollen su lenguaje oral.

La Motivación en el Aprendizaje Escolar

Factores que determinan la motivación para el aprendizaje

La motivación escolar constituye uno de los factores psicoeducativos que más influye en el aprendizaje. El término motivación se deriva del verbo latino movere, que significa moverse, poner en movimiento o estar listo para la acción. Según Woolfolk (1990), “la motivación se define usualmente como algo que energiza y dirige la conducta” (p. 326). De esta manera, un motivo es un elemento de conciencia que entra en la determinación de un acto volitivo; es lo que induce a una persona a llevar a la práctica una acción. Puede afirmarse, en consecuencia, que en el plano pedagógico la motivación significa proporcionar motivos, es decir, estimular la voluntad de aprender.

El papel del docente en el ámbito de la motivación, se centrará en inducir motivos a sus alumnos en lo que respecta a sus aprendizajes y comportamientos, para aplicarlos de manera voluntaria a los trabajos de clase. De este modo, el docente dará significado a las tareas escolares, y proveerá de manera tal que los alumnos desarrollen un verdadero gusto por la actividad escolar y comprendan su utilidad personal y social.

Según Solè (1998), “la motivación escolar no es una técnica o método de enseñanza particular, sino un factor cognitivo-afectivo presente en todo procedimiento pedagógico”. Por lo tanto, puede decirse que son tres los propósitos perseguidos mediante el manejo de la motivación escolar:

- Despertar el interés en el alumno y dirigir su atención.
- Estimular el deseo de aprender que conduce al esfuerzo.
- Dirigir estos intereses y esfuerzos hacia el logro de fines apropiados y la realización de propósitos definidos.

El papel de la motivación en el logro del aprendizaje significativo, se relaciona con la necesidad de inducir en el alumno el interés y esfuerzo necesarios y es labor del profesor ofrecer la dirección y guía pertinentes a cada situación.

Hay una serie de factores concretos y modificables que contribuyen a la motivación de los alumnos y que los profesores pueden emplear a través de su desempeño y mensajes. Según Arends (1994), “dichos factores modificables se refieren al nivel de involucramiento de los alumnos en la tarea, al tono afectivo de la situación, a los sentimientos de éxito e interés, así como a las sensaciones de influencia y afiliación al grupo” (p. 92).

De esta forma, la motivación escolar se encuentra ligada de manera estrecha al manejo del aprendizaje imperante en el aula. Uno de los propósitos centrales de la formación que reciben los niños y jóvenes en las instituciones escolares, es desarrollar el gusto y el hábito del estudio independiente y, en este sentido, se espera que la motivación de los alumnos

se centre en lo placentero que resulta el adquirir conocimientos válidos que les permitan explicar y actuar en el mundo en que viven.

Para motivar intrínsecamente a los alumnos, hay que lograr que:

- Den más valor al hecho de aprender que al hecho de tener éxito o fracaso.
- Consideren a la inteligencia y a las habilidades de estudio como algo modificable, y no como inmutables.
- Centren más su atención en la experiencia de aprender que en las recompensas externas.
- Faciliten su autonomía y control a través de mostrar la relevancia y significatividad de las tareas.

El manejo deliberado de la motivación en el aula encaja en el campo de las denominadas estrategias de apoyo, las cuales permiten al alumno mantener un estado propicio para el aprendizaje. Las estrategias de apoyo pueden optimizar la concentración, reducir la ansiedad ante situaciones de aprendizaje y evaluación, dirigir la atención, y organizar las actividades y tiempo de estudio.

Los factores de instrucción que facilitan la motivación se relacionan con la forma de:

- Estructurar y presentar la tarea.
- Organizar la actividad en el contexto de la clase
- Los mensajes que ofrece el docente antes, durante y después de la tarea.
- El modelado de valores y estrategias, así como de las formas de pensar y actuar al enfrentarse a las tareas.
- Que adoptará para la evaluación del alumno.

EL PROCESO DE LA LECTURA

Goodman (1996), ha caracterizado la lectura como un “juego de adivinanzas psicolingüístico” (p.40). Es un proceso en el cual el pensamiento

y el lenguaje están involucrados en continuas transacciones cuando el lector trata de obtener sentido a partir del texto impreso. Huey (citado por Goodman 1996), un pionero de la Psicología, reconoció a principios del siglo XX la complejidad de la lectura en términos psicológicos. Él consideró la lectura esencialmente como una búsqueda de significado y como acción constructiva. Su trabajo influyó en el pensamiento acerca de la lectura en los primeros años del siglo pasado, pero dejó de ser considerado en la medida en que la atención se desvió hacia el desarrollo de una tecnología centrada alrededor del lector principiante. Esta es una tecnología sistemática para enseñar a leer, basada en un vocabulario controlado y en el desarrollo de una jerarquía de habilidades, si había una teoría de los procesos de lectura implícita en esta tecnología, ésta fue: leer es identificar las palabras y ponerlas juntas para lograr textos significativos.

El trabajo de Goodman (1996), comenzó en el momento en que la ciencia lingüística estaba gradualmente desviando su atención de los sonidos hacia la sintaxis, y cuando la teoría lingüística tomó como tema la competencia lingüística. La Psicolingüística estaba surgiendo como un puente interdisciplinario entre la Psicología Cognitiva y la Lingüística, cuyo propósito era el estudio de la interacción entre el pensamiento y el lenguaje.

Los procesos lingüísticos son tanto personales como sociales, porque son utilizados para satisfacer las necesidades propias. Son sociales porque son utilizados para comunicarse entre sujetos. En la medida en que los lenguajes son sociales, todos están limitados por la misma necesidad de ser comprensibles para otros.

Goodman (Ob. Cit)), afirma que hay un único proceso de lectura para leer cualquier tipo de texto, independientemente de su estructura y del propósito que tenga en el momento el lector. Para comprender el proceso de la lectura, hay que comprender, de qué manera el lector, el escritor y el texto contribuyen a él. Ya que, la lectura implica una transacción entre el lector y el

texto, las características del lector son tan importantes para la lectura como las características del texto.

La relativa capacidad de un lector en particular es obviamente importante para el uso exitoso del proceso, asimismo la cultura social, el conocimiento previo, el control lingüístico, las actitudes y los esquemas conceptuales. Toda interpretación que el lector es capaz de comprender y aprender a través de ella depende fuertemente de lo que se conoce y cree antes de lo leído. Diferentes personas que leen el mismo texto, variarán en lo que comprenden de él, según sean sus conocimientos personales al significado. Pueden interpretar solamente sobre la base de lo que conocen.

El proceso de la lectura emplea una serie de estrategias. Una estrategia es un amplio esquema para obtener, evaluar y utilizar información. Esta como cualquier actividad humana es una conducta inteligente. Las personas no responden simplemente a los estímulos del medio. Encuentran orden y estructura en el mundo, de tal manera que pueden aprender a partir de sus experiencias, anticiparlas y comprenderlas. Los lectores desarrollan estrategias para tratar con el texto de tal manera de poder construir significado, o comprenderlo. Se usan estrategias didácticas, pero también tales estrategias se desarrollan y modifican durante la lectura. De hecho, no hay manera de desarrollar estrategias, sino a través de la lectura.

Ya que los textos tienen pautas recurrentes y estructuras, y ya que las personas construyen esquemas en la medida en que tratan de comprender el orden de las cosas que viven, los lectores son capaces de anticipar el texto. Pueden utilizar estrategias de predicción para el final de una historia, la lógica de una explicación, la estructura de una oración compleja y el final de una palabra. Los lectores utilizan todo su conocimiento disponible y sus esquemas para predecir lo que vendrá en el texto y cuál será su significado.

La inferencia es un medio poderoso por el cual las personas complementan la información disponible utilizando el conocimiento

conceptual y lingüístico y los esquemas que ya poseen. Los lectores utilizan estrategias de inferencia para deducir lo que no está explícito en el texto, pero también las que aparecerán más adelante. La inferencia es utilizada para decidir sobre el antecedente de un pronombre, sobre la relación entre caracteres, sobre las preferencias de un autor, incluso puede utilizarse para decidir sobre lo que el texto debería decir cuando hay un error de imprenta. Las estrategias de inferencia son tan utilizadas que rara vez los lectores recuerdan exactamente si un aspecto dado del texto estaba explícito o implícito.

El muestreo, las predicciones y las inferencias son estrategias básicas, los lectores están constantemente controlando su propia lectura para asegurarse que tenga sentido. Este proceso de autocontrol a través del uso de estrategias y de confirmación es el modo en que el lector muestra su preocupación por la comprensión. Pero también es utilizado para poner a prueba y modificar sus estrategias.

Goodman (1996), afirma textualmente que:

Los lectores aprenden a leer a través del autocontrol de su propia lectura. El lector está siempre centrado en obtener sentido al texto. La atención está centrada en el significado, y todo lo demás (tal como letras, palabras o gramática) sólo recibe atención plena cuando el lector tiene dificultades en obtener significado. (p. 162).

Lenguaje Integral y Motivación

Un enfoque comprensivo del lenguaje integral para el desarrollo de la lectura, de la alfabetización y de todo aprendizaje en esta materia, está arraigado en esta aceptación positivista y humanística de quien aprende. Se basa en los puntos fuertes y minimiza la preocupación por las deficiencias. En el lenguaje integral, método centrado en la comprensión, alfabetización, lectura y escritura, se considera una extensión natural del desarrollo del

lenguaje humano. Se basa en la investigación moderna y en la teoría del desarrollo del lenguaje, de los procesos del lenguaje y en el aprendizaje del lenguaje que incluye también la investigación sobre la lectura y la escritura. También se basa en una Psicología Cognoscitiva del Aprendizaje y en las relaciones entre el lenguaje, el pensamiento y el aprendizaje, incluyendo acepciones sobre la percepción, la cognición, la teoría de los esquemas y el desarrollo conceptual.

El enfoque holístico implica una perspectiva psico-sociolingüística del funcionamiento del lenguaje y del aprendizaje que relaciona al individuo con una perspectiva socio-cultural del desarrollo del lenguaje y de su funcionamiento.

La investigación básica que soporta esta perspectiva de lenguaje integral es:

- Positiva, basadas en las capacidades existentes de quien aprende.
- Relevante, que se expande sobre las experiencias ya existentes del niño dentro de su propia cultura.
- Transaccional, trata a quien aprende como un participante activo.
- Personalizada.
- Dinámica.
- Orientada hacia el proceso.

El método holístico muestra un continuo respeto por ambos, por el lenguaje y por quien aprende. La atención está siempre en el significado. La pregunta más importante es: ¿Cómo esto está contribuyendo a la comprensión?, quien aprende, a todos los niveles, es urgido a preguntarse constantemente: ¿Tiene esto significado para mí? Ellos aprenden a juzgar sus propios éxitos por lo que tiene significado y a rechazar la lectura sin significado.

La motivación es intrínseca: no se necesitan o permiten marcas o refuerzos para premiar el esfuerzo o el éxito. Tales premios distorsionan el

propósito de la lectura. El significado relevante es el único y apropiado refuerzo de la lectura. Cuando el lenguaje es funcional, la motivación para aprender es alta y los niños saben cuándo han sido exitosos, porque cubren sus propias expectativas y necesidades. Los premios intrínsecos pueden hacer aceptable aprendizajes disfuncionales.

La instrucción holística comienza con el lenguaje total, mundano, útil, relevante, lenguaje funcional, y abarca el panorama completo del lenguaje escrito incluyendo a la literatura en toda su variedad.

Los lectores deben volverse más flexibles a medida que desarrollan sus estrategias y que progresan hacia rangos más amplios de materiales con contenidos mucho más alejados de sus propias y directas experiencias. Se intenta ayudar al lector a usar la lectura para aprender, para ampliar y adquirir conceptos, en la medida en que se trate de evitar la enseñanza inadecuada de la lectura. Lo más crucial en el método holístico es el nuevo rol del maestro quien sirve como guía, facilitador y observador del niño.

Con el fin de establecer una conexión entre el individuo y la motivación a la lectura, Goodman (1996), propone un programa holístico provee la integración de la lectura y la escritura con otras partes del lenguaje. El programa de lenguaje integral, se compone de cuatro partes: la lectura en el preescolar, la lectura inicial, la lectura en desarrollo y la lectura reorientada. Para el caso de esta investigación en particular las fases de mayor interés serán el programa de la lectura en desarrollo y el reorientado, sin embargo para mantener el orden cronológico también se desplegarán algunos pasos del programa de Lectura Inicial (p. 165).

Lectura Inicial: La lectura inicial se refiere sólo al hecho de que los niños estarán comenzando un programa centrado para ayudar a transformarlos en lectores funcionalmente completos.

El programa se construye del todo hacia las partes, estimulando a quienes comienzan en la escuela a ser “arriesgados y seguros de sí mismos”. En este programa, se enseña por estrategias no específicas:

investigando el significado, prediciendo, muestreando, confirmando y auto corrigiendo. Se cultiva los principios alfabéticos no la especificidad de lo fónico. Se usan todas las claves para predecir el significado del lenguaje, no sólo de las palabras. Se enseña por inferencia (el juego de adivinanzas psicolingüísticas); el maestro es un guía y facilitador.

Se usa una variedad de técnicas de lenguaje integral. Experiencias del lenguaje en las cuales los alumnos dictan individualmente o en grupo o escriben por sí mismos historias basadas en sus experiencias propias. Estas se registran en carteleras o en libros por los alumnos en el área de publicaciones del salón. En las clases existen, también, muchos libros predecibles. Se llaman predecibles porque ellos sólo poseen un contenido en lenguaje familiar. Ellos poseen una estructura simple, a veces repetitiva, en la cual es fácil para el niño extraer el sentido transmitido por el libro y predecir lo que sigue. El maestro del niño que se inicia, guía su desarrollo mediante una observación cercana, pero los niños están progresando hasta convertirse en lectores; a ellos no se les introduce la lectura habilidad por habilidad.

La Lectura en Desarrollo

Para Carvajal, (2004). “La parte del programa de lectura que toma a los estudiantes que han hecho alguna iniciación a la lectura y que los ayuda como lectores a expandir sobre la base que ellos poseen en efectividad y eficiencia” por tanto se denomina programa de lectura en desarrollo. El programa se adhiere firmemente al principio de que los alumnos deben, en todas las etapas, estar leyendo textos comprensibles a medida que se desarrollan. No se aceptan materiales con lenguaje artificial. Se construye el nivel de seguridad de quien aprende y se estimula la toma de riesgos involucrando continuamente al alumno con materiales auto-seleccionados

que ellos desean leer, y tratando de comprender cualquier cosa que ellos deseen leer. Expandiendo la flexibilidad se ayuda al alumno a desarrollar y ampliar sus gustos, a la vez que se trabaja con ellos en la construcción de fuertes estrategias de comprensión.

Los lectores con problemas creen que existen dos clases de lectores, buenos y malos. Y creen que ellos son malos lectores. Creen que los buenos lectores nunca tienen problemas. De modo que estos alumnos sufren el síndrome de “la próxima palabra”. Cada vez que se encuentran una palabra que no les es familiar la toman como una prueba de que ellos son malos lectores. Piensan que los buenos lectores siempre conocen la próxima palabra. Tratan todas las palabras como si estas fueran de igual importancia; de modo que gastan tanto o más tiempo tratando de pronunciar un nombre como cuando se enfrentan a una palabra que representa un concepto importante. Ellos renuncian al significado: no esperan extraer significado y la lectura se vuelve la tediosa tarea de alcanzar el mayor número de palabras como sea posible.

Sin embargo, estos lectores también poseen puntos fuertes. Pero ellos están neutralizados por la pérdida de la auto confianza, el sobre uso de habilidades aisladas, y una inhabilidad para diferenciar entre el uso legítimo de estrategias de comprensión y el engaño. Creen que si ellos logran un significado sin el uso semántico de las habilidades, ellos de alguna manera han estado engañando.

Métodos empleados en el proceso de enseñanza-aprendizaje

Las estrategias didácticas: De acuerdo con Nérici (1995), el método didáctico “es el conjunto de procedimientos lógicos y psicológicamente organizados que utiliza el docente para orientar el aprendizaje del alumno, a fin de que éste desarrolle conocimientos, adquiera técnicas o asuma ideas y

actitudes”; es el camino para alcanzar los objetivos propuestos en un plan de enseñanza.

