

Diseño y Aplicación de una Campaña Educomunicativa para Promover la Lectura Creativa en los Estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona

Design and Application of Campaign to Promote Educommunicative Creative Students Reading Program of Social Communication University of Pamplona

Clara Araque Suarez; Paula Fernández; Karen Gómez;
Angélica Gallardo; Wolfgang Camacho¹, Luis Torres²

Junio
2015
Edición N° 9

Pág
35 - 42

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objeto de diseñar la campaña edu-comunicativa para incentivar la lectura creativa en los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona. El estudio se sitúa en una investigación de carácter descriptivo, cualitativo apoyada por un diseño de campo, la población involucrada en el proceso es de 200 estudiantes del programa de comunicación social de la Universidad de Pamplona; para la recolección de información se hizo indispensable la encuesta como cuestionario, la entrevista y observación directa, con el fin de determinar las necesidades del objeto estudiado. La investigación se desarrolló con tres estrategias tituladas: EL LIBRO EN LA ACADEMIA primera estrategia cuya ejecución dio como resultado un banco de libro establecido en la casa Águeda Gallardo una segunda estrategia aplicada el LIBRO VIAJERO que dio como resultado el libro abierto consistente en la creación de historias por la población estudiantil de pamplona; y una última estrategia llamada NARRATIVAS EN EL SEPTIMO ARTE; estrategia que se ejecutara como proceso final del proyecto. El proyecto ha generado un impacto no solo en los estudiantes de comunicación social en la concientización del proceso lector que como estudiantes y futuros profesionales deben tener asimismo sino que se ha hecho participe los demás estudiantes de la facultad de artes y humanidades; igualmente se espera que pueda institucionalizar la fiesta del libro todos los años.

Palabras clave: Comunicación, educación, estrategias, lectura.

ABSTRACT

The present work aims to design the Edu-communicative creative campaign to encourage reading among students of Social Communication program at the University of Pamplona. The studio is located in a descriptive study, supported by qualitative design field.

1.Grupo de Investigación SEINCO, Programa de Comunicación Social, Universidad de Pamplona, clas217@gmail.com.

2. – 6. Grupo de Investigación SEINCO, Programa de Comunicación Social, Universidad de Pamplona.

The people involved in the process is 200 students in the program of social communication at the University of Pamplona; initially it planned a sample of 25 students but the impact of the project gave'pie for students from other faculties enter into the process. To collect information how the survey questionnaire, interview and direct observation, in order to determine the needs of the object studied was indispensable. The research was conducted with three strategies entitled: THE BOOK AT THE ACADEMY first strategy whose implementation resulted in a bank book set in the house Agueda Gallardo a second strategy applied BOOK TRAVEL resulting open book consisting of the creation of stories by the student population of Pamplona; and a final strategy called Narratives in cinema; strategy was executed as a final project process. The project has an impact not only on students of social communication in the awareness of the reader as students and future professionals should also have been done but involved other students of the faculty of arts and humanities process; It can also be expected to institutionalize the book fair every year.

Keywords: Reading, education, communication, strategies

Diseño Y Aplicación de Una Campaña Educomunicativa para Promover la Lectura Creativa en los Estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona

INTRODUCCIÓN

El analfabetismo funcional es un problema que afecta a la mayoría de los jóvenes en los ambientes educativos, y para los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, Norte de Santander, esta es una problemática latente.

Se detectó que al momento de leer, la comprensión de los textos se hace nula y la idea de recrearse con la lectura se va convirtiendo en un mito, dejando este hábito como algo obligatorio y tomándolo como algo aburrido pero necesario; las posibles causas de estos síntomas negativos hacia la lectura podrían deberse al desinterés, la falta de tiempo, la poca motivación en el hogar hacia el hábito lector, la pereza y el mal uso de las herramientas TIC'S.

Ante esta naciente problemática y al no tener espacios donde los libros se conviertan en herramientas de

ocio, se plantea en este proyecto una serie de objetivos y estrategias para generar en los estudiantes el deseo de practicar la lectura creativa con el fin de generar un buen proceso lector y una comprensión completa del contenido de los textos, haciendo más fácil el aprendizaje en las aulas de clase.

