

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL A DISTANCIA**



**EL PERIODISMO RADIAL Y LAS HABILIDADES  
COMUNICATIVAS DE LOS ALUMNOS DE LA  
INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIPRIANO PROAÑO  
35001 DE CERRO DE PASCO – 2016**

## **TESIS**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN EDUCACION PRIMARIA**

**Presentado por:**

**Bach. RIXE TARAZONA, Olinda**

**Asesor: Mg. Raúl GONZALES ALVAREZ**

**PASCO PERU – 2018**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL A DISTANCIA**



**EL PERIODISMO RADIAL Y LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS  
DE LOS ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIPRIANO  
PROAÑO 35001 DE CERRO DE PASCO – 2016**

**Presentado por:**  
**Bach. RIXE TARAZONA, Olinda**

**SUSTENTADO Y APROBADO ANTE LA COMISION DE JURADOS:**

---

Mg. CÁRDENAS RIVAROLA, Marleni Mabel  
PRESIDENTE

---

Mg. ROJAS RIVERA, Wilfredo Florencio  
MIEMBRO

---

Lic. OSCATEGUI NAJERA, Gastón Jeremías  
MIEMBRO

---

Psic. VILLAR YZARRA, Federico Renato  
ACCESITARIO

***A Dios porque lo es todo.***

***A mis familiares con mucho agradecimiento.***

***A lo niños y niñas del Perú profundo.***

## INTRODUCCIÓN

El presente informe del trabajo de investigación que se pone a consideración de los respetables miembros del jurado, intitulado “EL PERIODISMO RADIAL Y LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LOS ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIPRIANO PROAÑO 35001 DE CERRO DE PASCO – 2016.

Se trata de un trabajo cuasi experimental, que tiene como propósito de explicar la influencia que existe entre la variable independiente y la dependiente. En el contexto de este trabajo, la noción de habilidades comunicativas hace referencia a la competencia que tiene una persona para expresar sus ideas, sentimientos, necesidades, sueños y deseos por medio del lenguaje oral y escrito. Asimismo, la capacidad para comprender los mensajes que recibe a través de estos códigos. Considera las siguientes habilidades comunicativas: hablar, escuchar, leer y escribir.

Conscientes de esta necesidad se ha estructurado el presente trabajo de investigación de la siguiente manera:

**EL CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:** Está referido a la determinación del problema, formulación del problema, que consta del problema general y los problemas específicos, formulaciones de objetivos, generales y específicas, la importancia de la investigación, alcances de la investigación y la justificación de la investigación.

**EL CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO:** Incluye los antecedentes de la investigación, las bases teóricas científicas, la definición de términos básicos, el sistema de hipótesis que incluye la hipótesis general y las hipótesis específicas, así como el sistema de variables que comprende la variable independiente, dependiente y la interviniente.

**EL CAPÍTULO III: METODOLOGÍA:** Incluye, tipo de investigación, nivel de investigación, método de investigación, diseño de investigación, universo o población, la muestra con el que se trabajó, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos.

**EL CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN:** Que comprende el tratamiento estadístico e interpretación de cuadros y la prueba de hipótesis.

Luego exponemos las conclusiones, las recomendaciones, las fuentes de información que incluye: bibliografía clasificada, hemerografía e información virtual y por último los anexos que incluye la matriz de consistencia y los instrumentos de investigación utilizados.

La Autora.

## **RESUMEN**

Este artículo recoge los principales aportes de la experiencia realizada con un grupo de niños en radio para desarrollar habilidades de comunicación. La investigación corresponde a un diseño cuasi experimental. Se tuvo como objetivo demostrar que la producción de un programa radial influye en el desarrollo de habilidades comunicativas en niños y niñas del sexto grado "A" de educación básica regular de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro de Pasco, del 2016. Se trabajó con un grupo experimental de 26 niños, con único grupo. La investigación se inició en el 2016 y finalizó en el junio del 2017. Como resultado de esta investigación se validó que sí influye significativamente el periodismo radial en el desarrollo de las habilidades comunicativas.

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
<b>DEDICATORIA</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>RESUMEN</b>	
<b>ÍNDICE</b>	
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	
1.1 Determinación de la problemática.	9
1.2 Formulación del Problema.	11
1.2.1 Problema General.	11
1.2.2 Problemas Específicos.	11
1.3 Formulación de Objetivos.	12
1.3.1 Objetivo General.	12
1.3.2 Objetivos Específicos.	12
1.4 Importancia y Alcances de la Investigación.	12
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes del Problema	14
2.2 Bases Teóricas Científicas.	18
2.3 Definición de Términos Básicos.	65
2.4 Sistema de Hipótesis.	67
2.4.1 Hipótesis General.	67
2.4.2 Hipótesis Específicas.	67
2.5 Sistema de Variables.	67
2.5.1 Variable Independiente.	67
2.5.2 Variable Dependiente.	67
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>METODOLOGÍA</b>	
3.1 Tipo de Investigación.	69

3.2	Nivel de Investigación.	69
3.3	Método de Investigación.	70
3.4	Diseño de Investigación.	70
3.5	Población y muestra de estudio	70
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección	71
3.7	Técnicas de procedimiento de datos	71
3.8	Tratamiento de Datos.	72

#### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1	Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados.	73
4.2	Prueba de Hipótesis.	89
4.3	Discusión de Resultados.	90

#### **CONCLUSIONES**

#### **RECOMENDACIONES**

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

#### **ANEXOS**



## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA:**

Nos encontramos en un escenario donde se presentan grandes dificultades en el desarrollo de las habilidades de comunicación (para este caso lectura y escritura) en el ámbito escolar, para lo cual se propuso como objetivo demostrar que los periodismos radiales influyen en el desarrollo de las habilidades de comunicación en niños y niñas del quinto ciclo del nivel primario en el distrito de Chaupimarca – Pasco.