Todo lo que un individuo aprende o no aprende está considerablemente determinado por las técnicas y procedimientos que se emplea para enseñarlo. Influyen la motivación y el esfuerzo del individuo por aprender, pero directamente relacionado con el método que se utilice en la enseñanza, es decir el uso adecuado de una estrategia.

Es necesario entonces definir el término estrategia. De acuerdo con Goodman (1996), “es un amplio esquema para obtener, evaluar y utilizar la información”.(p.21). De igual forma Ríos (2001), establece que “son procedimientos específicos o formas de ejecutar una habilidad determinada. (p.40).

Por lo tanto, se puede concebir una estrategia como la estructura cognoscitiva o esquema mental que posee el individuo y del cual se vale en un momento específico para llevar a cabo una conducta determinada en función de un objetivo o situación prevista.

Según De la Torre (2000), afirma lo siguiente:

Las estrategias docentes son procesos encaminados a facilitar la acción formativa, la capacitación y la mejora sociocognitiva, tales como la reflexión crítica, la enseñanza creativa, la interrogación didáctica, el debate o discusión dirigido el aprendizaje compartido, la metacognición, utilización didáctica del error, etc.(p.110)

El mismo autor señala que todas ellas pueden ser consideradas como estrategias de enseñanzas, en cuanto marcan un modo general de plantear la enseñanza-aprendizaje y generar prácticas concretas para conseguirlo. En conclusión, De la Torres (Ob. Cit), señala que la estrategia didáctica es un procedimiento adaptativo o conjunto de ellos por el que organizamos secuenciadamente la acción en orden de conseguir las metas prevista. (p.112)

La estrategia didáctica, es ante todo, un procedimiento y, por consiguiente, una actividad socioafectiva por la que relacionamos los medios con los fines. La estrategia no es un Principio, ni una actuación, sino un proceso mental proyectado sobre la práctica de los problemas que necesitamos resolver. En sentido amplio, una estrategia es una forma de proceder flexible y adaptativa, en la que partimos de las variables contextuales y alteramos el proceso según se vayan modificando dichas variables. Presupone visiones amplias o de conjunto de todos los elementos para tomar decisiones pertinentes, esto es, adaptadas al problema real.

Cualquier estrategia presupone, en su fase de planificación, la ordenación de los diferentes elementos personales, formales, técnicos, espacios temporales con una visión de conjunto, con un fin determinado.

En la elaboración y desarrollo de la investigación, se hace necesario el aporte y apoyo de algunos constructos fundamentales que proponen varios autores. Este componente aportará al trabajo de investigación mayor confiabilidad y brindará la posibilidad de confirmabilidad según Ruiz (1996).

En este sentido Caldera (2000), leer exige un esfuerzo, de ahí su valor, pero también, desde el punto de vista formal, vigoriza la inteligencia. La actividad intelectual para los constructivistas es un factor de madurez del desarrollo cognoscitivo, en la medida que se explora, prueba y observa, también se organiza la información. De ahí que, el abordaje de la comprensión de la lectura parte de una actividad que en sí misma está recargada de improvisaciones, a través de lo cual no se excluye que ésta deba ser metódica en su dinámica. Al respecto, Caldera (2000) señala:

La lectura como actividad tiene tres momentos dependientes un de otro: **Análisis**, alcanzar los momentos del todo, es decir, se trata de determinar las unidades elementales del sentido las afirmaciones sustantivas **Síntesis**, recomponer el todo a partir de los elementos obtenidos, o ver el todo en su articulación, o sea,

ver el conjunto de lo analizado desde la idea central, el tema o la perspectiva que lo unifica. **Crítica**, apreciar su sentido y cualidad (p.13)

Es importante señalar que para el autor, la lectura no es mecánica. La actividad de leer requiere necesariamente de varios intentos para poder llegar a la comprensión de la lectura y aumentar su capacidad. Por ello, la actividad en sí misma puede ser ardua y lenta pero no innecesaria por los beneficios conseguidos.

Origen de la lectura y sus Elementos

La palabra 'lectura' proviene del vocablo latino "lectum", que es el supino del verbo "legere" cuyo sentido primario es; elegir, seleccionar. A partir de esta definición etimológica puede inferirse que la lectura es la interpretación y selección de un mensaje que se ha recibido por escrito. La lectura permite al individuo entrar en contacto con otras maneras de ver la vida, de comprender el fenómeno de la producción de desarrollo, la vida económica o la política de un pueblo o nación. Leer es un proceso que implica el paso por varios niveles que se nombran a continuación:

Oralización

La oralización se da cuando el individuo es capaz de reconocer que existen símbolos escritos que concuerdan en un sistema lógico con sonidos que se pueden emitir. Es así como se inicia el proceso de la lectura con su práctica en voz alta. De acuerdo con lo expuesto, el educando en la escuela enriquece sus conocimientos, los asimila y los acomoda según el material significativo que se utilice y este logre motivar al educando en el proceso de aprendizaje y que cada uno aprende a su propio ritmo. Según las

experiencias de Ferreiro y Teberosky (1998); todo niño tiene un proceso espontáneo en la construcción de la lengua escrita (lectura y escritura), que es necesario respetar para efectos de futuros aprendizajes, ya que la comprensión de la escritura por parte del niño comienza a desarrollarse antes de ingresar en la escuela mediante el contacto espontáneo del niño con materiales escritos ya previamente leídos.

En concordancia con lo señalado, Michel (1992) considera el aprendizaje como el proceso mediante el cual se obtienen nuevos conocimientos y habilidades a través de experiencias vividas que producen algún cambio en nuestro modo de ser o actuar. En relación con este planteamiento, Piaget (1980), basa sus teorías y enfoque constructivista en el proceso por medio del cual el sujeto desarrolla su propia inteligencia. Básicamente el constructivismo postula que toda persona construye sus conocimientos tomando de su ambiente los elementos que su estructura cognoscitiva sea capaz de asimilar.

Decodificación

Leer es una de las actividades más completas, formativas y placenteras a la que un individuo puede dedicar su tiempo. La lectura puede ampliar los conocimientos, transportar a otros mundos, ayudar a conocer a los otros y a nosotros mismos y hacernos vivir aventuras apasionantes en diferentes situaciones. La lectura tiene un enorme poder de fascinación. Para ello, es necesario decodificar, proceso que se da por el reconocimiento de símbolos que pertenecen al sistema de la escritura y el establecimiento de sus relaciones para formar sílabas y palabras.

El aprendizaje de la lectura no tiene como objetivo único conseguir que los niños decodifiquen el significado de un texto escrito. La educación en la

lectura debe ir más allá y lograr que los alumnos disfruten con cuentos, narraciones e historias en todas las dimensiones de su función estética.

Comprensión

Murria (1985) afirma que la lectura debe partir desde el principio de los cuentos o los poemas como textos para ser disfrutados y, una vez cubierta la finalidad del goce, deben desarrollarse actividades con intención didáctica. Así la lectura se enfoca como fuente de placer liberadora, incitadora de la fantasía y el sueño, pero también como vía para el aprendizaje y comprensión del mundo.

Sobre la base de esta teoría, se puede afirmar que la cantidad de lecturas y obras literarias que se puedan leer dentro del aula permiten a los alumnos desarrollar la apreciación positiva y valoración del proceso de lectura, incitan la búsqueda de información, exploración y ampliación de marcos de referencia; es decir, desarrollar la capacidad creativa e imaginativa y estimulan la producción de sus propios textos a partir del complejo proceso de comprensión.

Además según Wittrock, citado por el CENAMEC (1998), La comprensión es:

“La generación de un significado para el lenguaje escrito, estableciendo relaciones con los conocimientos previos y los recuerdos de experiencias”. Por consiguiente, este autor indica cómo el docente puede facilitar la comprensión y señala: “La generación activa de relaciones entre el conocimiento, las experiencias y el material escrito”. (p. 68)

De igual manera, Smith (1998), cita la base del aumento de la capacidad y comprensión lectora es la anticipación lectora. Este autor afirma que “Las anticipaciones son preguntas que le hacemos al mundo y la comprensión es el hecho de respondernos a esas preguntas”.(p 12)

Interpretación

La teoría psicológica, verbal y significativa planteada por Ausubel (1997), la importancia de los conocimientos previos de los alumnos en la adquisición de nuevas informaciones son esenciales para el aprendizaje. La significatividad de los conocimientos y experiencias anteriores residen en relacionar e integrar los nuevos conocimientos que los alumnos adquieren con los que ya posee. Así se desarrolla el proceso de interpretación. El autor define tres condiciones básicas para que se produzca el aprendizaje. (1) Estructuración lógica de los materiales de enseñanza., (2) Organización de la enseñanza tomando en cuenta los conocimientos previos y estilo de aprendizaje en los alumnos y (3) La motivación como elemento importante para aprender.

La Interpretación es el propósito fundamental de la lectura. La competencia en el reconocimiento de las palabras es un requisito necesario para la lectura, pero obtener significado de lo que se lee es una necesidad indispensable. La comprensión o la posibilidad de la misma en un material escrito está relacionada con las características del lector y del material leído, la experiencia previa, la inteligencia, las competencias básicas para reconocer palabras, el dominio del lenguaje y su capacidad interpretativa. Negar esta función sería empequeñecer su labor al privarle de los estímulos indispensables para cumplir con eficacia sus tareas.

Hall (1991), al exponer la relación entre desarrollo evolutivo y comprensión de la lectura, indica “Que los niños al comenzar a realizar ejercicios de lecturas ya tienen bastantes habilidades adquiridas a través del desarrollo del lenguaje oral, que les permiten cierta comprensión de los textos que leen”(p.19). Al comienzo de su experiencia como lector, este investigador señala que el niño debe analizar las partes que constituyen cada palabra.

Producción

El hombre es un ser creativo. Gómez Palacio (1994) destaca que:

En la lectura, la elaboración y selección de textos trata de responder a los intereses y posibilidades cognoscitivas de los lectores porque, tanto la estructura como el contenido de los textos, exigen del lector un paso previo para la definición de los reactivos que permitan identificar y desarrollar de acuerdo con las posibilidades del alumno indiferentemente del grado escolar que curse (p.33).

En el educando, desde temprana edad, debe despertarse el interés por la lectura como medio de distracción, a través de lecturas que presenten un atractivo al niño específicamente que inciten a conocer el contenido es por eso que se recomienda a los padres inducir la lectura recreativa en sus hijos para tener un mejor lector en el futuro, y así obtener un mayor resultado en su desempeño en la escuela en lo que se refiere a la producción creativa o expositiva de pensamiento y, por consecuencia, de textos escritos originales y significativos en todas las formas de expresión lingüística, entre las que se destacan la narración.

Machado (2005) apunta que ha narrado las funciones de la lectura para el desarrollo y el aprendizaje de las personas con especial belleza.” Un relato, señala, es una búsqueda de sentido. Narrar supone ordenar un caos de infinitos fragmentos para otorgarle cohesión, lo que permite que otros seres humanos lo capten y se enriquezcan con ello”.

Leer una narración es un ejercicio permanente de examinar posibles alternativas, de intentar percibir lo que se lee y no dejarse ilusionar por pistas falsas, de desechar impertinencias, de identificar eventuales aliados o adversarios, de reconocer obstáculos y procurar salvarlos, de sopesar bien todas las circunstancias que pueden modificar una acción. Para ello es necesario tener en mente lo que ya se leyó antes, ir llegando a algunas

opiniones sobre la psicología de los personajes, tener una determinada imagen espacial del escenario donde se desenvuelve la trama, prestar atención a las coordenadas temporales y a cuestiones de simultaneidad y de sucesividad, evaluar la probabilidad de relaciones de causalidad, observar el sentido general en el cual se desarrolla la acción.

La lectura de un buen relato puede suponer una revelación sobre los acontecimientos, sobre la vida, sobre las pasiones del hombre y sobre su destino. No cabe duda, afirma Machado en estrecha sintonía con los psicoanalistas, que la narrativa puede ayudar a las personas a conocerse a sí mismas y, de esa manera, a enfrentarse con su sufrimiento.

Al contar y recontar su propia historia, el individuo va ordenando su caos interior y construyendo una estructura de referencias y sentido, de modo de comprenderse a sí mismo y poder vivir mejor. Al leer y releer historias ajenas, amplía su universo de experiencias, entiende mejor la naturaleza humana, se abre hacia un territorio más allá de los límites de su vida, incorpora a su conciencia distintos niveles de realidad.

Pero la lectura no sólo es un formidable ejercicio intelectual y afectivo, sino que tiene también una función cultural y ética. Las narraciones guardan la memoria, construyen la tradición, transmiten sabiduría y constituyen una barrera contra el olvido. Y es ahí, afirma Machado de la mano de Italo Calvino, donde se encuentran filosofía y literatura, el terreno común de la ética. Una narración conduce a evaluar los acontecimientos expresados y a formar juicios de valor, propios. Una narración permite conocer perspectivas diferentes, formas distintas de pensar, de vivir y de creer. La lectura abre a otras vidas y enseña el camino del reconocimiento y del respeto a la diversidad personal y cultural.

Además de las funciones apuntadas, la consideración de la lectura como una estrategia metodológica preferente abre el camino a la perspectiva narrativa en la enseñanza. Bruner (1997) ha señalado que la narración es

una forma de pensamiento y un vehículo para construir significados no sólo en las ciencias sociales y personales sino también en las lógicocientíficas.

La forma narrativa otorga cohesión a la vida y la cultura. No es difícil entender la historia de los pueblos y de las ideas, los cuentos y los relatos populares desde el discurso narrativo. Pero también las ciencias de la naturaleza pueden tener una estructura narrativa si se conciben como una historia de seres humanos que superan las ideas anteriores y descubren nuevas explicaciones.

La narración abre el camino de la ficción, de la imaginación, del mundo de lo posible y despierta nuevas sensibilidades para aproximarse al pasado, al presente y al futuro. Una enseñanza con una estructura narrativa puede ser una vía de hacerla atractiva, de despertar la creatividad y el interés. Los alumnos pueden enfrentarse de otra manera a los problemas y sentirse más motivados para pensar sobre ellos y buscar alternativas.

La lectura, en todos sus niveles, es importante porque:

- A través de ella, se adquiere la mayoría de los conocimientos.
- Es la práctica de mayor importancia en el estudio.
- Aumenta los valores relacionados con la cultura.
- A través de ella, se transmiten los conocimientos de una generación a otra.
- Proporciona diversas emociones.

Las lecturas se clasifican de acuerdo con:

- La finalidad que persigue el lector
- La naturaleza de la lectura.

Las finalidades del lector según los estudiosos de este campo, reducen a cuatro:

- 1.- Adquirir conocimientos sobre una materia.
- 2.- Profundizar o ampliar los conocimientos que ya se tienen.
- 3.- Distraerse o pasar un rato agradable.

4.- Influir en la manera de pensar, sentir y querer.

De acuerdo con los fines de su naturaleza las lecturas se clasifican en:

- De estudio: Su objetivo es aprender con un método para un curso o una evaluación formal.
- Estructural o Analítica: Revisión general, para configurar una visión de las partes y contenido de un libro.
- Dinámica: Es una práctica sistemática de lectura rápida y comprensiva.
- De Consulta: Sirve para ampliar los conocimientos a través del diccionario, enciclopedias o de otros textos.
- De Información: Para conocer el área que le interesa al lector, por medio de folletos, revistas científicas o especializadas, periódicos o ensayos.
- De Investigación: Se realiza en diferentes libros y materiales para obtener información necesaria para elaborar monografías, ensayos, informes, tesis o libros.
- De Recreación: Para descansar, por goce estético, buscando estimular la imaginación, la emoción, la reflexión y el placer.
- Crítica o Evaluativa: En ella se interpreta, se valora el conocimiento, los datos e informaciones. Es una lectura reflexiva sobre la intención ideológica del autor; para poder hacer una reseña o comentario y así elaborar un juicio o apropiarse de una nueva idea.