Notamos que a consecuencia, esta problemática podría tornarse muy seria, pues a falta de conocimiento del contenido y la comprensión del mismo, en analfabetismo disfuncional genera en los estudiantes pérdida de las asignaturas matriculadas, desinterés por la educación y finalmente deserción de los institutos universitarios. Sobre esta panorámica se pensó en crear una campaña Edu-comunicativa que promueva la lectura creativa en los jóvenes, dando espacios para que los estudiantes de Comunicación Social pueden adentrarse en el maravilloso mundo de la lectura y la tomen como una forma de diversión y ocio, y no como una obligación académica.

La poca motivación en el hábito lector de los jóvenes, es un problema que aumenta de forma constante; entre las posibles causas de este fenómeno están la lectura obligatoria, el desinterés, la falta de motivación hacia la lectura en el hogar, la pereza, la escasez de tiempo y el uso inadecuado de las TIC'S; en este proyecto se intentará mostrar que la lectura no es solo para dar respuestas, sino un mecanismo donde el conocimiento se torna divertido.

Aunque el analfabetismo se puede decir, es la incapacidad de leer y escribir, que se debe generalmente a la falta de acceso a entornos educativos, el analfabetismo puede tener muchas definiciones. Para algunos es simplemente la incapacidad de leer y escribir que se debe generalmente a la falta de enseñanza de las mismas capacidades. Avala esta definición el hecho de que en los países que tienen una escolarización obligatoria el analfabetismo es minoritario.

Según las Naciones Unidas una persona analfabeta es aquella que no puede ni leer ni escribir un breve y simple mensaje relacionado con su vida diaria. Aunque la educación básica (primaria y secundaria) cada vez llega a más lugares, muchos jóvenes, por diversas razones, no asisten a la escuela y por lo tanto, algunos de ellos no saben leer ni escribir. En algunos países la comprensión lectora puede ser deficiente a pesar de que su tasa de analfabetismo sea pequeña (iletrismo), pues leer no es sólo conocer las letras sino entender mensajes por escrito.

En los países que tienen una escolarización obligatoria como por ejemplo España el problema se hace minoritario, sin embargo, en Colombia y a pesar de que en la ley 115 se habla que la educación básica es obligatoria, en donde corresponde al artículo 365 de

la constitución en los niveles de educación primaria y secundaria, (uno de sus objetivos es brindar una formación integral por medio de una forma crítica y creativa de tal forma de preparar al estudiante para los niveles superiores dentro del proceso educativo para su vinculación en la sociedad y el trabajo), la comprensión lectora es precaria a pesar de que su tasa de analfabetismo sea mediana (9,6 % según cifras del censo de 2005), ya que leer no es sólo decodificar las letras sino entender mensajes por escrito.

Es así como se hace necesario analizar y dar a conocer el analfabetismo en segundo grado, también conocido como analfabetismo disfuncional, el cual se define como la incapacidad para comprender las ideas explícitas e implícitas de un texto y emitir un juicio crítico sobre éstas.

En Colombia la tasa de analfabetismo funcional alcanzan en el total nacional el 15.5%. Sin embargo, las diferencias regionales son notables. Mientras las regiones Pacíficas, Antioquia Central y Amazónica superan el promedio nacional con el 18.6%, 16.7%, 15.8% y 15.7% respectivamente, Bogotá, Valle del Cauca y Región Oriental se encuentran entre las regiones con menos tasa de analfabetismo con el 14.1%, 14.8% y 15.0%, mientras que la región atlántica presenta la misma tasa del nivel nacional (15.5%). Este fenómeno a nivel regional se hace prioritario ya que el 11,0% de la población de 5 a 15 años y el 11,1% de 15 años o más en Norte de Santander no saben leer y escribir; Esto tomando en cuenta que el 42,0% de la población residente ha alcanzado el nivel básica primaria; el 28,1% ha alcanzado secundaria y el 8,7% el nivel superior y postgrado. Permite deducir que la población residente sin ningún nivel educativo es el 13,4%. 4 puntos sobre el resto del país y en condiciones intelectuales de poca competitividad para el mercado académico.