Cabe recordar que cuando se inició la ECE en el año 2007, sólo el 7.2 % de estudiantes de segundo de primaria lograba el nivel Satisfactorio en Matemática. Ahora, en cambio, el 35% ha alcanzado

ese nivel, lo que significa que el estudiante ha logrado los aprendizajes esperados para el ciclo.

En lo que atañe a Lectura, los resultados no muestran avances respecto de la ECE 2015<sup>1</sup> principalmente en primaria. Así en el segundo grado de primaria el porcentaje de estudiantes en el nivel Satisfactorio descendió de 49,8 % a 46,4 %, es decir, 3.4%. Mientras que en el segundo grado de secundaria el descenso fue menor, solo 0,4%, pasando de 14,7 % a 14,3 %, no siendo ajena a estos resultados la I.E., designado para aplicar la propuesta.

“Se habla de formación de la habilidad a la etapa que comprende la adquisición consciente de los modos de actuar, cuando bajo la dirección del maestro o profesor el alumno recibe la orientación adecuada sobre la forma de proceder (...) Se habla de desarrollo de la habilidad cuando una vez adquiridos los modos de acción, se inicia el proceso de ejercitación, es decir de uso de la habilidad recién formada en la cantidad necesaria y con una frecuencia adecuada, de modo que vaya haciéndose cada vez más fácil de reproducir o usar, y se eliminen los errores.” (López: s/f)

Sin embargo, la escuela pública no evidencia en diversificar unas variedades de estrategias metodológicas, lo cual inhiben de manera objetiva el desarrollo adecuado de las habilidades comunicativas.

---

<sup>1</sup> <http://www.edugestores.pe/accede-a-los-reportes-ece-2016-por-region/>

Desde este punto de vista es necesario conocer si el niño y niña está siendo atendido desde un punto integral tomando en cuenta diversas estrategias, como la del periodismo radial. Por todo lo expuesto, se ha decidido desarrollar esta investigación que tiene como objetivo dar respuesta a la siguiente interrogante:

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:**

### **1.2.1 Problema General:**

¿Cómo influye el periodismo radial en las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016?

### **1.2.2 Problemas Específicos:**

- a) ¿Cuáles son las características del periodismo radial educativo para desarrollar las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016?
- b) ¿Qué aspectos de las habilidades comunicativas que desarrolla del periodismo radial educativo en los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016?

### **1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS:**

#### **1.3.1 Objetivo General:**

Determinar cómo influye el periodismo radial en las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos:**

- a) Identificar las características del periodismo radial educativo para desarrollar las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016
- b) Determinar qué aspectos de las habilidades comunicativas desarrolla el periodismo radial educativo en los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016

### **1.3 IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN:**

Habitualmente el medio radiofónico en la escuela no es utilizado por múltiples factores, desaprovechando los usos verdaderos de este medio en el aula. Generalmente el componente pedagógico establecido en el PEI, nos propone el desarrollo de proyectos institucionales que promuevan y de esta forma den a conocer las actividades de desarrollo en los diferentes espacios académicos y que a su vez integren a la comunidad educativa, es aquí donde el periodismo radial educativo, como proyecto

pedagógico cobra importancia como una alternativa para cumplir con el objetivo del PEI a través de la incorporación a los escenarios escolares. Subsecuente a esta idea el periodismo radial ayuda a formar perceptores activos y críticos de los mensajes transmitidos en los medios, permitiendo con esto pasar de consumidores pasivos a sujetos y protagonistas de la historia. Al tiempo es un espacio de socialización y aprendizaje donde se pone en juego habilidades, imaginación, conocimientos, responsabilidades y una gran dosis de pasión al servicio de uno de los más antiguos y prometedores campos de la actividad humana: la comunicación, así mismo se ve como un escenario de participación, democracia, pluralismo e independiente. De modo que el periodismo radial puede ser utilizada en la escuela como medio de expresión, como recurso pedagógico o como generador de análisis crítico, como medio de expresión, a medida que los escolares generan textos en bases a consignas determinadas y luego lo transforman en formatos que impliquen también una creatividad en la forma de expresarse.

Entonces el resultado del presente estudio es de gran importancia en el mundo académico, en el magisterio local, regional y nacional asimismo a los padres de familia.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA:**

En el desarrollo de nuestra investigación hemos podido identificar entre las tesis encontradas la que más relación tiene con nuestro trabajo son:

- ✓ CORREA AGUDELO, Luis Felipe y Andrés David LÓPEZ VARGAS “LA RADIO ESCOLAR COMO UNA ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN EL COLEGIO HERNANDO VÉLEZ MARULANDA. Universidad Tecnológica de Pereira Facultad de Educación Licenciatura en Comunicación e Informática Educativas Pereira 2011.

Las conclusiones sustanciales al que arribo fueron:

- Podemos concluir que el proyecto dio buenos resultados en la medida que se pudo desarrollar y sacar adelante la propuesta comunicativa radial, debemos resaltar que este es un primer paso que se da desde la academia, la cual le brinda al estudiante en su proceso de formación la posibilidad de comprender como se da la locución e identificar los distintos lenguajes sonoros discursivos que posee la radio como tal, como el proceso mismo de sensibilización a las instituciones educativas sobre la importancia de adoptar dentro del proyecto educativo institucional, el montaje de emisoras escolares, en consecuencia la meta es desarrollar y fomentar la comunicación a nivel escolar local, rural y comunitario.
- Seguido de esto, la propuesta comunicativa radial pone énfasis en el proceso, lo que significa que se destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y las comunidades, ya no se preocupa tanto de los contenidos que van a ser comunicados ni de los efectos en término de comportamiento, si no de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social, se da importancia al dialogo y la participación, en donde el profesor ya no es visto como el poseedor de la verdad, de esa manera las experiencias de vida de los educandos es valorizada.