TEXTOS PUBLICITARIOS

Texto: Es un enunciado o conjunto coherente de enunciados orales o escritos.

Publicidad: Es un Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos.

Entonces según Reyes (2003) el Texto Publicitario “es cuando cumple la función de atraer al lector hacia un producto a través de distintos medios.”

y“Es un tipo de texto especial cuya función es convencer al lector acerca de las cualidades de un producto de consumo”. El texto publicitario se caracteriza por ser escrito de manera clara sencilladirecta y con un lenguaje comprensivo. Por tanto la publicidad es considerada un medio de comunicación a través del cual se busca persuadir o convencer al público para que adquiera, utilice, compre, evite, etc., un producto o servicio, o bien para que el receptor actúe de cierta forma.

Es importante destacar, que la publicidad se organiza y dirige a un público objetivo (de acuerdo al sexo, los grupos de edad, nivel socio-económico, etc.) y dependiendo de éste, serán las características y particularidades del producto, servicio o mensaje que se esté publicitando. En este sentido, la publicidad cumple dos funciones:

- Informar acerca de aquellas particularidades de los productos, servicios o mensajes.
- Persuadir o convencer al lector del texto.

Este tipo de texto, que tiene características argumentativas (ya que persigue convencer al receptor), cumple función apelativa porque se dirige directamente al público. Desde el punto de vista de registro de habla, utiliza tanto el lenguaje formal como el coloquial, dependiendo al público objeto. Por esencia, la publicidad se basa y nutre de los elementos para verbales y no verbales, tanto en textos escritos como orales.

Finalidad de los textos publicitarios

La finalidad básica del texto publicitario es la persuasión por medio de signos (palabras, sonidos e imágenes) mezclándose 2 tipos de información:

-Denotado: Se informa del objeto que se pretende vender muestra cualidades y se invita a comprar posteriormente.

Connotado: Refleja pautas de conducta, se asocia al producto con determinados comportamientos (modas, conceptos de belleza).

Una de las finalidades básicas del texto publicitario es que utiliza diferentes métodos de seducción. Debemos tener en cuenta una serie de elementos que contribuyen a seducir a los posibles compradores del producto.

Estructura del Texto Publicitario

El texto publicitario constituye un lenguaje sincrético ya que en él se entremezclan diferentes componentes que son:

- Composición del mensaje
- Componente Verbal
- Componente visual, sonidos
- Composición del mensaje

Los textos publicitarios se encuentran formados por diferentes elementos ya sean imágenes, dibujos, textos, que son distribuidos en el anuncio. La forma como están colocados es muy significativa y son: Composición armónica, equilibrada, simétrica, unitaria. Composición por contraste, inestable, asimétrica, fragmentaria.

Publicidad

La publicidad para Reyes (2003). "es el estado o cualidad de público, aunque el concepto suele hacer referencia a la divulgación de anuncios con fines comerciales". (p.32), Lo publicitario es aquello perteneciente o relativo a la publicidad. Un texto, por otra parte, es una composición de signos codificada en un sistema, que forma unidad de sentido y que tiene intención comunicativa. Estas dos nociones nos permiten definir al texto publicitario, que es aquel que intenta llamar la atención de potenciales consumidores respecto al producto o servicio que se desea promocionar. Concretamente

podemos decir que un texto publicitario persigue dos objetivos: dar a conocer un producto e incitar al público a que lo adquiera.

Cabe destacar que el texto publicitario puede ser desarrollado a partir de textos argumentativos (ya que exponen las razones que deberían llevar al consumidor a comprar el producto o contratar el servicio), textos descriptivos (con los detalles y características de aquello que se pretende comercializar) y textos narrativos (cuando se narra una pequeña historia con la intención de presentar lo anunciado).

Además de estas características se hace necesario subrayar el hecho de todo texto publicitario se sustenta en dos principios fundamentales: la cercanía al receptor y la economía. De esta manera es como consigue llamar la atención del ciudadano, de una manera breve, directa y que le resulte interesante.

De la misma forma tampoco hay que pasar por alto que el mensaje que da forma a este tipo de texto puede cumplir con una o varias funciones:

- Complementaria. Esta labor la realiza el texto publicitario cuando aporta información o significados que no tiene la imagen que le acompaña.
- De intriga. Se produce en los casos en los que aquel va dando por sucesivas entregas diversos datos. De esta manera se consigue tener acaparada la atención del receptor pues se le despierta la curiosidad.
- Localizadora. Esta es la función que lleva a cabo el texto que lo que pretende es fijar determinadas imágenes.
- Identificadora. En este caso es la que realiza cuando procede sencillamente a presentar el producto en cuestión.

Muchos son los recursos que se utilizan a la hora de confeccionar un texto publicitario pues básicamente lo que se persigue es lograr la atención del público y “meterse” en su cabeza. Por ello, es frecuente que se empleen elementos tales como la metáfora, la hipérbole, la sinestesia, los juegos de fonemas, el tono exhortativo o los neologismos.

La finalidad de un texto publicitario siempre es la persuasión. Por ejemplo: “Compre este chocolate hecho con leche de vaca” es un texto que, en caso de pretender ser publicitario, tiene poco poder de persuasión. Distinto sería un texto que mencione “Compre el más rico chocolate, elaborado de forma natural con leche de vaca de nuestra propia granja y sometida a los más rigurosos controles de calidad”.

Es probable que el texto publicitario incluya un lema o eslogan. Se trata de una frase que se utiliza de modo repetitivo para identificar a una marca o fijar una idea. Un ejemplo de eslogan es “Thinkdifferent” de Apple o “Impossibleisnothing” de Adidas

Características Generales de los Textos Publicitarios.

Los textos publicitarios son una forma de comunicación persuasiva que pretende conseguir de sus destinatarios convencer, desarrollar o modificar ciertas actitudes, o bien producir necesidades para inducir a la compra de un producto. El proceso de la comunicación publicitaria es complejo. El elemento esencial es el:

Receptor

Al que se hace llegar un Mensaje atrayente. Este proceso es unidireccional (parte del emisor (anunciante) y no se espera respuesta verbal). Se llama “público objetivo” al que es potencial comprador de un producto; un menor de 18 años no lo es en los anuncios de las campañas electorales.

El emisor múltiple. Empresa

– Empresa publicitaria

– Empresa que realiza el anuncio.

Los canales utilizados son los llamados Medios de Comunicación de Masas (Mass Media): radio, televisión, prensa, Internet, carteles, vallas, etc.

En un texto publicitario se cumplen prioritariamente las siguientes funciones:

-Función apelativa. Se centra el mensaje en el receptor con el fin de persuadirle para modificar su actitud.

-Función poética. El publicista trata de utilizar el lenguaje de manera peculiar para que el mensaje sea "distinto", "atrayente", "extraño", con la intención de que el receptor repare en él. El texto publicitario utilizará mecanismos diversos para lograr esta función. El mensaje centra la atención sobre sí mismo para resultar más perceptible.

-Función referencial. Efectivamente se nos presenta (por la imagen, por el texto o por ambas cosas a la vez) el producto. El texto suele servir para matizar y concretar la imagen.

-Función fática. Al publicista le interesa que el canal de transmisión esté disponible; eso le asegura que la comunicación está produciéndose.

En un mensaje publicitario encontramos distintos códigos integrados. Lo lingüístico y lo no lingüístico (sonidos e imágenes) forman un todo.

El código icónico, de capital importancia en la publicidad, ofrece dos mensajes:

-Mensaje denotativo: referencias analógicas al producto.

-Mensaje connotativo: se impregna al producto de valoraciones y sensaciones emotivas, con el fin de provocar la atracción y la actitud positiva del receptor. Además del código icónico cumplen esta función otros códigos no verbales (música, sonidos, color, enfoques fotográficos, etc).

El código lingüístico tiene como objetivo precisar la significación denotativa de la imagen (cualidades, prestaciones o características del producto) e intensificar, valiéndose de todo tipo de recursos, el lado connotativo del mensaje publicitario.

Características Lingüísticas.

El lenguaje publicitario se distingue por su economía expresiva (laconismo) y por su cuidada elaboración. El mayor grado de condensación se consigue en el eslogan. Los mensajes publicitarios pueden pretender:

- motivar: se llama la atención sobre el producto y sobre el anuncio
- grabar: mecanismos que pretenden hacer recordar.
- persuadir: se argumenta con la intención de convencer.

Nivel Fónico

Son en su mayoría mecanismos de grabación, ayudan a que el mensaje publicitario, en especial el eslogan, quede en la mente del receptor.

La publicidad y la propaganda.

Gámez y Palacio (2004). La publicidad "es la divulgación de anuncios con la finalidad de atraer a compradores, espectadores, y usuarios". Ambas usan las mismas técnicas de persuasión y los mismos medios de comunicación, pero se diferencian en la finalidad. La primera es comercial y la segunda ideológica. En la sociedad en la que vivimos la publicidad y la propaganda juegan un papel fundamental y a veces no somos conscientes. Incluso hay páginas web creadas para promocionar publicidad. Una de estas páginas es la siguiente: <http://www.premiumsafelist.com>

Circuito comunicativo

La publicidad establece una comunicación unilateral. Esto quiere decir que no existe intercambio de opiniones.

- Emisor: es una empresa publicitaria, generalmente comercial.

- Receptor: es el oyente, espectador o lector. Se intenta vender el producto a comercializar por medio de la novedad, el humor y el impacto.
- Mensaje: intenta convencer al receptor de que compre el producto.
- Código: se emplea el código verbal, visual y musical.
- Canal: los medios de transmisión son el papel, el cartel, las ondas y los medios electrónicos.

Estructura del texto.

Dichos textos se componen de lenguaje sincrético entremezclado con el lenguaje verbal, la imagen y sonido. Se pretende captar la atención del espectador mediante la armonía o el contraste y la disposición del texto en modo vertical u horizontal.

Tipografía

Sirve para resaltar algo en el mensaje y atraer al público. Para esto está la tipografía. En esta imagen juegan con las palabras creando de esta manera un signo de interrogación, que a los ojos del espectador llama la atención.

Imagen.

En los anuncios la imagen es una fotografía o un dibujo.

- Plano: encuadre, iluminación, angulación...
- Color: se emplea el color para impactar y que el objeto destaque.
- Cinésica: Es la capacidad expresiva del rostro, la mirada...
- Proxémica: Es la relación de los personajes con el espacio y con el producto.

Características del mensaje verbal.

- Los elementos verbales pretenden atraer mediante la función fáctica.
- Predominan los enunciados imperativos e interrogativos.

- Uso frecuente del tú y de la fraternidad para acercarse al público.
- La información fundamental de la marca la ofrece el eslogan que realza el producto.
- El eslogan junto con la marca son seguidos por el logotipo.

Estructuras argumentativas, léxico y estilística del lenguaje.

Se suele utilizar partículas argumentativas.

- Porque: nexo argumentativo más común. (Porque con movistar te llevas...).
- Para: introduce la finalidad de la adquisición. (Usapantene para tener un pelo.....).
- Si: introductor de argumento hipotético. (Si tienes móvil, tienes internet... Vodafone).
- Pero: hace ver que hay dos opciones. (La cirugía láser te hacer sentir mejor, pero hazlo con expertos).
- Además/ y además: incorpora un argumento final y contundente. (Compra dos botellas y además te llevas una de regalo).

Clasificación de los anuncios

Dependiendo la finalidad, los anuncios se clasifican en:

- Anuncios propagandísticos: busca persuadir o convencer al receptor para que actúe de cierta forma. El objetivo es la promoción de ideas sociales, deportivas, culturales, entre otras, y de visiones de mundo.
- Anuncios publicitarios: busca persuadir o convencer al receptor para que adquiera, utilice o compre un producto o servicio. El objetivo es conseguir beneficios comerciales.

Importancia de la publicidad y sus factores

La publicidad desempeña un papel de gran importancia en cualquier empresa ya que esta sirve de medio para comunicar a muchas personas el mensaje de un patrocinador a través de un medio impersonal y está diseñada para convencer a una persona para que compre un producto, para apoyar a una causa o incluso para obtener menor consumo. La publicidad tiene una gran influencia sobre el consumidor; a través de una buena publicidad se puede lograr vender grandes volúmenes de mercancías, todo depende de la capacidad que esta tenga para convencer al público para que compre el producto.

Es importante para los anunciantes porque atrae más clientes para ellos y así incrementa sus ganancias. Esto también representa un beneficio para el consumidor. Cuando se vende mercancías en grandes cantidades, puede producirse en masa. La producción masiva reduce el costo para el consumidor. La demanda de los consumidores también contribuye a que los productos sean mejores, ya que los fabricantes saben que un producto mejorado ayudara a conserva viejos clientes y atraer a nuevos. La publicidad no necesariamente tiene la misma importancia en todas las empresas que recurran a sus servicios difiere entre industrias y entre firmas dentro de la misma industria, la publicidad puede ser importante para una empresa, y muy insignificante para otra ya que algunas organizaciones prefieren usar estrategias diferentes a la publicidad no se abre los objetivos. Por ejemplo, una compañía podría escoger invertir dinero para incentivar al distribuidor, promociones de ventas para el consumidor y producir los gastos para publicidad o viceversa. El grado en que una organización use la publicidad depende de la confianza que la gerencia tenga por ella como una herramienta importante de mercadotecnia

Los factores de la publicidad: existen una serie de factores a considerar:

-Una primera selección es decidir la combinación de medios. Es decir, elegir la mezcla adecuada de Televisión, Prensa, Radio, Publicidad Exterior y otros Medios.

-Después de decidir si ponemos la publicidad en un medio u otro, se hace preciso especificar los soportes concretos. Es decir si hemos elegido poner nuestro anuncio en el medio televisión a continuación tenemos que seleccionar los canales de televisión más adecuados.

-Especificar las inserciones. Una vez seleccionados los soportes debemos decidir en qué lugar concreto colocamos el anuncio. Tenemos muchas posiciones distintas donde podemos colocar un anuncio concreto.

Para realizar la selección de medios es preciso tener presente una serie de factores:

-Los objetivos de marketing.

-El público al que nos dirigimos

-La cobertura. El porcentaje de los segmentos población que deseamos vean nuestros anuncios.

-La imagen que deseamos transmitir.

-Las posibilidades técnicas de cada Medio.

-El coste.

BASES LEGALES

Las bases legales de esta investigación se presentan por orden de importancia. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su Capítulo VI De los Derechos Culturales y Educativos, relaciona la investigación con el siguiente artículo:

Artículo 102 establece:

La educación es un derecho humano y un deber social fundamental, es democrática, gratuita y obligatoria. El Estado la asumirá como función indeclinable y de máximo interés en todos sus niveles y modalidades, y como instrumento del conocimiento científico, humanístico y tecnológico al servicio de la sociedad. La educación es un servicio público y está fundamentada en el respeto a todas las corrientes del pensamiento, con la finalidad de desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en la valoración ética del trabajo y en la participación activa, consciente y solidaria en los procesos de transformación social consustanciados con los valores de la identidad nacional, y con una visión latinoamericana y universal. El Estado, con la participación de las familias y la sociedad, promoverá el proceso de educación ciudadana de acuerdo con los principios contenidos de esta Constitución y en la ley.

En este artículo se hace énfasis en que la educación como derecho es también un servicio social por medio del cual el estado debe facilitar todas las herramientas posibles para que ésta sea de calidad, así mismo fomentar la participación de la familia como un binomio inseparable y de mutua corresponsabilidad.

Artículo 6º establece:

Todos tienen derecho a recibir una educación conforme con sus aptitudes y aspiraciones, adecuada a su vocación y dentro de las exigencias del interés nacional o local, sin ningún tipo de discriminación por razón de la raza, del sexo, del credo, la posición económica y social o de cualquier otra naturaleza. El estado creará y sostendrá instituciones y servicios suficientemente dotados para asegurar el cumplimiento de la obligación que en tal sentido le corresponde, así como los servicios de orientación, asistencia y protección integral al alumno, con el fin de garantizar el máximo rendimiento social del sistema educativo y de proporcionar una efectiva igualdad de oportunidades educacionales.