Para Pamplona las cifras no son menos preocupantes; se estima que entre el 5.1% y el 6.04% de la población es analfabeta, lo que se traduce en tasas de iletrismo pronunciadas en la localidad y un estimado potencial en la población flotante.

Sin centros claros de reunión o participación para la lectura física, este fenómeno se hace exponencial; En la Universidad de Pamplona, más específicamente en el programa de Comunicación social se ha identificado esta problemática y las posibles causas son la lectura obligatoria, el uso inadecuado de las TIC'S, el desinterés por parte de los estudiantes, la falta de lectura como hábito en el hogar y la pereza, todos estos factores influirían de manera directa sobre su desempeño académico llevándolos a la desconcentración, la frustración, la pérdida de la asignatura y la deserción universitaria. Por todo lo anterior se quiere diseñar y aplicar una campaña Edo comunicativa con la que se incentive y se llegue a los estudiantes de manera muy dinámica, divertida usando algunas técnicas de comunicación alternativa para que la lectura no se vea como una obligación, sino una acción voluntaria, creativa y su metodología evolucione con cada actividad que se desarrolle en la campaña.

Sin centros claros de reunión o participación para la lectura física, el fenómeno del iletrismo se hace exponencial sobre el tiempo. En la Universidad de Pamplona, este problema ha ocupado lugar en la lectura, en los talleres de escritura y en los proyectos de aula.

En el programa de Comunicación social esta problemática se hace crónica, si bien, se denota que el difícil acceso en plataformas virtuales a la información, la amplitud de textos académicos han generado apatía por la lectura y hace necesario crear una metodología Edu-comunicativa que haga de tamiz a la veracidad y utilidad de los datos.

Identificada esta problemática y sus causas en la observación (la lectura obligatoria, el uso inadecuado de las TIC'S, el desinterés por parte de los estudiantes, la falta de lectura como hábito en el hogar y la pereza) se notó que todos estos factores influyen de manera directa sobre su desempeño académico llevándolos a la desconcentración, la frustración, la pérdida de la asignatura y la deserción universitaria.

Con objeto de mitigar estos efectos negativos, este proyecto se centra en la revisión de estos hábitos lectores para desarrollar posteriormente la creación de los espacios esenciales de intercambio literario; Sirviendo como nicho a una disciplina lectora que estimule la imaginación y el uso extendido de un mejor vocabulario.

El impacto que se espera generar en la comunidad universitaria, es crear un ambiente de lenguaje positivo que a mediano plazo extienda el placer de la lectura como aprovechamiento del ocio y a la postre una reintegración del tejido intelectual y académico de la región.

METODOLOGÍA

Para observar desde perspectivas diferentes este fenómeno de comunicación, se tomaron algunos aportes de personajes como Mario Kaplún, Pablo Freire, Lewis y Luis Ramiro Beltrán. De Mario Kaplún son importantes los aportes dentro de la lectura creativa, convirtiendo al receptor en emisor y agente activo. En cuanto el lector se convierte en parte de la cadena comunicativa se hace crítico de su proceso de aprendizaje redefiniendo el concepto de comunicación:

“La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios [o canales]

artificiales o alternativos. Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria [...] Los medios masivos tal como operan actualmente en su casi totalidad no son medios de comunicación sino medios de información o de difusión. Podrían llegar a ser realmente de comunicación (y de hecho algunos pocos han logrado y demostrado serlo); pero para ello tendrían que transformarse profundamente [...] el proceso de la comunicación debe realizarse de modo que dé a todos la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores. Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir” (Montoya, 2004).

Paulo Freire, para quien la educación debe buscar la humanización y liberación del hombre, desarrolló la teoría de la acción dialógica, basada en el diálogo, relacionó la educación y la comunicación identificándolos como dos procesos que forman parte de un mismo fenómeno: La educocomunicación. La educación, pues, siempre implica una determinada teoría del conocimiento puesta en práctica, y por tanto no sólo habla de la lectura como proceso unidireccional, sino como una apropiación del contenido en un plan de configuración de realidad. El diálogo para él es el sello del acto cognoscitivo, en el cual el objeto cognoscible, mediatizando los sujetos cognoscentes, se entrega a su desvelamiento crítico.