✓ RODRÍGUEZ MESA, Osiel: LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS EN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Las conclusiones sustanciales al que arriba fueron:

- Las fuentes teóricas empleadas en este trabajo permiten definir y caracterizar las habilidades comunicativas que deben desarrollar los individuos y particularmente el profesor dentro del proceso enseñanza-aprendizaje.
- Las dimensiones e indicadores identificados a partir de la caracterización de este trabajo, pueden constituirse como una guía para diagnosticar y perfeccionar el desempeño las habilidades comunicativas en la actividad profesional.

✓ POVEDA, Katherine Dayanna y Lizeth CAROLINA SANTIAGO TIBAVIZCO “EL USO DE LA RADIO ESCOLAR EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL MUNICIPIO DE FUNZA – CUNDINAMARCA

Las conclusiones sustanciales al que arriba fueron:

- Este tipo de proyectos de radio escolar es viable tanto en colegios públicos como privados. De hecho, los recursos económicos, si bien son importantes, son secundarios el momento de realizar este tipo de proyectos, debido a que se da mayor importancia a la implementación de la emisora como herramienta de mejoramiento de las comunicaciones escolares y de afianzamiento del proceso educativo. El



interés, la disposición y el compromiso de los estudiantes y directivos resultan ser los aportes claves más allá de los recursos financieros.

- En los proyectos radiales es fundamental el trabajo en equipo. Los esfuerzos invertidos en la realización y montaje de una radio escolar llegan al punto de eliminar barreras generacionales y lograr tener un esfuerzo mancomunado entre estudiantes y profesores para permitir un encuentro radial en el cual los estudiantes son los productores y realizadores de un espacio noticioso y los docentes cumplen la función de guiarlos.
- Las emisoras escolares, al seguir el modelo de gestión aquí implementado, se convirtieron en formadoras de agentes activos para la producción de contenidos. Seguido a esto, los estudiantes, directivos y administrativos se vieron tan involucrados en las difusiones diarias que dejaron de ser consumidores de medios para transformarse en productores de contenidos, lo que contribuyó a reconocer las capacidades ciudadanas que tenían y que se desarrollaron aún más a lo largo del proceso.
- ✓ LEIVA BAZÁN, Zulema Daria “APLICACIÓN DEL PROGRAMA RADIAL MI NOVELA FAVORITA EN EL APRENDIZAJE DE LAS CAPACIDADES COMUNICATIVAS EN ALUMNOS DE EDUCACIÓN SECUNDARIA” (2015) UNIVERSIDAD NACIONAL

MAYOR DE SAN MARCOS FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS  
HUMANAS E.A.P. DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Las conclusiones sustanciales al que arribo fueron:

- La investigación ha demostrado que la aplicación del programa radial Mi Novela Favorita produce efectos significativos en el aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada.
- El presente trabajo de investigación demuestra que la aplicación del programa radial Mi Novela Favorita es significativo para el aprendizaje de la Expresión y Comprensión Oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- La aplicación del programa radial Mi Novela Favorita ha demostrado una efectividad en el aprendizaje de la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria

## **2.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS:**

### **2.2.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Los medios de comunicación son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono, el celular, el correo de papel (la carta y el telegrama). También se pueden considerar como medios

de comunicación personal la radio, internet (el chat), y la televisión, pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y en el espacio. Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o Mass Media, es decir, aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio.

La información ha sido, es y será una de las mayores herramientas del mundo de la comunicación. La razón de esta realidad es bien simple y sencilla, nos ayuda a cambiar y/o mejorar nuestro conocimiento del entorno, además de la ubicación y concepción del mundo de las comunicaciones. A medida que el siglo XXI avanza la presencia de los medios de comunicación es más latente pues «una de las señas de identidad más significativa de la sociedad moderna es la comunicación de masas» (Prado, 2001: 161). Esta presencia se encuentra de forma latente en los grandes cambios que, en los sectores educativos, laboral y familiar se han producido.

Los medios de comunicación tradicionales, lejos de desaparecer por el avance vertiginoso de la tecnología han

ido avanzando y actualizándose. Como afirma Morduchowicz (2003), nuestro conocimiento se encuentra mediatizado, principalmente, por las imágenes e informaciones (palabra) que desde los medios nos llegan.

«La información y la comunicación se han convertido en un bien social inalienable e imprescindible para la comunidad» (García 2003: 171); por medio de ellos podemos construir el conocimiento que permite el desarrollo y evolución del mundo, pero siempre desde una postura crítica y reflexiva, que nos haga «estar en duda permanente sobre la función que ejercen los medios de comunicación y cómo tenemos que integrarlos» (Ballesta, 2002: 1).

En la actualidad, lo influyente lo medular de la sociedad son los medios de comunicación y, dentro de ellos, en la actualidad ha desarrollado la informática, la telecomunicación y la tecnología del sonido y la imagen (Majó y Marqués, 2002). Esta situación queda reflejada en cómo se nos transmite, cómo se nos presenta la información; por ello, hablar de comunicación e información de manera separada es llegar a un grave error, pues de forma unida crean una señal de identidad de las sociedades, son capaces de difundir conocimientos, imágenes, palabras, actitudes, valores, etc. que absorben a los que prevalecen en estos momentos.