Ley Orgánica de Educación

Artículo 3.

La presente Ley establece como principios de la educación, la democracia participativa y protagónica, la responsabilidad social, la igualdad entre todos los ciudadanos y ciudadanas sin discriminaciones de ninguna índole, la formación para la independencia, la libertad y la emancipación, la valoración y defensa de la soberanía, la formación en una cultura para la paz, la justicia social, el respeto a los derechos humanos, la práctica de la equidad y la inclusión; la sustentabilidad del desarrollo, el derecho a la igualdad de género, el fortalecimiento de la identidad nacional, la lealtad a la patria e integración latinoamericana y caribeña.

Se consideran como valores fundamentales: el respeto a la vida, el amor y la fraternidad, la convivencia armónica en el marco de la solidaridad, la corresponsabilidad, la cooperación, la tolerancia y la valoración del bien común, la valoración social y ética del trabajo, el respeto a la diversidad propia de los diferentes grupos humanos. Igualmente se establece que la educación es pública y social, obligatoria, gratuita, de calidad, de carácter laico, integral, permanente, con pertinencia social, creativa, artística, innovadora, crítica, pluricultural, multiétnica, intercultural y plurilingüe

Ley Orgánica de Protección del Niño, Niña y Adolescente

Artículo 54. Obligación de los Padres, Representantes o Responsables en Materia de Educación. Los padres, representantes o responsables tienen la obligación inmediata de garantizar la educación de los niños y adolescentes. En consecuencia, deben inscribirlos oportunamente en una escuela, plantel o instituto de educación, de conformidad con la Ley, así como exigirles su asistencia regular a clases y participar activamente en su proceso educativo.

Artículo 55. Derecho a Participar en el Proceso de Educación. Todos los niños y adolescentes tienen el derecho a ser informados y a participar

activamente en su proceso educativo. El mismo derecho tienen los padres, representantes o responsables en relación al proceso educativo de los niños y adolescentes que se encuentren bajo su patria potestad, representación o responsabilidad.

El Estado debe promover el ejercicio de este derecho, entre otras formas, brindando información y formación apropiada sobre la materia a los niños y adolescentes, así como a sus padres, representantes o responsables.

Artículo 56. Derecho a Ser Respetado por los Educadores. Todos los niños y adolescentes tienen derecho a ser respetados por sus educadores.

Artículo 60. Educación de Niños y Adolescentes Indígenas. El Estado debe garantizar a todos los niños y adolescentes indígenas regímenes, planes y programas de educación que promuevan el respeto y la conservación de su propia vida cultural, el empleo de su propio idioma y el acceso a los conocimientos generados por su propio grupo o cultura. El Estado debe asegurar recursos financieros suficientes que permitan cumplir con esta obligación.

Tabla Nº 1
Operacionalización de las Variables

Objetivo general: Proponer un plan de estrategias basadas el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año del liceo Luis María Sucre de Tinaquillo.					
OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	DEFNICIÓN DE VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	Instrumento
<p>-Identificar las estrategias pedagógicas que están utilizando los docentes para favorecer lectura eficaz en voz alta en los y las estudiantes del 1er año en el Liceo Luis María Sucre.</p> <p>-Diseñar un plan de estrategias basadas en el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la lectura eficaz en voz altade los estudiantes de 1er año del Liceo Luis María Sucre de Tinaquillo.</p>	Lectura en voz alta	La lectura en voz alta es una de las mejores estrategias para formar lectores que cuando se proyecta esa emoción en los oyentes, la comprensión vendrá como un agregado.Barrera (2000).	Habilidades	1,2	C U E S T I O N A R I O
	Textos publicitarios	Reyes (2003) el Texto Publicitario “es cuando cumple la función de atraer al lector hacia un producto a través de distintos medios.” y “Es un tipo de texto especial cuya función es convencer al lector acerca de las cualidades de un producto de consumo”. El texto publicitario se caracteriza por ser escrito de manera clara sencilla directa y con un lenguaje comprensivo.	Lectura en voz alta	Lectura en voz alta	
Expresión			6 7		
Diálogo			8,9		
Atracción			10, 11		
Comprensión			12, 13		
Carteles escritos			14,15		
Imágenes			16		
Dibujos			17		
Textos	18,19,20				

Fuente: Lizcano (2014)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En todo trabajo de investigación, es pertinente presentar y definir el componente metodológico que facilita el desarrollo de los objetivos planteados en el mismo. Es en éste capítulo donde se define el tipo de modalidad de investigación que se utilizará, la población y la muestra con que se trabajará para la obtención de información, así como los instrumentos y las técnicas de análisis esenciales para dicha recolección. Hurtado y Toro (2007), determina que “la metodología es el estudio de los modos o maneras de llevar a cabo algo, es decir, el estudio de los métodos”. (Pág. 97).

Naturaleza de la Investigación

Es importante destacar que en esta investigación se realizará utilizando una metodología de naturaleza cuantitativa la cual es definida por Palella y Martins (2004) como la “metodología que se requiere entre los elementos del problema de investigación, la existencia de una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar”. (p.21), es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación inmersos en el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

Tipo de Investigación

El presente estudio se ubicará según el nivel de conocimiento del objeto investigado, se corresponde con una investigación de tipo descriptiva según Hurtado y Toro (2007) afirma que “la investigación descriptiva tiene como objetivo la descripción precisa del evento de estudio”. (p.26). Es importante reseñar que este tipo de investigación se asocia al diagnóstico, el propósito es exponer el evento estudiado, haciendo una numeración detallada de sus características. En el caso de la investigación descriptiva, la indagación va dirigida a responder a las preguntas quien, qué, donde.

En este sentido la investigación que aquí se conduce será descriptiva porque se van describir eventos relacionados con las habilidades lectoras que poseen los estudiantes del 1er año sección “A” del Liceo Luis María Sucre y también, identificar las estrategias pedagógicas que están utilizando los docentes para favorecer las habilidades lectoras en los y las estudiantes para luego diseñar estrategias que favorezcan este proceso.

Diseño de la investigación

El presente estudio se enmarcará dentro del tipo de investigación de Campo, porque en una parte los datos son extraídos y se desarrollados en un ambiente natural, directamente de la realidad a través de técnicas específicas empleadas para el trabajo de campo. Sobre la investigación de campo, Palella y Martins (2003), la definen como la que “se desarrolla en el ambiente natural, en el sitio donde se realiza la investigación. (Comunidad, empresa, institución cultural, otros), sin manipular o controlar las variables, debido a que este hecho hace perder la naturalidad en la cual se evidencia el hecho investigativo” (p.14). La investigación de campo se llevará a cabo en el Liceo Pbro. Luis María Sucre de Tinaquillo estado Cojedes.

Modalidad de la Investigación

Desde el punto de vista del modelo de investigación, es un proyecto factible, definido por la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2012):

(...) consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta, de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales (...) El proyecto puede tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades (p 16).

Lo que da a significar que el proyecto factible implica una propuesta dirigida a solucionar o solventar una situación problemática, en este sentido el problema presente en el Liceo Pbro. Luis María Sucre de Tinaquillo específicamente en el fortalecimiento de la lectura a los estudiantes del 1er año.

Fases del Proyecto Factible

Para la elaboración de la propuesta se procederá a cumplir con las siguientes fases:

Fase I: Estudio Diagnóstico

A través de este estudio se diagnosticó objetivamente la necesidad que existe de llevar a cabo un plan de estrategias; para lo cual se consultó mediante una investigación de campo con la aplicación de un instrumento de recolección de datos, a todas aquellas personas que serán beneficiadas de manera directa o indirecta con este proyecto. Para recabar la información el instrumento tipo cuestionario de opinión, el cual estuvo conformada por

preguntas en forma de afirmaciones utilizando escala tipo Likert (ver anexo B), según la matriz de operacionalización de variables (ver cuadro N° 1)

Fase II. Estudio de Factibilidad

Este estudio consistió en determinar y probar la viabilidad desde el punto de vista de técnico, operativo y financiero para diseñar el plan de estrategias basadas en los textos publicitarios, dentro de la cual se determinó que el plantel se cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo dicha propuesta y al mismo tiempo se requirió fue de pequeño aporte por parte de la investigadora en cuanto a material fotocopiado.

Población

Para Hurtado (2007), la población “es el conjunto de seres que poseen las características o evento a estudiar y que se enmarca dentro de los criterios de inclusión; es por ello que conforman la población”... (Pág. 140). En lo que concierne a la población del estudio se considerará al conjunto de (25) docentes, (378) estudiantes, (3) administrativos y (5) obreros del Liceo Pbro. “Luis María Sucre” de Tinaquillo estado Cojedes que son un total de 411.

Muestra

De acuerdo a lo que menciona Hurtado y Toro (2004), la muestra: “...es una parte representativa de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo” (p. 126). La muestra que seleccionará de manera intencional, de 35 estudiantes del 1º año Sección “B” del Liceo Pbro. Luis María Sucre de Tinaquillo.

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Una vez seleccionada la muestra de la cual se obtendrá la información se procederá a seleccionar el medio, técnicas e instrumentos más idóneos y efectivos para poder recopilar la información necesaria. Hurtado (2007) plantea que las técnicas tienen que ver con los procedimientos utilizados para la recolección de los datos, es decir, el cómo. Para la recolección de la información se utilizará la técnica de la encuesta la cual según (Hurtado, 2007) consisten la observación de la información de manera escrita, por parte de del (la) informante, es una fuente primaria". (p.21). Y como instrumento el cuestionario que según (Hurtado, 2007) "es un conjunto de preguntas relacionadas con el evento de estudio"... (p.21).

Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Validez

Toda medición o instrumento de recolección de los datos debe reunir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad. En este sentido, el cuestionario diseñado será sometido a un proceso de validez de contenido. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), la validez es: "el grado en que el instrumento realmente mide la variable que pretende medir" (p. 243).

Para determinar la validez del instrumento se recurrirá al juicio de expertos. En tal sentido, se solicitará la colaboración de dos (02) expertos en Castellano y Literatura, uno (01) en metodología. Estos tres (03) profesionales, después de hacer el análisis respectivo a los instrumentos elaborados, emitirán sus opiniones en cuanto a contenido, pertinencia, redacción, estilo, criterios metodológicos en general y las sugerencias para corregir algunos ítemes del instrumento. Hecho esto y obtenida la constancia

de validación se puede realizar la prueba piloto para calcular la confiabilidad de los instrumentos a utilizar para recoger la información adecuada y pertinente con relación a los objetivos del estudio.

Confiabilidad

En los procesos de investigación, la confiabilidad permite establecer el nivel de congruencia con que se miden las variables del estudio (Chávez 1996, p. 6). En este caso, para determinar la confiabilidad de los instrumentos, se utilizará una prueba piloto, la cual será aplicada a una muestra pequeña de docentes que no formaran parte del estudio.

Para determinar la confiabilidad de los mismos, se utilizará la fórmula del coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach, la cual es factible de aplicar a los instrumentos en los que se usen escalas de respuesta con más de dos opciones, como se presentará en el cuestionario que se diseñará para este estudio.

A partir de las varianzas, el alfa de Cronbach se calcula así:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_i^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

donde

S_i^2 es la varianza del ítem i ,

S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y

K es el número de preguntas o ítems.

$$\alpha = \left[\frac{20}{20-1} \right] \left[1 - \frac{7.44}{34,2} \right] = 0,82$$

Tabla Nº 2: Significado de los valores del coeficiente

Valores del coeficiente	Niveles de correlación
0.01 a 0.20	Insignificante (muy poca)
0.21 a 0.40	Baja (muy débil)
0.41 a 0.60	Moderada (significativa)
0.61 a 0.80	Alta (fuerte)
0.81 a 1.00	Muy alta (casi perfecta)

Fuente: Ruiz Bolívar(2002)..

Técnica de Análisis

Las técnicas de análisis de los datos pueden definirse como “la acción de clasificación, codificación, e interpretación de la información obtenida durante la recogida de datos, con el fin de establecer conclusiones específicas con relación a la problemática que se estudia” Hurtado y Toro (2007). Desde este punto de vista, puede señalarse que, una vez obtenida la información mediante la aplicación de los instrumentos a la muestra del estudio, ésta se tabulará y procesará mediante la estadística descriptiva la cual es definida por García (2006) como: “...la estadística que se dedica a analizar y representar los datos. Este análisis es muy básico”. Aunque hay tendencia a generalizar a toda la población, las primeras conclusiones obtenidas tras un análisis descriptivo, es un estudio calculando una serie de medidas de tendencia central, para ver en qué medida los datos se agrupan o dispersan en torno a un valor central.

De esta manera, la información obtenida se clasificará, codificará y será tabulada y posteriormente vaciada en cuadros y gráficos estadísticos, empleando para ello, el análisis de frecuencia, el cual permitirá conocer los valores estadísticos en función de las respuestas emitidas por los

encuestados, a fin de obtener las sumatorias correspondientes y establecer las frecuencias absolutas. En este sentido, se representará en tablas de frecuencia las cuales son una tabla en la que se organizan los datos en clases, es decir, en grupos de valores que describen una característica de los datos y muestra el número de observaciones del conjunto de datos que caen en cada una de las clases.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

El análisis e interpretación de datos según Balestrini (2006), "... permite resumir y comparar las observaciones efectuadas en relación a una determinada variable estudiada; describir la asociación que existe entre dos variables..." (p.184). En este sentido se realizó en función a los objetivos específicos que contempla el estudio.

Para ello se contó con información recabada a través de un cuestionario que se aplicó a los sujetos encuestados, representado por (35) estudiantes, que integran la muestra objeto de estudio. A continuación se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los estudiantes, el cual constó de un cuestionario de 20 ítems, estos datos y son representados de manera clara y sencilla en cuadros que muestran la distribución de las frecuencias y los porcentajes así como una serie de gráficos de barra que permiten visualizar de manera sencilla las respuestas emitidas en la encuesta.

Dimensión: Habilidades

Ítem N° 1 Consideras que como estudiante posees habilidades para la buena lectura.

Ítem N° 2 Los docentes que te atienden en el liceo motivan a los estudiantes a adquirir habilidades lectoras.

Tabla N° 3

Categorías	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total	
	F	P	F	P	F	P		
Habilidades	1	17	48.57%	16	45.71%	2	5.71%	100%
	2	5	14.29%	22	62.86%	8	22.86%	100%

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 1



Análisis

El 48,57% de los encuestados manifiesta que posee habilidades para la buena lectura, otro 45,71% cree que algunas veces posee esas habilidades, mientras que el 5,71 % restante dice que nunca ha poseído habilidades para la buena lectura, de igual forma se tiene que el 14,29% de los docentes siempre motivan a los estudiantes a adquirir habilidades lectoras, mientras que un 63,28% de esos docentes alguna vez motivan a los estudiantes a leer y otro 22,68% nunca realiza tal motivación.

Dimensión: Lectura en voz alta

Ítem N° 3 Te gusta leer en voz alta.

Ítem N° 4 Te gusta escuchar al que lee en voz alta.

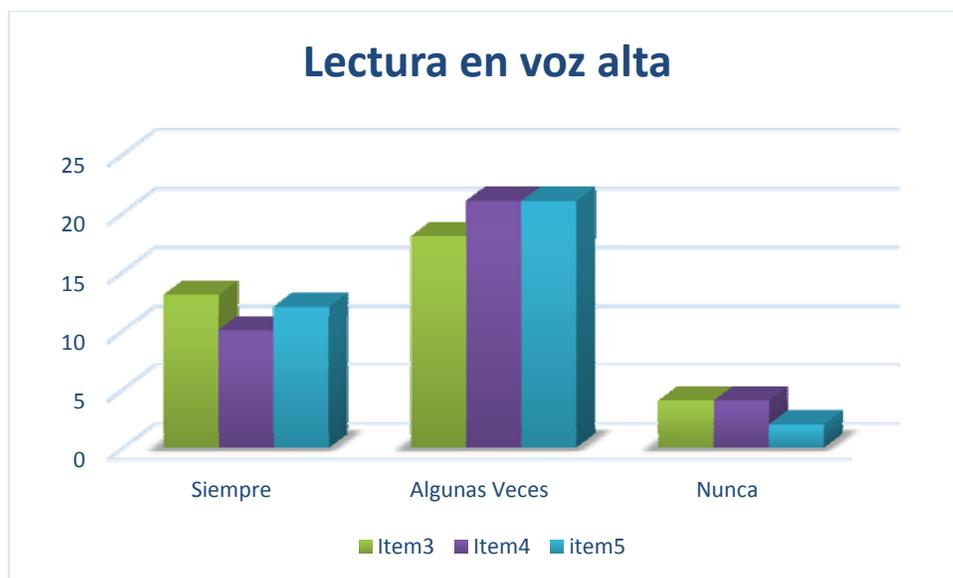
Ítem N° 5 Crees que comprendes lo que lees cuando lo haces en voz alta.