La educación no es un acto espontáneo. Ni el educador puede actuar así. Pero el hecho de que no lo sea, no lleva necesariamente a convertirse en manipulador. Núñez Hurtado (2009) dice: “Educar es un hecho en que educador y educando se educan juntos en el acto educativo. De este modo el educador ya no es sólo el que educa, sino aquel que cuando educa es educado a

través del diálogo con el educando, que al ser educado también educa. Así ambos se transforman en sujetos del proceso en que crecen juntos, y del cual los argumentos de la autoridad ya no rigen”.

Esto nos hace enfrentarnos a una nueva consideración a la investigación comunicativa y para esto recurrimos a Luis Ramiro Beltrán, quien ha elaborado luego de un largo trayecto de cuestionamiento dirigido precisamente a hacer comprender que la comunicación no era un acto sino un proceso y que a su vez no era estático ni podía definirse desde la condición privilegiada de la fuente. Los nuevos sujetos y objetos de una investigación capaz de cuestionar los enfoques, los instrumentos y los fines de la investigación de la comunicación habrían de surgir con el impulso de críticas centrales. De esta manera, entra a jugar la lectura creativa como recreación de la realidad en un fenómeno social horizontal: la interacción.

Beltrán S., Luis Ramiro (1979): “Así percibida, la comunicación no es una cuestión técnica que deba ser tratada en forma aséptica, aislada de la estructura económica, política y cultural de la sociedad. Es un asunto político mayormente determinado por esa estructura y, a su turno, contribuyente a la perpetuación de ella. Por tanto, la búsqueda de una salida de tal situación se dirige al cambio de la comunicación vertical/antidemocrática hacia la comunicación horizontal/democrática. La búsqueda comenzó más que todo en la década presente en varios lugares mediante esfuerzos que variaban en su alcance y enfoque, pero coincidían en un propósito: democratizar la comunicación tanto en el concepto como en la práctica.”

Lewis también sostiene que la comunicación alternativa, es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los medios más utilizados. En

esta práctica alternativa, hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y sus implicaciones sociales; Lewis retoma el informe de la UNESCO sobre la comunicación en el mundo para reafirmar lo siguiente: “la comunicación alternativa se refiere a estructuras y tradiciones que se establecen como suplemento de la tradición principal debido a que ésta última no satisface plenamente las necesidades de comunicación de ciertos grupos” Entonces, los medios alternativos se plantean como todos aquellos medios que están en oposición o alternativa a los medios masivos que son ampliamente consumidos y con un acceso mayoritario. En algunos casos se trata de medios que ofrecen servicio a comunidades o grupos que quedan al margen de los medios establecidos, y que buscan un cambio social.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

El enfoque manejado en esta investigación es mixto, pues se busca aplicar métodos cualitativos y cuantitativos con sus instrumentos de recolección respectivos, con el fin de ser precisos a la hora de la recolección de los datos.

De acuerdo con la naturaleza del estudio de investigación, reúne por su nivel las características de un estudio descriptivo, cuyo propósito consiste en especificar las propiedades importantes de cualquier fenómeno que sea sometido a análisis, midiendo de manera independiente y con la mayor precisión posible estas variables. El diseño a utilizar en esta investigación será de campo, puesto que al basarnos sobre hechos reales es necesario llevar a cabo una estrategia que nos permita analizar la situación directamente en el lugar donde acontecen, es decir, en la Universidad de Pamplona con los Estudiantes de Comunicación Social.

Población

Arias (1999), (p.98), señala que la población “es el conjunto de elementos con características comunes que son objetos de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación”. La población objetivo para estudio en el siguiente trabajo es: 200 estudiantes del programa de comunicación social de la universidad de pamplona.

Aplicando las formula respectiva para denominar la muestra de nuestra población, se dio como resultado que 25 a estudiantes se le aplicaran los instrumentos de recolección de datos correspondientes al enfoque de la investigación. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p.38).