Desde tiempos antiguos se ha entendido la transmisión de información como la principal característica de los mass-media; o medios de comunicación masiva<sup>2</sup> sin embargo, los medios de comunicación se caracterizan por algo más. Los principales rasgos que los definen para Prado (2001: 162-163) no son otros más que poder «llegar a cualquier persona que tenga acceso a ellos, la comunicación se transmite a través de medios técnicos: impresos, sonoros, visuales y audiovisuales, establece una comunicación indirecta con los receptores que se encuentran a distancia espacial o temporal del emisor, el mensaje se transmite de forma unilateral, se dirigen a una audiencia amplia, dispersa y anónima»

Según Luhmann (2007: 2) los medios de comunicación masas tuvieron su apogeo en el siglo XX cuando una serie de inventos tecnológicos establecieron nuevas dimensiones para la distribución de la comunicación. Luhmann define al sistema de los medios de comunicación de masas como al conjunto de aquellas comunicaciones sociales que se sirven de medios técnicos de reproducción masiva para propagarse.

---

<sup>2</sup> Almansa Martínez, A. (2011). Reseña de 'La realidad de los medios de masas' de Niklas Luhmann. Razón y palabra, 75.

## 2.2.2 TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACION:

Según Thompson (2006)<sup>3</sup> hay varios medios de comunicación como pueden ser los **medios masivos** que son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento concreto así como es la televisión, internet, periódicos, revistas, radio... **También hay medios auxiliares** o **complementarios** que afectan a un menor número de personas en un momento concreto, así como pueden ser publicidad interior, correo electrónico, publicidad exterior y por último hay los **medios alternativos** que los define como nuevas formas de promoción de productos, algunos ordinarios y otros muy innovadores como pueden ser los faxes, discos compactos, protectores de pantalla de ordenador.

Los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los tipos de medios de comunicación que engloban):

**Medios Masivos:** Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado También se conocen como medios medidos.

**Medios Auxiliares o Complementarios:** Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos.

---

<sup>3</sup> Thompson, I. (2006). Tipos de medios de comunicación. Recuperado día 31 de mayo de 2013 de <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medioscomunicacion.html>

**Medios Alternativos:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.

En segundo lugar, cada uno de estos grupos incluye una diversidad de tipos de medios de comunicación, como se podrá ver en detalle a continuación:

1. **Medios Masivos:** Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

a. **Televisión:** Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. Según Lamb, Hair y McDaniel, las emisoras de televisión abarcan la televisión de cadena o red (ABC, CBS, NBC y Fox Network), las estaciones independientes, la televisión por cable y un relativo recién llegado, la televisión satelital de emisión directa. Sus principales ventajas son: Buena cobertura de mercados masivos; costo bajo por exposición; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos. Entre sus principales limitaciones se encuentran: Costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público.

b. **Radio:** Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad. Según Lamb, Hair y

McDaniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido<sup>4</sup> Además, según los mencionados autores, los radio escuchadores tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles. Los horarios más populares son los de "las horas de conducir", cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez Sus principales limitaciones son: Solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.<sup>5</sup>

La radio cumple cuatro funciones principales, las cuales suelen presentarse en forma pura, aunque siempre una de ellas domina sobre las demás. Las funciones son: ***persuadir, entretener, formar e informar.*** (Benito, 1991).

La radio, en cuanto a su aparición cronológica, es el tercer medio de comunicación de masas, tras la prensa

---

<sup>4</sup> Lamb Charles, et. al. (2002) Marketing, International Thomson Editores,

<sup>5</sup> Kotler P. et al. (2003), Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, Pág. 489.



y el cine. Desde sus inicios la radio procuró facilitar emisiones de carácter informativo.

c. **Periódicos:** Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales. Sus principales ventajas son: Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Además, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse. Entre sus principales limitaciones y desventajas se encuentran: Vida corta; calidad baja de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

d. **Revistas:** Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados, pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales. Según Laura Fischer y Jorge Espejo, son de lectura confortable además de que permiten la realización de gran variedad de anuncios: Desplegados: Anuncios que se desdoblán en 3 o 4 páginas. Gate Folder: Parecido al anterior, pero este es desprendible. Booklets: Anuncios desprendibles en forma de folleto. Cuponeo: Cupón desprendible, además del anuncio impreso.

- e. **Muestreo:** Cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto. Sus principales ventajas son: Selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar físico. Sus limitaciones son: Larga anticipación para comprar un anuncio; costo elevado; no hay garantía de posición.
- f. **Internet:** Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo (para atraer a la mayor cantidad de visitantes interesados en lo que ofrecen), primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores (Google, Yahoo, Altavista, MSN) para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet; y segundo, colocando en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con sus productos o servicios), uno o más de los siguientes elementos publicitarios: banners, botones, pop-ups y pop-unders, mensajes de texto y otros, con la finalidad

de atraer a la mayor cantidad de personas interesadas. Las ventajas de este medio son: Selectividad alta; costo bajo; impacto inmediato; capacidades interactivas. Entre sus principales limitaciones se encuentran: Público pequeño; impacto relativamente bajo; el público controla la exposición.

g. **Cine:** Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad. Sus ventajas son: Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color. Entre sus desventajas se encuentran: Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro.

2. **Medios Auxiliares o Complementarios:** Este grupo de medios incluye los siguientes tipos de medios de comunicación: Medios en Exteriores o Publicidad Exterior: Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre. Según (Lamb, Hair y McDaniel: 2002), es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas. Los ejemplos incluyen: espectaculares, escritura en el cielo, globos gigantes, minicarteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, y anuncios en los costados de los autos, camiones y autobuses, e incluso en los enormes depósitos o tanques de agua. Sus ventajas son:

Flexibilidad alta; exposición repetida; bajo costo; baja competencia de mensajes; buena selectividad por localización. Algunas de sus desventajas son: No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, no tiene profundos efectos en los lectores, se le critica por constituir un peligro para el tránsito y porque arruina el paisaje natural. Publicidad Interior: Consiste en medios visuales (y en algunos casos incluyen audio) colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente. Según (Laura Fischer y Jorge Espejo:2004), ésta publicidad se coloca en: Estadios deportivos; plazas de toros; interior de los camiones; trolebuses y tranvías urbanos; la parte inferior de pantallas cinematográficas (marquesinas luminosas) y el interior del metro, ya sea dentro de los vagones o en los andenes.