Tabla N° 4

Categorías	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total	
	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)		
Lectura en voz alta	3	13	37.14	18	51.43	4	11.43	100
	4	10	28.57	21	60.00	4	11.43	100
	5	12	34.29	21	60.00	2	5.71	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 2



Análisis

Al interrogar a los consultados, sobre si le gusta leer en voz alta, el 37,14% de los consultados manifestó que siempre le gusta, el 51,43% de los consultados dijo que algunas veces, lo hacía y el 11,43% manifestó que nunca le gusta leer en voz alta. De igual forma, al preguntar a los encuestados sobre si le gusta escuchar al que lee en voz alta, el 28,57% de los encuestados manifestó que siempre le gustaba, mientras que otro 60% de los mismos dijo que alguna vez le gustaba y el 11,43% restante dijo que nunca le gustaba. Por otro lado, el 34,29% de las personas consultadas,

dijeron que siempre comprenden lo que leen cuando lo hacen en voz alta, mientras que el 60% de los mismos manifestaron que algunas veces lo comprenden y el 5,71% restante dijo nunca comprenderlo.

Dimensión: Expresión

Ítem N° 6 Te gusta expresar lo que has entendido del texto

Ítem N° 7 En el salón de clases los compañeros manifiestan o expresan lo que entendieron del texto leído.

Tabla N° 5

Categorías	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total
	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	
Ítems							
Expresión	6	11	19	54.29	5	14.29	100
	7	6	21	60.00	8	22.86	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 3



Análisis

Para el 31,43% de los encuestados siempre le gusta expresar lo que ha entendido del texto, otro 54,29% de los consultados manifestó que algunas veces le gustaba expresar lo entendido del texto y el 14,29% restante dijo que nunca le gustaba expresar lo que había entendido del texto.

Por otra parte el 17,14% de las personas consultadas siempre consideran que expresan lo que entendieron del texto leído, mientras que el 60% de los mismos creen que algunas veces los compañeros de clase lo manifiestan y existe un 26,68% que dijo que nunca sus compañeros manifestaban lo comprendido en la lectura.

Dimensión: Diálogos.

Ítem N° 8 Después de escuchar una lectura el grupo de estudiantes dialoga sobre la misma

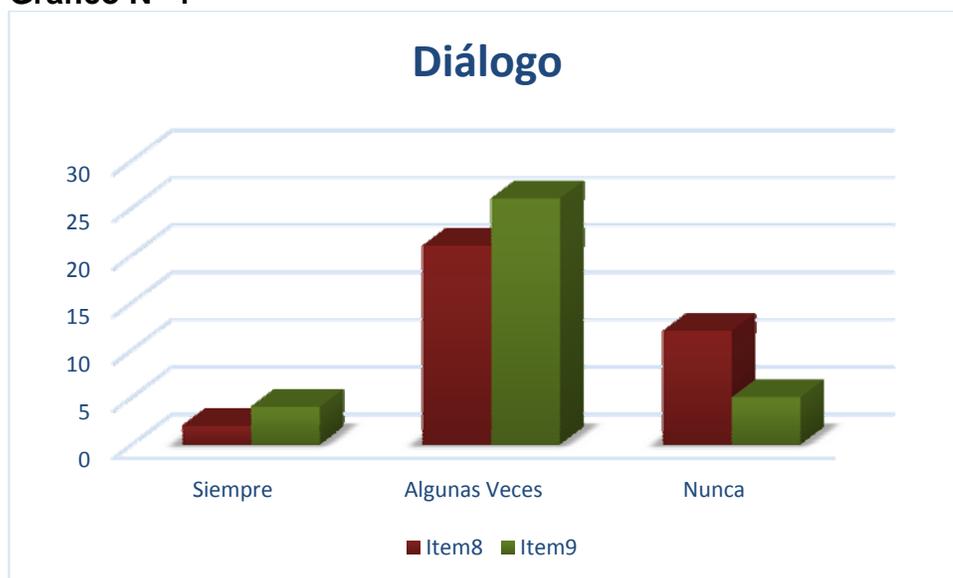
Ítem N° 9 Crees que es importante establecer diálogo después de haber leído o escuchado una lectura

Tabla N° 6

Categorías	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total
	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	
Ítems							
Diálogo	8	2 5.71	21 60.00	12 34.29	100		
	9	4 11.43	26 74.29	5 14.29	100		

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 4



Análisis

En relación a la dimensión dialogo, la cual ha sido evaluada en los ítems 8 y 9 del instrumento aplicado se tiene que para el ítem 8 se obtuvo la

siguiente proporción: 5,71% de los encuestados dijo que siempre el grupo dialoga sobre la lectura una vez escuchada la misma, mientras que una porción representada por un 60% aseguró que algunas veces sucede tal evento y al 34,29% restante dijo nunca hacerse el dialogo sobre la lectura escuchada. Igualmente, el 11,43% de la población encuestada cree que es importante establecer diálogo después de haber leído o escuchado una lectura, mientras que el 74,29% de estos mismos encuestados dijo que algunas veces es importantes, mientras que el 14,29% dijo que nunca es importante realizar un dialogo sobre la lectura después de haberlo leído.

Dimensión: Atracción

Ítem N° 10 Te sientes atraído por la lectura cuando te leen texto.

Ítem N° 11 Te llama la atención cuando tu lees algún texto que este publicado en cualquier medio.

Tabla N° 7

Categorías	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total	
	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)		
Ítems								
Atracción	10	8	22.86	19	54.29	8	22.86	100
	11	14	40.00	16	45.71	5	14.29	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 5



Análisis

Siempre sentirse atraído por la lectura cuando le leen un libro es la aseveración del 22,86% de los encuestados, mientras que 54,29% de la misma población consultada cree que algunas veces se siente atraído por la lectura cuando le leen un texto bibliográfico, y el 22,86% afirmó nunca sentir tal atracción. De igual forma, al 40% de la población consultada siempre le llama la atención cuando lee algún texto que este publicado en cualquier medio, y al 41,75% de los mismos algunas veces le llama la atención mientras que al 14,29% nunca

Dimensión: Comprensión.

Ítem N° 12 Se te hace fácil la comprensión de textos cuando tu lees

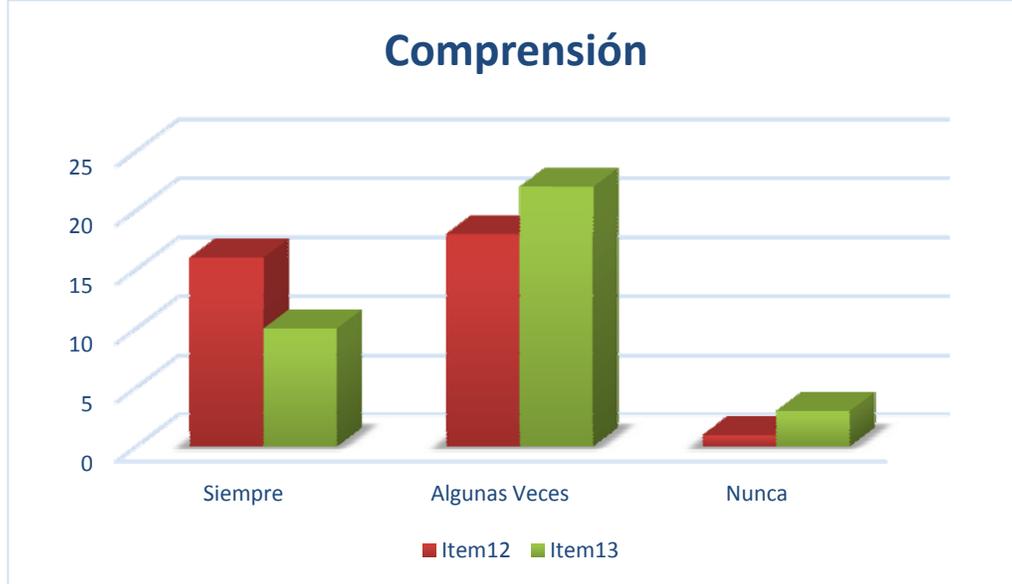
Ítem N° 13 Comprendes los textos cuando tus compañeros lo leen en voz alta

Tabla N° 8

Categorías	Ítems	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total
		F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	
Comprensión	12	16	45.71	18	51.43	1	2.86	100
	13	10	28.57	22	62.86	3	8.57	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 9



Análisis

Para 45,71% de la población encuestada, siempre al leer se le hace fácil comprender el texto leído, mientras que una porción representada por el 51,43% cree que algunas veces se le hace fácil la comprensión de lo leído y para el restante 2,86% nunca se le hace fácil la comprensión del texto leído. Al igual que, al leer en voz alta los compañeros, el 28,57% de los consultados siempre comprenden los textos leídos, mientras que el 62,86% de los mismos manifiestan que algunas veces comprenden los textos leídos por sus compañeros cuando éstos los hacen en voz alta, y el 8,57% nunca comprende los textos leído en voz alta por sus compañeros de clase.

Dimensión: Carteles escritos.

Ítem N° 14 Te gusta leer carteles publicitarios

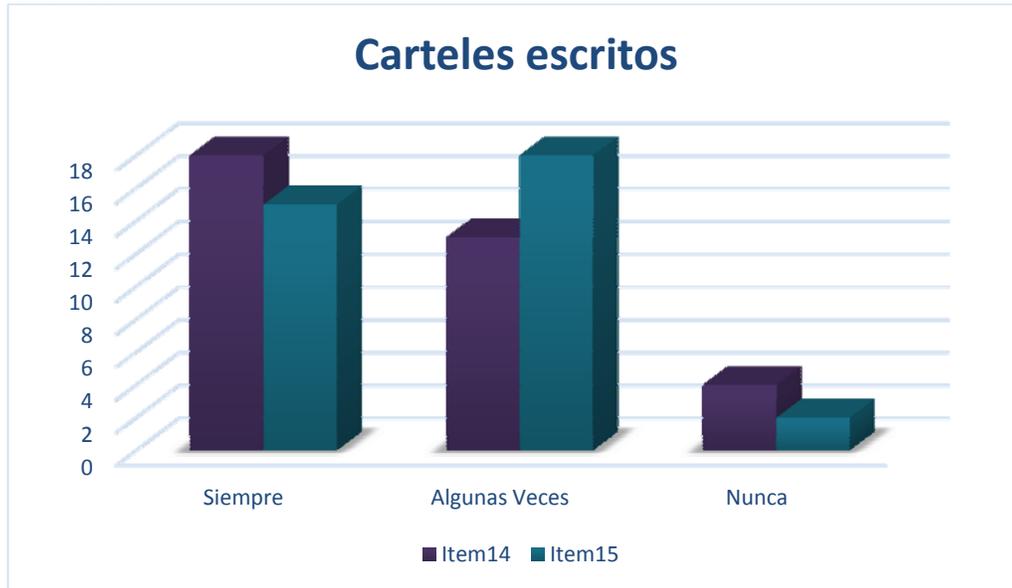
Ítem N° 15 Crees que comprendes los textos publicitarios de manera sencilla

Tabla N° 9

Categorías	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total
	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	
Ítems							
Carteles	14	18 51.43	13	37.14	4	11.43	100
Escritos	15	15 42.86	18	51.43	2	5.71	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 7



Análisis

El 51,43% de los encuestados manifestó que siempre le gusta leer carteles publicitarios, 37,14% de los mismos, dijo que algunas veces les gustaba leer los carteles publicitarios, mientras que una porción minoritaria, representada por el 11,43% dijo que nunca le gustaba leer los carteles publicitarios. De la misma manera, el 42,86% de la población consultada, siempre comprende de manera sencilla los textos publicitarios, 51,42% algunas veces los comprende y 5,71% nunca comprende los textos publicitarios de manera sencilla.

Dimensión: Imágenes.

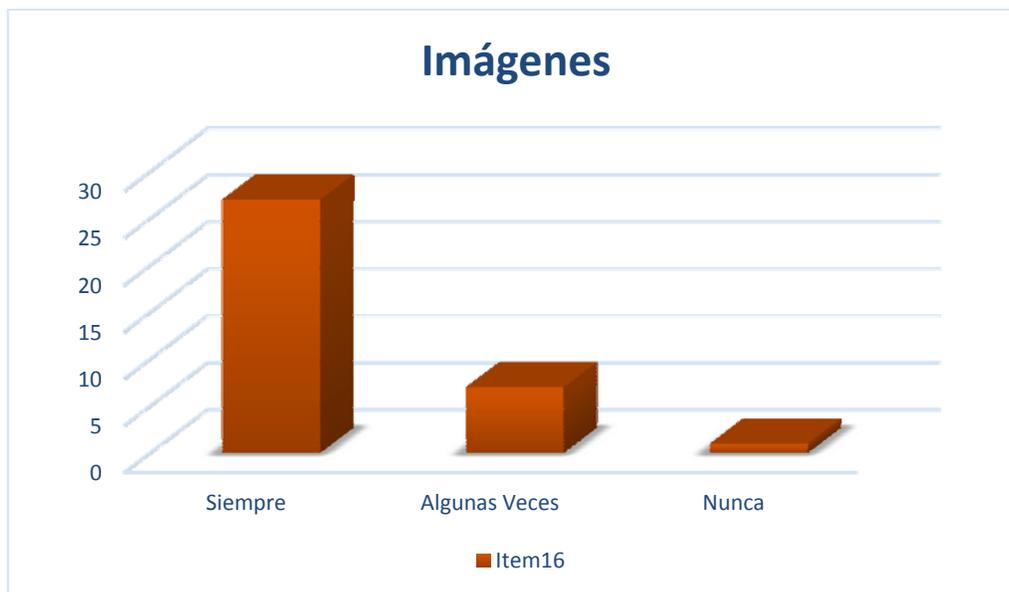
Ítem N° 16 Te gusta cuando los textos poseen imágenes llamativas

Tabla N° 10

Categorías	Ítems	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total
		F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	%
Imágenes	16	27	77.14	7	20	1	2.86	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 8



Análisis

Al 77,14% de la población consultada, siempre le gusta cuando los textos poseen imágenes llamativas, al 20% algunas veces le gusta cuando los textos publicitarios poseen imágenes llamativas, y al 2,86% nunca le gustan.

Dimensión: Dibujos.

Ítem N° 17 Crees que si los textos van acompañados de dibujos son más fáciles de comprender

Tabla N° 11

Categorías	Ítems	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total
		F	P	F	P	F	P	
Dibujos	17	23	65.71	10	28.57	2	5.71	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 9



Análisis

Siempre si los textos van acompañados de dibujos son más fáciles de comprender es el criterio del 65,71% de los encuestados, 28,57% de los mismos cree que algunas veces ayuda a la comprensión si los textos van acompañados de dibujos, mientras que para el 5,71% nunca es una condición necesaria para la comprensión de los textos que se acompañen con dibujos.

Dimensión: Texto.

Ítem N° 18 Consideras que los textos publicitarios serían una herramienta que te ayuden a entender lo que desean expresarte.

Ítem N° 19 Los textos publicitarios te ayudarían a comprender más la lectura.

Ítem N° 20 Estas dispuestos a apoyar la iniciativa del uso de carteles publicitarios para fortalecer la oralización a todos tus compañeros del salón.