Técnicas e instrumentos de recolección

La técnica de recolección para obtener la información en la investigación se dará a través de la encuesta cómo cuestionario, la entrevista y observación directa, con el fin de determinar las necesidades del objeto estudiado.

RESULTADOS

Análisis general aplicación de encuestas

Analizando a los estudiantes del programa comunicación social de la universidad de pamplona, norte de Santander, en el ámbito de la lectura, se concretó que no tienen hábitos lectores establecidos y no ven la lectura como un medio de ocio y diversión, por tanto su tiempo libre lo dedican a hacer otras cosas muy diferentes a la apropiación de conocimientos por medio de libros; aunque a la hora de leer en su mayoría no tienen un tiempo determinado, una gran parte tiende a controlar los momentos de lectura, formando una problemática, pues al

no tener tiempo para dedicar a los libros, la aprensión de su contenido se hace más dificultosa.

Se concluyó también que los jóvenes universitarios tienden a leer libros que para ellos se tornen fáciles y suaves a la hora de comprender, prefiriendo textos literarios que influyan al crecimiento y la explotación de la imaginación, objetos de lectura que aunque pocos, suelen recomendarse entre el núcleo familiar de los comunicadores en formación; también es notorio que para ellos las bibliotecas universitarias, públicas y municipales, son centros rígidos de conocimiento, donde se buscan textos educativos e información específica, nunca para fines de diversión.

Un caso muy curioso que se descubrió fue que los jóvenes aunque apáticos a la lectura son muy celosos con sus textos, pues en su gran mayoría no están dispuestos a intercambiar, canjear o prestar sus libros para generar un ambiente colectivo de desarrollo intelectual en el ámbito lector, agravando más la problemática expuesta en el proyecto.

Si miramos el contexto, el mundo digital ha arrasado con las comunidades universitaria; mirando específicamente a los estudiantes de comunicación, estos están inmersos en él y por consiguiente el hábito lector se transporta al universo online y de las tecnologías, surgiendo como una herramienta práctica para el desarrollo del hábito lector, aunque en realidad estos recursos no son aprovechados para esta práctica y se desvían para otros fines, convirtiendo las TIC'S en una problemática y no en una ventaja para el ambiente lector.

Al momento de leer y escoger que textos apropiar, los jóvenes universitarios son muy selectivos en cuanto a

los géneros para leer, pues su poca experiencia en esta práctica lectora, los hace selectivos para la comprensión del conocimiento, aunque se descubrió de manera muy particular que estas tendencias al rechazo lector, están más presentes en los hombres, perfilando a las mujeres como el género lector fuerte en la población analizada.

Resultados de la aplicación de estrategias

La investigación se desarrolla con tres estrategias tituladas: EL LIBRO EN LA ACADEMIA primera estrategia cuya ejecución dio como resultado un banco de libro establecido en la casa Águeda Gallardo una segunda estrategia aplicada el LIBRO VIAJERO que dio como resultado el libro abierto consistente en la creación de historias por la población estudiantil de pamploña; y una última estrategia llamada NARRATIVAS EN EL SEPTIMO ARTE; estrategia que se ejecutara como proceso final del proyecto consistente en el cine recursivo.

CONCLUSIÓN

La importancia de la lectura en el ambiente educativo es fundamental, pues genera la preocupación por conocer y entender los contextos, los autores y las ideas que surgen en las aulas, formar un ambiente intelectual se vuelve una prioridad y estar al tanto de lo que sucede en el mundo por medio de los libros se convierte en una actividad vital.

BIBLIOGRAFIA

Montoya Vélez, Martha helena (2004), conversaciones con Mario Kaplún; cincuenta años pariendo un interlocutor autónomo Pág. 87.

Núñez Hurtado, Carlos (2009), vigencia del pensa-

miento de Paulo Freire. Texto publicado en *orv internacional*, publicación electrónica de educación y desarrollo de Naciones Unidas #69.

Beltrán. Luis Ramiro (1979). *ADIOSARISTOTELES: "LA COMUNICACIÓN HORIZONTAL"* ensayo publicado por la LAMER y traducido al español en 1991 por la universidad Católica Boliviana.

Junio

2015

Edición N° 9

Pág

35 - 42