Sus ventajas son: Bajo costo, audiencia cautiva, selectividad geográfica.

Sus desventajas son: No da seguridad de resultados rápidos, no llega a profesionales ni a empresarios, son muy numerosos y tienden a parecerse tanto que se confunden.

Publicidad Directa o Correo Directo: Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual. Según (Laura Fischer y Jorge Espejo: 20014), la publicidad directa

emplea muchas formas (por ejemplo, tarjetas postales, cartas, catálogos, folletos, calendarios, boletines, circulares, anexos en sobres y paquetes, muestrarios, etcétera). La más usual es el folleto o volante. Sus ventajas son: Selectividad de público alta; no hay competencia publicitaria dentro del mismo medio; permite personalizar. Sus limitaciones son: Costo relativamente alto por exposición; imagen de "correo basura".

3. **Medios Alternativos:** Son aquellos medios que no se encuentran en las anteriores clasificaciones y que pueden ser muy innovadores. Según (Lamb, Hair y McDaniel: 2002), dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación: Faxes, Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales. Protectores de pantallas de computadoras. Discos compactos. Kioscos interactivos en tiendas departamentales. Anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en las videocasetes rentadas. Además, según los mencionados autores, casi cualquier cosa puede convertirse en un vehículo para exhibir publicidad. Por ejemplo, los elevadores (ascensores) incluirán o ya incluyen pantallas para exhibir noticias, información y publicidad para captar la atención de trabajadores de altos ingresos en los grandes edificios de oficinas.

### **2.2.3 EL PERIODISMO RADIAL:**

Los periodistas radiales han visto cómo su actividad se ha modificado gracias a la tecnología: del radio periódico, donde se leían noticias frente al micrófono, se pasó al reportero que podía consignar en una cinta magnética la voz del protagonista de la noticia y hacer un directo desde una línea de telefonía fija o celular. En los últimos lustros, las voces se graban en medios digitales y los directos se hacen desde cualquier parte gracias al celular o el teléfono satelital.

El periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público a través de las ondas.

El periodismo de radio exige que la información sea difundida de manera clara y concisa. Para ello, es necesario que el texto usado como guion esté bien organizado y que facilite una lectura sin tropiezos y fácil de expresar en voz alta. La lectura en radio hace necesaria una redacción cuidada y adecuada a este medio, que debe hacerse de manera sencilla, mediante el uso de palabras y oraciones comprensibles desde el punto de vista conceptual y fónico. Conviene recurrir a la reiteración de ideas, es decir, dar a conocer un contenido y repetirlo con el objetivo de que la memoria del receptor lo retenga ya que el mensaje radiofónico es efímero.

El periodismo radiofónico se resume en la premisa: contar todas las cosas que pasan, en el momento mismo de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible.

En el plano de la utilización de la radio como una herramienta de cambio social y fortalecimiento cultural, la literatura nos ofrece innumerables ejemplos de cómo la radio se ha convertido en el vehículo central para la diseminación de mensajes prosociales o de mensajes que apuntan al fortalecimiento cultural. Por ejemplo, desde los años cincuenta, y con mayor fuerza en las dos últimas décadas, la radio ha sido utilizada como soporte de campañas de comunicación orientadas a la promoción de comportamientos y actitudes socialmente deseables en el campo de la salud, a estimular procesos de cambio social orientados al mejoramiento de la calidad de vida de comunidades específicas, y a dinamizar programas de desarrollo en distintos ámbitos educativos, sociales y culturales.

Brecht (2003)<sup>6</sup> propugna, ante todo, las funciones sociales que debe cumplir la radio. Tales funciones sociales son plenamente actuales a pesar de los años transcurridos desde que hiciera estas formulaciones. Cebrián Herreros recoge en su obra un comentario sobre la teoría del autor

---

<sup>6</sup> Brecht, B. (1983): Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual (II). Ed. Mezquita. Madrid,

alemán. Entre los mayores logros destaca la búsqueda intercomunicativa entre el emisor y los receptores: convertir la radio-difusión en radio-comunicación para el servicio de la vida pública<sup>7</sup> :

*La tarea de la radiodifusión —escribe Brecht— como todo, no se agota con transmitir estas informaciones. Además de esto, tiene que organizar la manera de pedir informaciones, es decir, de pedir informes de los gobernantes en respuestas a las preguntas de los gobernados. La radiodifusión tiene que hacer posible el intercambio.*

Prácticamente, desde la invención de la radio ha existido interés por su posible rol en el campo de la educación; a finales de los años veinte y durante la década de las treinta numerosas instituciones de Europa, América y otros lugares utilizaban ampliamente la radio. La aparición de la televisión y la regulación de algunas medidas de signo contrario en los Estados Unidos desviaron el interés por la radio: sólo recientemente, debido a consideraciones de coste, alcance e igualdad, se ha vuelto a fomentar un renacimiento de la radio para la educación.

#### **2.2.4 LOS GENEROS DEL PERIODISMO RADIAL:**

Los géneros pueden dividirse en cuatro grandes grupos<sup>8</sup>:

- Informativos

---

<sup>7</sup> Brecht, Op. Cit., p. 67.

<sup>8</sup> Romeo, F. (1997). ¿Qué onda con la radio? Editorial Alambra mexicana.