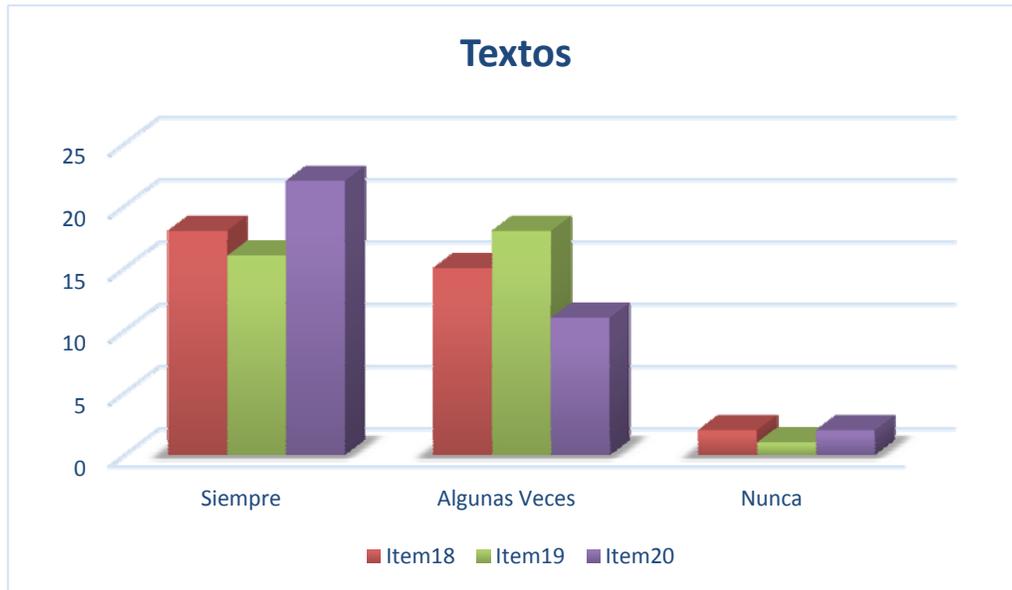
Tabla N° 12

Categorías	Ítems	Siempre		Algunas Veces		Nunca		Total
		F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	
Carteles Escritos	18	18	51.43	15	42.86	2	5.71	100

19	16	45.71	18	51.43	1	2.86	100
20	22	62.86	11	31.43	2	5.71	100

Fuente: Instrumento aplicado por Lizcano (2015)

Gráfico N° 10



Análisis

Siempre los textos publicitarios son una herramienta que ayuda a entender lo que desean expresarme es la apreciación del 51,43% de los encuestados, por otro lado, para el 42,86% de los mismos, algunas veces constituyen los textos publicitario una herramienta que ayuda a entender lo que quieren expresarme y 5,71% restante cree que nunca le ayudan los textos publicitarios a entender la que desean expresarle. De manera semejante, el 45,71% de las personas encuestadas mantienen que siempre los textos publicitarios le ayudan a comprender más la lectura, mientras que para el 51,43% sostiene que algunas veces tales textos le ayudan en la comprensión de la lectura y para el resto de la población representada por el 2,86% nunca le ayudan en tal fin. Finalmente, al preguntar a la muestra seleccionada para la consulta sobre si estaba dispuestos a apoyar la

iniciativa del uso de carteles publicitarios para fortalecer la oralización a todos tus compañeros del salón, el 86,62% manifestó que siempre estaría dispuesto, otra parte representada por el 31,34% dijo que algunas veces estaría dispuesta y el 5,71% restante dijo que nunca estaba dispuesta.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Leer en voz alta de un modo expresivo y comunicativo es una excelente estrategia de fomento del hábito lector porque tanto el que lee como el que escucha sentirán el auténtico gozo de la palabra escrita. Uno y otros se estarán dando de leer y sentirán su intercomunicación como un acto cultural, social y humano lleno de sentido y maravilla.

Cabe resaltar que la lectura en voz alta anima a explorar los libros y a convertirse en lectores por sí mismos. Ya que ejercita la imaginación, despierta en los leen y oyen ideas nuevas y conceptos culturales, permitiendo que se desarrolle su curiosidad y su capacidad crítica, así como sus propios intereses e identidad, la lectura en voz alta puede eliminar la falta de concentración, al tiempo que, al escuchar, aumenta la comprensión.

Tomando en cuenta lo anterior y luego de haber finalizado el trabajo investigativo y partiendo de los objetivos planteados al inicio de la misma se llegó a las siguientes conclusiones:

En cuanto al diagnóstico de las habilidades lectoras que poseen los estudiante y sobre las estrategias pedagógicas que están utilizando los docentes para favorecer la oralización se pudo corroborar que el 48,57% de los encuestados manifiesta que posee habilidades para la buena lectura, mientras que otro 45,71% cree que algunas veces posee esas habilidades puesto que ellos consideran que leen con algunas dificultades, de igual forma manifestaron que los docentes un 63,28% alguna veces motivan a los estudiantes a leer y otro 22,68% nunca realiza tal motivación.

Por otro lado se conoció que a veces los estudiantes le gusta leer en voz alta, de la misma forma otro 54,29% de los consultados manifestó que algunas veces le gustaba expresar lo entendido del texto, situación que promovió en la investigadora la realización del trabajo.

En cuanto a determinar la factibilidad de diseñar un plan de el mismo fue de fácil realización y aplicación ya los recursos y el tiempo así lo permitieron, lo que logró permanecer a los estudiantes motivados y entusiastas a la hora de la realización de las estrategias.

Recomendaciones

-Se recomienda profundizar en las estrategias utilizadas y ser adaptadas a cualquier asignatura para fortalecer desde todos los ambientes la oralización en los estudiantes.

-El docente debe conocer a los estudiantes y sus debilidades en la lectura.

- Se recomienda al docente rescatar los conocimientos previos de los estudiantes a fin de utilizar estrategias que les llamen la atención a los estudiantes.

-Se recomienda que el tema a tratar para motivar a la oralización sea sencillo, profundo, original o cotidiano, pero siempre orientado a mejorar la oralización en los estudiantes.

-Se sugiere que al final de cada clase los estudiantes expongan ante sus compañeros palabras claves tomadas en cuenta en el desarrollo del tema, para motivar a que los mismos estén atentos durante la clase y así también fortalecer la confianza y seguridad en los mismos.

CAPÍTULO V
LA PROPUESTA

**TEXTOS PUBLICITARIOS COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA PARA
FORTALECER LA LECTURA EFICAZ EN VOZ ALTA EN LOS
ESTUDIANTES DE 1ER AÑO DEL LICEO LUÍS MARÍA
SUCRE DE TINAQUILLO**

Presentación

Que los estudiantes aprendan a leer correctamente es uno de los múltiples retos que la escuela debe afrontar. Quienes no logran ese aprendizaje se encuentran en una situación de profunda desventaja. La lectura es un objeto de conocimiento, un medio para la realización de aprendizajes y en último término nos permite comprender y aprender, en tal sentido se deben utilizar todas las herramientas necesarias para lograr que esta sea posible, de allí la necesidad de que la investigadora realizar la propuesta a fin de minimizar las debilidades en la lectura que se presentan con los estudiantes del 1er año de Liceo Pbro. Luis María Sucre de Tinaquillo.

Justificación

Tomando en cuenta los avances que se deben tener en cuenta en el desarrollo de la sociedad cada día más exigente es necesario que los estudiantes en la actualidad dediquen espacio significativo a la lectura ya que ésta es la principal fuente del conocimiento, al mismo tiempo es necesario que los estudiantes aprendan a oralizar es decir que desarrollen la capacidad de leer bien cuando lo hagan en voz alta y traten de eliminar las barreras que impiden de que ésta se haga de manera efectiva. Es por ello que se presenta un plan de estrategias basadas en textos publicitarios para fortalecer la oralización en los educandos del 1er año del Liceo Pbro. Luis María Sucre, como alternativa de estudio que permita hacer de manera sencilla y factible esa formación.

Fase II: Planificación del Diagnóstico

PLAN DE TRABAJO			
FECHA	SESIÓN	NOMBRE DE LAS ESTRATEGIAS	OBSERVACIONES
12-01-15	1	Clase sobre los tipos de textos	Marilin Lizcano(Observadora 1) Carmen Guerra (Observadora 2)
14-01-15	2	Leer en coro	Marilin Lizcano(Observadora 1) Carmen Guerra (Observadora 2)
19-01-15	3	Leer comenzando en voz baja y subir el tono a medida que se avanza o al revés	Marilin Lizcano(Observadora 1) Carmen Guerra (Observadora 2)
21-01-15	4	Leer a voces divididas en grupos (tipo canon)	Marilin Lizcano(Observadora 1) Carmen Guerra (Observadora 2)
26-01-15	5	Ponencias orales	Marilin Lizcano(Observadora 1) Carmen Guerra (Observadora 2)

Plan para la Prueba Diagnóstica

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
Prueba Diagnóstico	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Docente explicará el motivo de su visita 2. Organizará los estudiantes en grupos. 3. Entregará el material fotocopiado. 4. Explicará la forma de resolver la prueba diagnóstica. 5. Invitará a los estudiantes a iniciar la actividad y a responder las preguntas. 6. Recogerá las pruebas y se despedirá de ellos.
RECURSOS	
Materiales	Humanos
Lápices, borrador, sacapuntas, material fotocopiado, cámara	Docente investigador, docente de aula, alumnos.
OBJETIVO	
Diagnosticar la capacidad de desenvolviendo oral que poseen los estudiantes en la lectura	
INDICADORES	
Determinar cuáles son las necesidades que tienen los estudiantes en cuanto a la lectura en voz alta.	



RESULTADO DE LA PRUEBA DIAGNÓSTICO

La actividad de exploración dentro del aula partió de una prueba diagnóstica que se le aplicó a los estudiantes el día 15 de octubre del 2014. Esta exploración se desarrolló a través de lectura de un fragmento de texto; todo ello con el objeto de motivar a fortalecer la lectura eficaz en voz alta en los estudiantes de 1er año del Liceo Luis María Sucre "A"

El texto aplicado en ese momento fue reportaje publicado en la Internet denominado la Historia del Piercing. La lectura se realizó a través de un lenguaje sencillo y al finalizar se elaboró una serie de comentarios sobre la lectura. Con la primera sesión participaron 35 estudiantes que fueron los que asistieron ese día. En cuanto a los resultados de la prueba, un grupo de estudiantes lograron ejecutar la lectura con cierta fluidez, lo que permitió la comprensión del artículo leído.

Otro grupo de estudiantes tuvo dificultad en cuanto a la oralización de la lectura del artículo, lo que originó la poca comprensión del texto leído en la actividad y lo manifestaron de la siguiente manera:

- Lanzando la fotocopia en forma de avión.
- Se paraban constantemente a pedir borrador y sacapuntas prestado
- Deambulaban por el salón
- Se peleaban entre sí
- Hablaban en voz alta
- Otros pedían permiso para ir al baño.

Luego de realizada la pruebas la investigadora llegó a la conclusión de que los estudiantes necesitaban reforzar la destreza adquiridas el año anterior, en cuanto a la oralización de la lectura, como requisito para avanzar hacia la práctica de una lectura fluida. Es más, este diagnóstico inicial permitió conocer la zona de desarrollo real alcanzada por los estudiantes en cuanto a la lectura como fuente del desarrollo oral.

Sesión Nº 1

TEMA	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES
TIPOS DE TEXTOS	CLASE POR PARTE DE LA INVESTIGADORA	1. La Docente hablará en clase acerca de los distintitos tipos de textos, resaltando las características más relevantes de cada uno de ellos.
RECURSOS		
MATERIALES		HUMANO
Texto lápiz, borrador, cuaderno, hoja fotocopiada, calcomanía		Investigador, docente de aula, estudiantes
UTILIDAD		
-Fortalecer el conocimiento de los estudiantes en cuanto a los tipos de textos.		
OBJETIVO: Brindar las herramientas esenciales a los estudiantes sobre los diversos texto.		
PROPÓSITO: preparar a los estudiantes para el manejo de textos, especialmente los publicitarios		

Sesión Nº 2

CARTELES	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES
Reciclaje	Leer en Coro	<ol style="list-style-type: none"> 1. La Docente repartirá una copia del Cartel publicitario 2. Dividirá los estudiantes en cuatro grupos 3. Cada grupo se sentará en un sitiodiferente. 4. La docente leerá el cartel junto con los estudiantes de toda la sección. 5. Luego Cada grupo leerá el cartel publicitario sin la participación de los demás grupos. 6. Se evaluará la participación de los grupos y el que mejor haya realizado la actividad saldrá de la competencia. 7. El grupo que haya tenido más dificultad al leer será el último en terminar la actividad. 8. La docente premiará el sacrificio realizado por los estudiantes con una calcomanía.
RECURSOS		
MATERIALES		HUMANO
Cartel publicitario, lápiz, borrador, cuaderno, hoja fotocopiada, calcomanía		Investigador, docente de aula, estudiantes
UTILIDAD		
<ul style="list-style-type: none"> -Propicia la integración grupal -Desarrolla la oralidad y fluidez en la lectura. -Estimula a los estudiantes a intervenir mediante la lectura en voz alta. 		
OBJETIVO: Motivar a los estudiantes hacia la lectura a través de los carteles publicitarios y a practicar la lectura en voz alta, desarrollar la oralidad.		
PROPÓSITO: Permite a los estudiantes practicar la lectura en voz alta.		

Sesión N°3

Carteles publicitarios	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES
<p>Carteles seleccionados</p> <p>1.- Ciber 2.- Crucero 3.- Kelloggs</p>	<p>Leer comenzando en voz baja y subir el tono a medida que se avanza o al revés</p>	<p>1. La Docente repartirá una copia del cartel a los estudiantes 2. Organizará a los estudiantes en tres grupos 3. Cada grupo se sentará en un sitio diferente. 4. La docente leerá un cartel indicando como se realizará la actividad 5. Luego un integrante del grupo leerá el cartel emulando a la docente, seguidamente lo hará otro estudiante hasta que todos hayan leído 6. Se evaluará la participación de los grupos con la realización de carteles donde se coloquen fragmentos del mismo que serán leídos en coro por el resto del grupo. 7. Los grupos que vayan terminando irán saliendo con su cartel y acompañados por la docente motivarán a los estudiantes que están en descanso a que lean en coro el texto.</p>
RECURSOS		
MATERIALES		HUMANO
<p>Carteles publicitarios, Pizarrón, papel, imagen visual, tirro, copias. Láminas, cartulinas.</p>		<p>Docente de aula, investigador, estudiantes</p>
UTILIDAD		
<p>-Propicia la integración grupal -Desarrolla la oralidad y fluidez en la lectura. -Estimula a los estudiantes a intervenir mediante la lectura en voz alta. -Motivar a otros estudiantes a la lectura a través de los carteles publicitarios</p>		
<p>OBJETIVO: Motivar a los estudiantes hacia la lectura y a practicar la lectura en voz alta, desarrollar la oralidad.</p>		
<p>PROPÓSITO: Permite a los estudiantes practicar la lectura en voz alta.</p>		

Sesión Nº 4

CUENTO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES
<p>Cartel Publicitario Bullying</p>	<p>Leer a voces organizadas en grupos (tipo canon)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La Docente repartirá una copia del cartel a los estudiantes 2. Los estudiantes se enumeraran para del 1 al 4 y luego se organizan por equipo. 3 Cada grupo se sentará en un sitio diferente. 4. La docente explicará en que consiste la estrategia. 5. Luego un integrante del grupo iniciará la lectura, trascurrido cierto tiempo iniciará un compañero de grupo hasta que todos los del grupo lean 6. Realizar lectura de los carteles utilizando el mensaje o análisis de la publicidad colocarlo en espacios distribuidos en el salón y se hará la técnica del museo, donde cada grupo leerá en coro a los visitantes.
RECURSOS		
MATERIALES		HUMANO
<p>Publicidad, Hojas fotocopiadas, papel, lápiz, borrador, laminas, marcadores.</p>		<p>Investigador, docente de aula, estudiantes.</p>
UTILIDAD		
<ul style="list-style-type: none"> -Propicia la integración grupal -Desarrolla la oralidad y fluidez en la lectura. -Estimula a los estudiantes a intervenir mediante la lectura en voz alta. -Desarrolla la confianza al leer. 		
<p>OBJETIVO: Motivar a los estudiantes hacia la lectura en voz alta, al análisis y a desarrollar la oralidad.</p>		
<p>PROPÓSITO: Permite a los estudiantes practicar la lectura en voz alta.</p>		