- Interpretativos
- De opinión
- De ficción.

#### **A. Géneros informativos radiofónicos.**

Los géneros informativos en la radio son:

- La nota informativa
- El flash informativo
- La crónica • La entrevista
- El noticiero

La base para cada uno de los géneros informativos sigue siendo la noticia. En ellos también se precisa que la información no contenga juicios o valoraciones de quienes las narran. Aunque evidentemente en la forma en la que estructuran la información siempre habrá una carga subjetiva (por ejemplo, cuando se determina cual nota se lanza al aire primero y cuál no).

- a. **La nota informativa.** - Al igual que en los géneros periodísticos, la nota informativa, debe responder en orden de importancia: qué, quién, dónde, cuándo, cómo y tal vez pueda aportar ideas sobre el porqué del hecho, aunque no es su intención agotar esta pregunta. La nota informativa puede estar inserta dentro de flashes informativos o formando parte de un noticiero de media hora o más, también la encontramos contenida en

resúmenes noticiosos de las emisoras donde se leen el pie de notas o títulos de estas para una rápida intervención en la radio. Algunas notas informativas se dan en el mismo momento en que ocurren los hechos, aprovechando la instantaneidad del medio y otras pueden ser pregrabadas para darse a conocer al público en un noticiero en vivo o grabado. La extensión máxima que tienen las notas informativas en la radio es de 28 líneas con 52 caracteres por línea, que pueden ser leídas en minuto y medio aproximadamente.

- b. **Flash informativo.** - La nota es la base del flash informativo. El flash es el género que escuchamos con frecuencia cuando se interrumpe la programación musical para dar cabida a una sola nota de relevancia. Es instantáneo y oportuno. Contiene la noticia de última hora, declaraciones de personajes públicos o las instantáneas que se producen con el paso del día. Por lo general los flashes informativos se dan cada hora en las estaciones radiofónicas, aunque cada emisora tiene sus reglas de programación.
- c. **La entrevista.** - Para realizar una entrevista es necesario conocer ampliamente al entrevistado y la relación que tiene con la información que se busca. Una entrevista

puede ser según Romero (1997)<sup>9</sup>: noticiosa, de opinión, de personalidad y conjunta. Con la primera lo que se busca con la entrevista es “hacer” una noticia de la entrevista, sacar algún dato o alguna opinión que provoque reacciones y por lo cual se constituya en evento noticioso. La de opinión, como su nombre lo indica, tiene por objeto conocer el criterio de algún personaje público o con autoridad sobre un hecho noticioso. La de personalidad se centra en el entrevistado para conocerlo ampliamente su perfil y psicología y la conjunta es lo que comúnmente se llama rueda de prensa donde un líder de opinión da respuesta a las interrogantes de varios reporteros.

d. **El noticiero.** - Toma varias formas en las diferentes emisoras, para algunas de ellas el noticiero lo conforma el flash informativo o el resumen noticioso, pero el más común es el que tiene la siguiente estructura:

✓ **La rúbrica de presentación.** - Que no es sino la entrada que identifica al noticiero.

✓ **Un teaser.**- que comprende los titulares o encabezados de las notas informativas más importantes.

---

<sup>9</sup> Romero, Op. Cit., p. 44.

- El cuerpo del noticiero también llamado teaser guía o guía de continuidad. Que puede estar conformador por:
  - a. Notas informativas desarrolladas por los conductores.
  - b. Notas informativas pregrabadas por otros reporteros.
  - c. Comentarios de las noticias por parte de los conductores.
  - d. Enlaces en directo.
  - e. Notas informativas con insertos de opiniones de los personajes implicados.
  - f. Entrevistas breves de menos de 2:30 min. de duración.
  - g. Breves crónicas desde el lugar de los hechos.
  - h. Comentario editorial.
- ✓ Rúbrica de salida.
- e. **La crónica.** -La crónica en la radio puede comprenderse de dos maneras. La primera es la narración en vivo de un hecho instantáneo, que sucede en el momento de la transmisión, un ejemplo de esta modalidad son las transmisiones en directo de eventos deportivos. La segunda es una descripción de los acontecimientos desde el lugar de los hechos pero que pasa de forma

diferida por ejemplo dentro de un noticiero o una radiorevista. Esta segunda modalidad de crónica es breve entre dos y tres minutos de duración.

## **B. Géneros Interpretativos:**

### **El Reportaje**

Dentro de los géneros informativos-interpretativos, el reportaje es el género rey, el más completo. Tiene las mismas características teóricas del reportaje en prensa escrita. Su objeto es abordar un hecho noticioso desde diversos enfoques para esclarecerlo. En el reportaje la pregunta ¿por qué? resulta fundamental. No basta con la exposición de los hechos, hay que encontrarles una explicación. Un reportaje se vale de distintas notas informativas que aporten información a un hecho determinado, contiene entrevistas con algún personaje, encuestas de opinión, conclusiones del reportero, y en fin, todos aquellos elementos que propongan una reconstrucción completa de una noticia. En la radio el reportaje puede ser en vivo y en directo desde el lugar donde ocurrieron los hechos o puede ser pregrabado. La realización de un reportaje también se vale de una guía de continuidad porque está formado por varios elementos que provienen de distintas fuentes de información. Aunque el estilo de escritura de un reportaje varía de acuerdo a cada reportero, para dar

una idea de cómo se organizaría un reportaje damos el siguiente ejemplo:

- Cortinilla de presentación del reportaje, con el título del mismo.
- Introducción al hecho por el reportero.
- Inserción de una declaración con personaje relacionado con el tema.
- Exposición y comentario del reportero.
- Inserción de nota informativa relacionada con el hecho.
- Análisis relacional de la información por parte del reportero.
- Inserción de entrevista con alguna autoridad involucrada.
- Comentario del reportero.
- Encuesta.
- Cierre por parte del reportero.