Sesión Nº 5

TEMA LIBRE	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES
<p>La moda y los adolescentes</p> <p>Tecnología</p> <p>Música</p> <p>ANEXO (C-10)</p>	<p>Congreso de Ponencias orales</p>	<p>1. La docente organizará con los estudiantes la ponencia que cada uno realizará en base al tema que este seleccionen</p> <p>2. La docente distribuirá el tiempo de duración de cada ponencia (2,7 minutos de lectura para cada ponente).</p> <p>3 Cada grupo preparará a sus ponentes orales y con el apoyo de la lectura de los carteles publicitarios que realicen.</p> <p>4. La docente explicará en que consiste la estrategia.</p> <p>5. Luego estudiante iniciará con la presentación de ponencia acompañada de carteles alusivos que quedarán para la técnica del museo.</p> <p>6. Se evaluará la participación de cada estudiante.</p>
RECURSOS		
MATERIALES		HUMANO
<p>Carteles publicitarios, lápiz, cuaderno, borrador. Hojas, laminas, sonido, ambiente adecuado.</p>		<p>Investigador, docente de aula, estudiantes.</p>
UTILIDAD		
<p>-Propicia la integración grupal</p> <p>-Desarrolla la oralidad y fluidez en la lectura.</p> <p>-Estimula a los estudiantes a intervenir mediante la lectura en voz alta.</p> <p>-Desarrollo de la confianza en leer al público.</p> <p>- Promociona el discurso oral.</p>		
<p>OBJETIVO: Motivar a los estudiantes hacia la practicar la lectura en voz alta, desarrollar la oralidad y el discurso.</p>		
<p>PROPÓSITO: Permite a los estudiantes practicar la lectura en voz alta, desarrollar la oralidad.</p>		

Fase III: Diseño ejecución y evaluación de las Estrategias

Aristóteles, uno de los más importantes filósofos de la antigüedad griega, define al hombre como un animal político, lo que en otros conceptos significa, que como humanos necesariamente tenemos que vivir en sociedad. No cabe la menor duda, nacemos humanos, pero lo humano no es meramente biológico, lo genéticamente dado en cada uno de nosotros. Los demás seres vivos, nacen ya genéticamente programadas para ser lo que son, y no pueden hacer otra cosa de lo que viene dado en su programa biológico.

Los seres humanos, al vivir en sociedad, a diferencia de los animales, nos educamos, nos transformamos para bien o para mal, ya que fuera del ámbito social esto no sería posible. Por esta razón el mismo Aristóteles sostenía que fuera de la sociedad sólo podrán existir los dioses o las bestias.

Por tal motivo la comunicación es un ente esencial en la vida de cualquier persona, una de los medios por el cual más nos comunicamos es por la vía oral, lo cual significa que la misma debe ser fortalecida para así lograr una fluidez comunicacional. De igual forma se tiene la palabra escrita, la cual constituye una gran fuente de comunicación, siendo ésta portadora de mensaje que no requiere la presencia del autor del mismo, debe ser tratada con mucho cuidado al momento de transmitirlo, por lo que el proceso de oralización debe ser de forma clara para que no se pierda información al expresarlo.

El plan de trabajo se realizó durante cinco (5) sesiones de una hora y media en un mes. Las estrategias se aplicaron una vez por semana, lo que permitió mejorar el proceso de oralización en la lectura en los estudiantes de 1er año "A". La planificación puesta en práctica va desde lo más simple a lo

más complejo; el diseño de las estrategias estuvo enfocado en el uso de textos publicitarios para fortalecer la oralización en la lectura, relacionadas con las unidades temáticas correspondientes a la segunda etapa de educación básica. Ríos (2001), plantea:

Que las estrategias cognitivas es la forma de organizar las acciones, usando las capacidades intelectuales propias, en función de las demandas, de la tarea, para guiar los procesos de pensamiento hacia la solución de un problema. Para el caso de la comprensión de la lectura las estrategias cognitivas son el conjunto de las acciones internamente organizadas que el individuo utiliza para procesar información; comprender el recordar, transformar, retener, y transferir información a muchas situaciones (p. 140).

Visto así, estas estrategias “cognitivas” pueden considerarse como apoyo a la formulación de las estrategias didácticas, propiamente dichas. Según De la Torre (2000), las estrategias didácticas suelen ser indeterminadas, abiertas y difusas. Pero, estas encaminan a facilitar la acción formativa, la capacitación y la memoria sociocognitiva. A continuación se presentan el plan de trabajo y las estrategias didácticas por sesiones.

REGISTRO DESCRIPTIVO N° 1

En el registro descriptivo N° 1 se trabajó con el desarrollo de una clase participativa, donde la docente inicio la actividad con un saludo de bienvenida a los estudiantes, se dio a conocer por ellos y les explicó el propósito de su estadía en el aula de clases.

Posteriormente la docente solicita a los estudiantes que le digan si les gusta la lectura y que tipos de lectura les agradaría por lo que inició las clases explicando lo que eran los textos y cuantos tipos de textos habían, y en especial hacer hincapié en el tipo de texto que utilizarían durante la un tiempo determinado de 5 semanas a fin de fortalecer las debilidades que tienen en la oralización y de esta manera contribuir a un mejor desenvolvimiento en los estudiantes abordados.

REGISTRO DESCRIPTIVO N° 2

En el registro descriptivo N° 2 se trabajó con la estrategia didáctica “Leer en Coro” cuyo propósito fue permitir a los estudiantes desarrollar fluidez en la lectura oral, usando como herramienta carteles publicitarios buscados por los mismos estudiantes. La segunda actividad tuvo lugar el día miércoles 14 de Enero, ese día hubo una asistencia bastante numerosa, participaron 33 estudiantes, los cuales mostraban mucho entusiasmo a la realización de la estrategia que realizarían ese día.

Como segunda a desarrollar se indicó la lectura al unísono permite a los estudiantes desarrollar la fluidez en la lectura oral, contando con un apoyo que es la lectura simultánea con su grupo, fila o curso completo. Es importante brindar a los estudiantes suficientes oportunidades de practicar su lectura oral utilizando estas estrategias. La misma consiste en que el profesor y los estudiantes leen simultáneamente.

Es posible que en un comienzo el docente deba leer en forma más lenta de lo que lo haría naturalmente, pero es importante no hacer demasiado lenta la lectura para ayudar a los estudiantes a decodificar y aumentar su fluidez. A medida que los estudiantes aumentan su dominio lector puede imprimirse mayor velocidad, procurando que todos logren leer a coro un texto breve. Puede repetirse la lectura coral de un mismo texto en dos o tres sesiones diferentes, preparando así a los estudiantes para leerlo en forma independiente.

Por otra parte, puede realizarse lectura a Coro a partir de libros, carteles o bien de lecturas del texto escolar u otras que los estudiantes tengan a su disposición. Se sugiere escoger textos breves, atractivos, que el adulto disfrute y que estén en el nivel de lectura independiente de la mayoría del grupo. Para la realización de lectura a coro son especialmente adecuados los

textos predecibles, con estructuras repetitivas o poemas que invitan a los estudiantes a unirse a la lectura.

Para Vigostsky (1995):

Los procesos de desarrollo del individuo no son autónomos de los procesos educacionales. Ambos están vinculados desde el primer día de vida del niño, en tanto que éste es participante de un contexto sociocultural y existen los “otros” (los padres, compañeros, la escuela) quienes interactúan con él para transmitirle la cultura, los productos culturales y son coparticipes de su aculturación (p. 83).

Para la realización de la actividad se usó como tema el reciclaje, para lo que se contó con alusivo cartel publicitario referente al tema, el mismo fue suministrado por la investigadora en, y puesto en las paredes del salón, la investigadora, leyó en voz alta acompañada por los estudiantes, luego cada grupo hizo la lectura del mismo en unísono, hasta haberlo realizado todo los grupos, retirándose el que mejor lo hizo y continuando los demás.

Es necesario acotar que la lectura en coro como estrategia es una acción discreta que puede ayudar a superar cualquier obstáculo en el desarrollo la oralidad, y reforzar la lectura en los seres humanos.

La investigadora se despidió contenta de que la jornada había sido fructífera.

¡NO TIRES!

los aparatos
eléctricos y electrónicos
que ya NO necesites

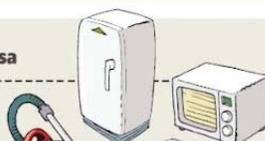


PUEDES DEPOSITARLOS EN EL ALMACÉN DE RESIDUOS DEL AYUNTAMIENTO DE CECLAVÍN

Si quieres deshacerte de alguno de estos residuos, acércate a la Oficina de Ciudades Saludables y Sostenibles del Ayuntamiento de Ceclavín, y te informaremos.

Grupo RAEE que producimos en casa

1 Grandes electrodomésticos



2 Pequeños electrodomésticos



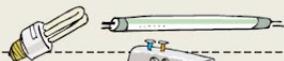
3 Equipos de informática y telecomunicaciones



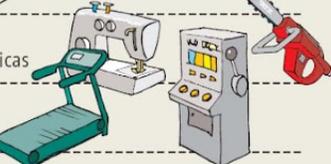
4 Aparatos electrónicos de consumo



5 Aparatos de alumbrado



6 Herramientas eléctricas o electrónicas



7 Juguetes y equipos deportivos
o de tiempo libre



8 Instrumentos de vigilancia o control



¿POR QUÉ RECICLAR ESTE TIPO DE RESIDUOS?

⇒ Para extraer las sustancias y componentes peligrosos que puedan contener para neutralizarlas, como el plomo, el cadmio o el mercurio. Algunas de estas sustancias son muy contaminantes.

⇒ Para reaprovechar los materiales que pueden ser reciclados y volverse a utilizar, como el hierro, el cobre o el aluminio. En los hogares españoles se generan, anualmente, entre 100.000 y 160.000 toneladas de basura electrónica doméstica.

RECICLA TUS APARATOS ELECTRICOS POR SALUD Y POR EL MEDIO AMBIENTE



MÁS INFORMACIÓN

Oficina de Ciudades Saludables y Sostenibles

Tlf: 927393002/Fax: 927393150

ceclavinsaludable@gmail.com

<http://ceclavinsaludablesostenible.blogspot.com/>



Ceclavín
saludable y sostenible

REGISTRO DESCRIPTIVO N° 3

En el registro descriptivo N° 3 se trabajó con la estrategia didáctica “Leer comenzando en voz baja y subir el tono a medida que se avanza o al revés” cuyo propósito fue permitir a los estudiantes desarrollar fluidez en la lectura oral, usan como herramienta carteles publicitarios hechos por los mismos estudiantes, mediante esta estrategia se busca además incrementar la confianza de los estudiantes para la ejecución de la lectura oral.

La lectura eficaz en voz alta requiere la comprensión del texto, como ocurre con la lectura rápida, que es un producto, y no un requisito, de la comprensión. Si se lee en voz alta, sin lectura silenciosa previa, se resentirá la comprensión, porque en ese momento le van a preocupar otros aspectos, como la entonación, respeto por la puntuación, claridad en la dicción, pero a la vez es bastante probable que se tenga problemas también en la oralización. Todos estos aspectos se resuelven mucho mejor si el texto que se ha de leer es previamente conocido.

La segunda actividad tuvo lugar el día miércoles 19 de Enero, ese día hubo una asistencia bastante numerosa, participaron 33 estudiantes, los cuales mostraban mucho entusiasmo a la realización de la estrategia que realizarían ese día.

Para la realización de la actividad se tomaron 3 carteles publicitarios, el primero es un volante de un ciber, el segundo una promoción de un crucero por el caribe y el tercero un cartel publicitario de Kellogg's; la docente explica a los estudiantes en que consiste la dinámica, en la cual un grupo empieza a leer en grupo en voz baja subiendo el tono hasta cierta tonalidad de voz, momento en el cual empieza a bajar la voz hasta que se haga un susurro.

La investigadora evaluó el desempeño de los grupos durante el desarrollo de la actividad, con dicha actividad, felicitó al grupo que fue retirado en primera instancia de la actividad y se despidió de los estudiantes.

CIBER SAN JERÓNIMO

VEN A PASARTE UN RATO AGRADABLE
DISFRUTANDO DE NUESTROS SERVICIOS...

ADemás...
CAFÉ, REFRESCOS Y BOTANAS

¡Serán Inauguración!
SABADO 11 JULIO 09
PROMOCION x Inauguración
\$5.00 la HR
¡NO TE LO PIERDAS!

Internet Inalámbrico 4mb
Xbox 360 elite
(Fifa Halo)
copias
scaner
fax
Impresiones color y b/n
accesorios de computadora
discos duros usb cds
cartuchos para impresión
mouse y mucho más...

CALLE ZINAPEGUAS NO.3808 LOCAL 4, CARRI 559, UNO ORIENTE
COL. SAN JERÓNIMO 1ª SECCION TEL. 01 (427) 318 1789

Con la garantía.

viajesexcelencia
la mejor opción

Cruceros

Desde:
259€




Un Crucero es la forma más cómoda y placentera de viajar: conocer cada día una ciudad diferente, sin hacer y deshacer maletas, ni traslados, ni esperas en terminales, ni largos recorridos en autocar... y con todo el lujo del mejor hotel, con la animación y los servicios de un gran Resort, y pensión completa o todo incluido todo el viaje.



www.viajesexcelencia.com

Kellogg's, el desayuno completo.
A las madres les gusta
porque a sus hijos les encanta.



Y por eso el desayuno Kellogg's es el favorito de la familia. Los Corn Flakes de Kellogg's con leche, zumo o fruta y un bollo o una tostada son un alimento sano y nutritivo. Y tan rico que los niños se lo comen todo. Justo lo que la familia necesita para comenzar el día en plena forma.

Kellogg's

Lo mejor para usted cada mañana.

© Kellogg Company, U.S.A.
1987 Kellogg Company

REGISTRO DESCRIPTIVO N° 4

En el registro descriptivo N° 4 se usó como estrategia didácticas “Leer a voces organizadas en grupos” cuyo propósito estuvo orientado a que los estudiantes desarrollaran fluidez en la lectura oral, usan como herramienta carteles publicitarios hechos por los mismos estudiantes, mediante esta estrategia se busca además incrementar la confianza de los estudiantes para la ejecución de la lectura oral.

La tercera actividad tuvo lugar el día miércoles 21 de Enero, ese día hubo una asistencia bastante numerosa, participaron 33 estudiantes, los cuales mostraban mucha muy entusiastas a la realización de la estrategia que realizarían ese día.

Para la actividad se tomó un cartel informativo sobre el bullying, la docente explica en que consiste esta dinámica, seguidamente comienza la actividad, un participante de un grupo inició la lectura del cartel, a cierto intervalo de tiempo empieza un segundo participante y así sucesivamente a intervalos iguales de tiempo, hasta cubrir todos los participantes, sin que los demás dejen de leer. Posteriormente continuó el siguiente grupo, luego cada grupo realizaría un cartel publicitario sobre la prevención del Bullying utilizando su creatividad para luego participar en la técnica del museo donde cada equipo leerá en coro a los visitantes de su espacio.

DETECTANDO EL BULLYING EN ADOLESCENTES

Perfil de la víctima

No goza de popularidad entre sus compañeros.

No logra tener buenas relaciones y es rechazado.

El miedo es rasgo de la personalidad. Eso lo lleva a una adolescencia infeliz.

Posee temperamento débil. Es tímido e inseguro. Muestra baja autoestima.

Es propenso al fracaso escolar.

Se deja ganar por los sentimientos de culpabilidad.

Tiende a la depresión.

Es sobreprotegido por la familia, por lo que carece de habilidades para enfrentarse al mundo.

Perfil del agresor

Goza de mayor popularidad y apoyo.

Carece de sentimiento de culpabilidad.

No se rige por normas de conductas claras y evade el control de la familia.