Por lo general el reportaje comienza con una entrada fuerte, que llame la atención. Se selecciona una declaración impactante, el hecho más emotivo, la duda más penetrante para empezar a abordar el tema, después se van conectando de manera lógica las informaciones de tal manera que lleguen al final o a la conclusión que el reportero desee darle y por último se plantea un resumen del hecho abordado y si es intención del reportero dar su interpretación final, la expresa o la deja al libre albedrío del radioescucha. Romeo (1997) nos

indica que hay diversos tipos de reportajes, entre ellos el informativo, que expone al detalle el hecho noticioso dejando al radioescucha la opinión final, el descriptivo que intenta dibujar escenarios y personas, el narrativo que expresa los hechos reales como una especie de cuento, el interpretativo que es propiamente el reportaje de investigación y denuncia, y el educativo.

### **C. Géneros de opinión:**

Entre los géneros de opinión se encuentran: el comentario, la editorial, el programa de debate y la charla. El comentario es la interpretación que se hace de la noticia. Hoy en día prácticamente todo noticiero importante se basa en el comentario de líderes de opinión. El comentario exige dominio del tema, capacidad de análisis, información actualizada y la destreza de reconocer las noticias de relevancia para el público.

El editorial se asemeja al comentario en su forma, finalmente también es una interpretación de un hecho, pero, al igual que en la prensa escrita, es la opinión del concesionario de la estación. Por lo general, el editorial está dentro de la estructura de un noticiero y se designa a una persona específica para escribirlo y decirlo al aire.

Los programas de discusión se fundamentan en la presencia de dos o más invitados que exponen su opinión

sobre un hecho noticioso o un tema de interés para la comunidad. Bajo la premisa de conocer ampliamente el tema. El conductor actúa como moderador y detonador de cuestionamientos que provoquen la discusión, el debate, la exposición detallada de un tema. Estos programas, como la mesa redonda, se prestan para la bidireccionalidad, para el contacto directo con el público que expresa sus inquietudes sobre los temas que se desarrollan. Por lo general estos programas tienen una duración de dos horas.

La charla radiofónica se le denomina al frecuente monólogo que establecen los conductores de espacios musicales. Es la información que proporcionan entre cada melodía programada.

#### **D. Género de ficción**

Los géneros de ficción son dramatizaciones derivadas de los géneros literarios. Los ejemplos concretos de estos géneros son el audio cuento y la radionovela. En los inicios de la radio estas producciones se realizaban en vivo, hoy en día representan un trabajo de producción pregrabado. Las radionovelas han perdido terreno frente a las telenovelas, pero no por ello su riqueza. Debido a otro gran medio de comunicación como el cine, los audios cuentos han tenido cierto nivel de recuperación basado en las amplias campañas



de mercadotecnia de las películas infantiles de cine de Hollywood.

La radionovela y el audio cuento son los géneros radiofónicos más ricos porque emplean todos los elementos del lenguaje sonoro: palabra, música, ambientes y ruidos. El audio cuento y la radionovela se basan en:

- Los elementos de la narración: planteamiento del tema y conflicto, desarrollo de diversas escenas, clímax y desenlace.
- Personajes
- Creación de escenografías y ambientes por medio de lenguaje sonoro.

### **2.2.5 EL PERIODISMO RADIAL ESCOLAR**

Kaplun (2001)<sup>10</sup> decía “Las radios educativas son todas aquellas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada persona en agente activo de la transformación de su medio natural, económico social”

La radio, tal como señala la UNESCO<sup>11</sup>, debería ser no sólo un medio de animación sociocultural, sino también una generadora de experiencias, propuestas de proyectos

---

<sup>10</sup> Kaplún, M, A. (2001) la educación por la comunicación: la práctica de la comunicación educativa. Quito: CIESPAL; Quipus.

<sup>11</sup> UNESCO, (1998) La educación encierra un tesoro, Santillana, Madrid,

prácticos y, basándose en una “pedagogía” o enfoque participativo, ayudar a la transformación social desde la crítica constructiva de lo dado (teniendo en cuenta la aceleración de los conocimientos, el desarrollo tecnológico, los grandes cambios sociopolíticos, las crisis de valores, los derechos y deberes democráticos).

La radio en la escuela, la escuela en la radio En este sentido, encontramos en la radio algunas particularidades que facilitan este proceso. Una de ellas es la oralidad como característica propia de este medio. Si tenemos en cuenta que la forma de comunicación más natural de los jóvenes es la oralidad, entendemos que el uso de este medio les resulta familiar ya que no les exige habilidades especiales. El lenguaje de la radio debe consistir de palabras sencillas y concretas, admite las expresiones populares y nos impone siempre el desafío de la improvisación. Además, el trabajo de producción radiofónica implica siempre un trabajo en equipo, lo que favorece las condiciones para fortalecer el trabajo colectivo, solidario en donde se respetan las diferentes aptitudes e intereses de los participantes. Por otra parte, podemos decir que la radio es un medio que responde a formas de sensibilidad y sociabilidad particulares, por lo tanto, preserva modos de imaginación, de percepción y de construcción del mundo diferente a los instalados por los

medios audiovisuales. La palabra radiofónica genera una presencia imaginaria cargada de sonidos, que va tejiendo memorias, y plantea Huergo, (2000)<sup>12</sup> es una palabra que genera sueños.