Es de temperamento impulsivo y agresivo. Su ira es incontrolada.

No reconoce a la autoridad y transgrede las reglas.

Muestra poco interés por los estudios y posee baja autoestima académica.

Muchos proceden de hogares que se caracterizan por su alta agresividad, violencia y falta de cariño entre la familia.

Consuma alcohol y otras drogas.



REGISTRO DESCRIPTIVO Nº 5

La quinta actividad tuvo lugar el día miércoles 28 de Enero, ese día hubo una asistencia bastante numerosa, participaron 33 estudiantes, los cuales mostraban muy entusiastas a la realización de la estrategia que realizarían ese día.

La docente publicó mediante carteles el tema a tratar en la exposición, el cual se refiere a las Tecnologías, la moda y la música la técnica a desarrollada en la exposición a través de presentación de ponencias leídas al público que la misma se hizo mediante una lectura del tema seleccionado y el cual fue distribuido para cada estudiante, cada integrante leyó su punto a exponer y los demás estudiantes prestaron atención a la lectura realizada por el expositor durante 2,5 minutos, al terminar la lectura del punto a exponer el participante realizó una pequeña conclusión de lo leído.

La investigadora evaluó el desempeño de los participantes en el desarrollo de la lectura y su actividad oral, el manejo del escenario y la destreza presentada durante el discurso y en cuanto a las conclusiones presentadas.

FASE: IV: EVALUACIÓN DEL PROCESO

EVALUACION GENERAL DE LOS RESULTADOS

Como fue dicho con anterioridad, en la presente investigación se elaboraron cinco (5) registros descriptivos en los que aparecen las observaciones de la investigadora de las diferentes conductas presentadas por el grupo observado, ante las variadas estrategias didácticas aplicadas en el aula, basadas en la oralidad en la lectura. Cada sesión resultó interesante y arrojó resultados satisfactorios puesto, que los educandos modificaron su aptitud, ante la lectura, para bien. Todos ellos, mostraron con su animación, ante las actividades a llevarse a cabo.

En el registro descriptivo N°1, el trabajo en equipo fue importante para despejar las incógnitas basadas en la oralidad; puesto que al sentirse más implicados, se logró mayor motivación a la lectura y por ende más participación en cuanto a la lectura en voz alta.

En el registro descriptivo N° 2, se percibió que se despertó la imaginación se percibió que los estudiantes iban aumentando su interés por las estrategias al mismo tiempo que se veía como les entesaban las lecturas seleccionadas ya que les daba además motivos de reflexión a través de la moraleja colocada en los carteles.

En el registro descriptivo N° 3, se activaron los conocimientos previos para que una vez leído el texto, los estudiantes manifestaran a sus inquietudes a y percepciones a través de la técnica del museo lo cual se notó como los estudiantes se entusiasmaban en la organización de como iniciar y terminar la presentación de su trabajo de manera oral durante el museo.

En el registro descriptivo N° 4, trabajo con otra estrategia Leer a voces organizadas en grupos (tipo canon) con la ayuda de la publicidad sobre el Bullying, donde los estudiantes además de informarse practicaron y leyeron para los demás en voz alta el contenido del cartel, de la misma manera iban haciendo los demás.

La jornada N° 5 resultó sumamente ventajosa pues los estudiantes realizaron y organizaron un pequeño congresillo sobre diversas ponencias de 2,7 minutos de lectura en voz alta de cada uno sobre el tema que seleccionó cada uno que tenía como punto de partida la moda, la tecnología y la música.

Finalmente se puede decir que las actividades fueron muy satisfactorias y promovieron la lectura, fortalecieron la oralidad y los estudiantes se dieron cuenta de la capacidad que cada uno tiene al desarrollar la confianza el discurso oral, por lo que es necesario seguir reforzando con estrategias para que los estudiantes no pierdan el entusiasmo y se puedan desarrollar como verdaderos lectores.



Sistematización de la opinión de los estudiantes

Durante la aplicación de las estrategias se pudo observar en los estudiantes entusiasmo en el trabajo que se les planteaba los mismos decían que les parecía divertido la forma en que se daba la clase, que se motivaban a buscar los recursos necesarios para seguir jugando en la forma que la profe nos enseña a leer en voz alta.

Dentro de las impresiones de estudiantes figura la de algunos que manifestaban que para ellos se les hacía muy difícil leer en público puesto que les daba nervios, sentían pena porque se podían equivocar sin embargo con las practicas ya sentían más seguridad y ya no les daba miedo tomar un texto o cualquier publicidad y leerla en voz alta puesto que han adquirido conocimiento y habilidad para hacerlo.

En cuanto a la opinión de los dos estudiantes que no lograron leer en voz alta a ellos manifiestan que no saben leer y efectivamente leen muy lento situación que hace que ellos sientan inseguridad y no quieran leer frente a un público que los observa.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Caracas - Venezuela: Episteme.
- Ausubel, (1978), "psicología del aprendizaje". Editorial Reide. S.A.
- Arends, R.I. (1994). *Learning to teach*. New York: Mcgraw-Hill.
- Ausubel. (1997) Experiencia de taller de lectura en el nivel inicial. La Lectura Año 1 documento en línea disponible en la página web www.idoneos.com/index.php/concepts/ausubel - 23
- Bernabè R. (2010), Importancia que se otorga a la promoción de la Lectura.
- Brunner J. (1986). Calidad y Evaluación de la Educación Superior Universitarias. Caracas.
- Cárdenas P. (2007). La aventura de Aprender. Caracas: Editorial Texto.
- Caldera R. (2000). De la lectura el arte de escribir, Caracas Venezuela
- Caballo y Leonardis (2009). Importancia de incorporar estrategias pedagógicas para motivar al uso de la narrativa infantil historias de aventura en educación Inicial en el C.E.I. "El Nazareno" ubicado en Valencia estado Carabobo. Este trabajo fue presentado a la Universidad de Carabobo.
- Carvajal, (2004). "Estrategias para la comprensión lectora". Trabajo para Optar por el título de licenciado en Educación Integral. Presentado en la Universidad Central de Venezuela (Caracas).
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, viernes 24 de marzo de 2000
- Ferreiro, E., Teberosky, A. (1998). Concepciones del aprendizaje de la Lectura y escritura. Los sistemas de escritura en el desarrollo del niño. Documento en línea disponible en cursos.puc.cl/catalogo/programas:

De la Torre, S. Y Barrios O. (2000). Estrategias didácticas innovadora. Edit. Octaedro, Barcelona .

Duranti A. (1992). Antología Lingüística. Madrid.

Gámez y Palacio (2004). Técnicas para el desarrollo de la Lectura y Escritura. Ediciones Marruecos C.A.

Gardner, H. (1983) Inteligencias *Múltiples*. Castellano ISBN: 84-493-1806-8 Paidós. [Versión en línea]. Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_las_inteligencias_m%C3%Baltiples

Garaban F. (2010). Determinar si el uso de la publicidad escrita acerca del teatro, a través de la lectura dramatizada, es una estrategia idónea para fomentar el hábito de lectura en los alumnos de la Tercera Etapa de la Educación Básica, de la Unidad Educativa Nacional "José Vicente de Unda" Guanare Estado Portuguesa.

Goodman, k. (1996). *El proceso de la lectura* Editorial Siglo XXI, México.

Hernández G. (2010), El Proceso de Revisión en la Producción de Textos Narrativos para Mejorar la Lectura en Alumnos de Primer Grado de la U.E. "Diego Ibarra". Trabajo de maestría en la Universidad de Carabobo:

Hernández, Fernández y Baptista. (2010). Metodología de la investigación. Quinta Edición. McGRAW-HIL/INTERAMERICANA Editores. México.

Hurtado y Toro (2003). Metodología de la Investigación. [Documento en línea] Disponible en <http://www.scielo.com.html>

_____ (2004). Paradigmas y Métodos de Investigación en tiempos de Cambio. Valencia, Carabobo, Venezuela.

_____ (2007). Metodología de la Investigación

Ley Orgánica de Protección al Niño, Niña y Adolescente. Publicada en la Gaceta Oficial 5.859 Extraordinaria 10/12/2007.

Ley Orgánica de Educación (2009). Gaceta oficial N° 5929

extraordinario de fecha 15 de agosto de 2009.

Machado F. (2005) *Curso de Lectoescritura*. Caracas: UPEL.

Medina N. (2009). Plan Centrado en Juegos Recreativos para el Desarrollo de la Lectura Orientado a los Alumnos (as) de Educación Básica de la Unidad Educativa "Cirilo Alberto", ubicada en Valencia, estado Carabobo. Trabajo de maestría en la Universidad de Carabobo

Ministerio del Poder Popular para la Educación. (2007). Sistema Educativo Bolivariano. Venezuela

Michel B. (1992). El Aprendizaje de la Lectura en los Primeros Años. Ediciones Mc Graw-Hill. Interamericana de México S.A. de C.V.

Murria. (1985), Enciclopedia Océano tomo 5 y 6. Barcelona-España. Editorial Océano Éxito. S.A.

Nerici I. (1995). *Hacia una didáctica general dinámica*, Editorial Kapeluz, Caracas.

Piaget. (1980). El lenguaje familiar se convierte en el primer texto de lectura. Documento en línea disponible en lectura.dgmesep.gob.mx/estados/zacatecas-1.ht

Pallella, S. y Martins F., (2006). *Metodología de la Investigación cuantitativa Segunda Edición*. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Pallella, S. y Martins, F. (2003). *Metodología de la Investigación Cuantitativa. 1era edición*. Caracas. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL). Proyecto especial del repertorio poético hispanoamericano. Colección de Fábulas en Castellano. [documento en línea]. Disponible en: elfabulario.tumblr.com/post/15345711168/fabula-de-la-avispa-ahogada.

Reyes D- (2003). *Importancia de la Lectura y Escritura*. Trabajo de Grado presentado en la Universidad de Carabobo.

Ríos R. (2004). *Estrategias de Lectura*, Edit. Graò. Barcelona

Rodríguez (2013). Participación de padres y representantes con uso de diversos textos para la promoción de la lectura en niños del 3º grado de la U. E. "Rolando Carrillo", en Valencia estado Carabobo.

Ramos R. (2010). La producción de textos publicitarios escritos por estudiantes de la primera etapa de Educación Básica de la Escuela Básica "Ramón Godoy" para fomentar la lectura y escritura.

Rubén Darío. (s/f). Los motivos del lobo. [Documento electrónico] disponible en: <http://www.poemas-del-alma.com/los-motivos-del-lobo.htm>.

Sánchez D. (2010). Las ventajas del uso de las computadoras como elemento que favorece la producción de textos publicitarios para mejorar los escritos en el aula.

Smith, F.(1998). Comprensión de la Lectura. Análisis psicolingüístico de la lectura y su aprendizaje. México: Trillas (2a. ed.).

Vigotsky L. (1978), Teoría Social Contextual y en el enfoque Constructivista del aprendizaje.

Hall F. Textos publicitarios. [Documento electrónico] disponible en: http://www.juntadeandalucia.es/averroes/ieswenceslaobenitez/lengua_literatura/textos_publicitarios.pdf

Woolkfolk, A. (1990). Psicología educativa. México: Prentice-Hall.

ANEXOS

Anexo A: Instrumento



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION
ESCUELA DE EDUCACIÓN
MENCIÓN EDUCACION CASTELLANO Y LITERATURA



Estimados encuestados

Reciban un saludo, el presente cuestionario ha sido diseñado para los estudiantes, del Liceo Pbro Luis María Sucre de Tinaquillo específicamente los de 1er año, para recopilar información necesaria es una propuesta sobre el uso de textos publicitarios como herramienta pedagógica para fortalecer la oralización en la lectura de los estudiantes y dar continuidad al trabajo de investigación que se realiza, el cual permitirá a la autora recibir el grado de Licenciada en Educación mención Castellano y Literatura, su respuesta constituirá una valiosa contribución a la investigación de forma confidencial.

Instrucciones:

Lea cuidadosamente cada pregunta y luego responda según su criterio.

Sólo debe seleccionar una sola alternativa.

Se le agradece responder todas las preguntas

Tiempo: 20 minutos

No se requiere su identificación

Agradecida por su colaboración

INSTRUMENTO

Nº	Items	Siempre	A Veces	Nunca
1	Consideras que como estudiante posees habilidades para la buena lectura.			
2	Los docentes que te atienden en el liceo motivan a los estudiantes a adquirir habilidades lectoras.			
3	Te gusta leer en voz alta.			
4	Te gusta escuchar al que lee en voz alta.			
5	Crees que comprendes lo que lees cuando lo haces en voz alta.			
6	Te gusta expresar lo que has entendido del texto			
7	En el salón de clases los compañeros manifiestan o expresan lo que entendieron del texto leído.			
8	Después de escuchar una lectura el grupo de estudiantes dialoga sobre la misma			
9	Crees que es importante establecer diálogo después de haber leído o escuchado una lectura			
10	Te sientes atraído por la lectura cuando te leen texto.			
11	Te llama la atención cuando tu lees algún texto que este publicado en cualquier medio.			
12	Se te hace fácil la comprensión de textos cuando tu lees			
13	Comprendes los textos cuando tus compañeros lo leen en voz alta			
14	Te gusta leer carteles publicitarios			
15	Crees que comprendes los textos publicitarios de manera sencilla			
16	Te gusta cuando los textos poseen imágenes llamativas			
17	Crees que si los textos van acompañados de dibujos son más fáciles de comprender			
18	Consideras que los textos publicitarios serían una herramienta que te ayuden a entender lo que te desean expresarte			
19	Los textos publicitarios te ayudaría a comprender más la lectura			
20	Estas dispuestos a apoyar la iniciativa del uso de carteles publicitarios para fortalecer la oralización a todos tus compañeros del salón.			

Anexo C: Validación



Universidad de Carabobo
 Escuela de Educación
 Facultad de Ciencias de la educación
 MENCIÓN EDUCACION CASTELLANO Y LITERATURA



**FORMATO DE VALIDACION
 USO DE TEXTOS PUBLICITARIOS COMO HERRAMIENTA
 PEDAGOGICA PARA FORTALECER LA ORALIZACIÓN EN LA
 LECTURA DE LOS ESTUDIANTES DE 1ER AÑO DEL
 LICEO LUIS MARÍASUCRE DE TINAQUILLO**

Instrumento:

Items	Indicadores	Modelo de respuesta	Redacción			Coherencia			Pertinencia			Observación
			B	R	D	B	R	D	B	R	D	
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												

APLICAR _____ APLICAR CON CORRECCIONES _____ NO APLICAR _____

Datos del Experto: Nombre

y Apellido: _____ Grado Obtenido: _____ Experiencia:

_____ Actividad que realiza:

 Firma

Anexo C: Confiabilidad
Tabla de datos Cálculo de Confiabilidad (Alfa de Crombach)

Sujetos	Ítem																				Σ
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
01	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	43
02	2	3	3	3	3	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	2	1	1	2	3	45
03	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	42
04	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	47
05	3	2	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	51
06	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	52
07	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	31
08	2	1	1	3	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	43
09	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	51
10	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	43

34.2

0.25 0.36 0.4 0.44 0.64 0.29 0.56 0.24 0.2 0.29 0.69 0.25 0.24 0.44 0.25 0.21 0.44 0.56 0.44 0.25

Σ si²: 7.44

α= 0.82

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_i^k S_i^2}{S_t^2} \right] \alpha = \left[\frac{20}{20-1} \right] \left[1 - \frac{7.44}{34.2} \right] = 0,82$$

Donde:

S_i^2 = Varianza del ítem i

S_t^2 = Varianza de los valores totales observados

K = Números de preguntas o ítems

Rango		Magnitud
Inferior	Superior	
0.81	1.00	Muy Alta
0.61	0.80	Alta
0.41	0.60	Mediana
0.21	0.40	Baja
0.10	0.20	Muy Baja

Fuente: Ruiz(1988, p 55) "Instrumentos de Investigación Educativa, Procedimientos para su diseño y validez.

Interpretación:

El coeficiente se ubica en el rango de muy alta, lo cual significa que el instrumento posee una consistencia interna elevada, por lo tanto es altamente confiable