La radio en la escuela se convierte en un recurso cultural y social no solo para la propia escuela sino también para la comunidad. Todos pasan a formar parte de ese medio que reúne las voces de los adultos, los jóvenes y los más pequeños. En el ámbito escolar favorece la expresión oral, la expresión escrita, la comprensión oral, el trabajo interdisciplinario y la investigación sobre temas de interés social. Permite a los estudiantes introducirse al discurso radiofónico, como emisor y como receptor. Conformar un recurso adecuado para que niños, adolescentes y jóvenes se conviertan en productores de información y desarrollen habilidades para la integración social y la participación democrática. Habilidades como enunciar hipótesis, buscar información en distintas fuentes y organizarla, intercambiar y confrontar ideas, establecer relaciones y registrar, sistematizar y comunicar información en diferentes soportes, constituyen modos de conocer propios de la enseñanza para la escuela primaria.

---

<sup>12</sup> Huergo, J.A (2000) Cultura escolar / Cultura mediática. Intersecciones, Colombia.

Llegamos al momento en donde cobra importancia la propuesta comunicativa, en la cual se verá reflejado los intereses de una comunidad educativa, por tanto el fin del trabajo no debe ser otro que la construcción de unos contenidos teóricos y metodológicos enfatizando las posibilidades pedagógicas, con estrategias didácticas, las cuales permitirán en un ambiente educativo formal e informal plasmar sus inquietudes y desarrollar destrezas, como dispositivo electrónico pero también como un medio, un ordenador que ya empieza a ser reconocido como un elemento dinamizador, que puede llegar a brindar acciones propositivas en la generación de saberes y aprendizaje. Por consiguiente, la radio se debe vislumbrar como una herramienta educativa, fundamentado por la palabra como un eje democratizador del pensamiento, en el sentido de poder darle un valor de igualdad a cada saber sin menospreciar ningún área del conocimiento.

#### **2.2.6. LA PEDAGOGIA DE LA RADIO**

Inicialmente tanto el aprendizaje como la apropiación de los lenguajes y mecanismos técnicos de la radio, como la puesta en marcha de un programa pueden vincularse a los contenidos curriculares, pero además constituye un excelente estímulo para enseñar y aprender de otra forma, pues los niños y los jóvenes pasan de ser receptores para convertirse

en interlocutores críticos y creativos dentro de la dinámica del Inter aprendizaje, creando una nueva forma de acercamiento, abordaje al conocimiento y a las metodologías de la investigación.

Para entender el concepto de radio educativa, Pepino (1991) establece que para saber diferenciar los programas de radio con carácter educativo, debe considerarse que todos los programas radiofónicos tienen la posibilidad de enseñar, más no de educar, por ello establece diferencias entre programas “educativos” e “instructivos” (1991: p. 75), los últimos aquí se denominaran no formales o no educativos, éstos no son considerados educativos ya que no existe una institución social que valide sus contenidos y que certifique los conocimientos obtenidos por el alumno. La radio educativa es aquella cuyos programas siguen un plan de estudios previamente determinado y validado por una institución del sistema social. En un programa de Radio Educativa el radioescucha se convierte en un alumno que se inscribe a un curso, donde será evaluado para obtener un certificado de estudios, no obstante, no se encuentra inscrito en una institución educativa.

Por tanto, la radio puede brindar un espacio de participación en donde los estudiantes construyan, expresen y comuniquen sus ideas y conocimientos. “Para ello la

escuela moderna cuenta con sus técnicas del texto libre, dibujo e incluso la imprenta como vehículo de intercambio escolar, pero acaso ¿no añadiría inmediatamente sus recursos la radio y las emisoras escolares?”<sup>13</sup>

En la escuela, la radio puede ser tanto utilizada como recurso tecnológico, aprovechando la programación de alguna emisora, como oportunidad para desarrollo de competencias y habilidades ligadas a la capacidad de producción de textos, adaptación de lenguajes, entrenamiento de la dicción, etc. Como oyentes de programas grabados anteriormente, los alumnos pueden desarrollar actitudes de escucha reflexiva y crítica: identificar, seleccionar, relacionar, imaginar a partir de la audición. Es posible, además, desarrollar habilidades de expresión oral y escrita, por medio de la elaboración, producción y realización de proyectos para la radio en la escuela, o en una emisora real. (PCN, 1998).

Como bien afirma Rodero (2008, p. 99) “es el lenguaje oral, siempre lo ha sido, nuestra forma principal de acceso al conocimiento. No sólo lo audiovisual es auditivo, sino que nuestras relaciones sociales en el día a día se producen fundamentalmente a través de la palabra hablada”

Sin embargo, ese papel pedagógico en la era de las nuevas tecnologías parece haber sido olvidado y la cultura

---

<sup>13</sup> Aparicio, R. P. (1990) La radio en el diseño curricular. Editorial Bruno Madrid. Pág. 34

auditiva está siendo cada vez más relegada a un segundo plano por la cultura visual. Esa pérdida de lo auditivo se ve reflejada desde los primeros años de la enseñanza escolar: “la educación en la escuela retrae la expresión oral. Convertimos así a los niños en analfabetos auditivos, en inadaptados expresivos, en deficientes orales” (Rodero, 2008, p. 99).

Al medio radio siempre se le ha buscado su finalidad educativa desde su invención; ahora más que nunca con el desarrollo de las nuevas tecnologías la radio se convierte en un elemento esencial para la formación tanto presencial como a distancia. Lo ideal es aplicar la radio en el entorno escolar no sólo como una simple herramienta o complemento de una determinada asignatura, sino como un contenido a aplicar tanto a nivel de centro como de aula, pues las posibilidades y competencias que de su uso se desprenden son infinitas, ya que no sólo desarrolla aspectos positivos individuales para el alumno, sino que la radio fomenta el trabajo a nivel colectivo entre otras posibilidades.

#### **2.2.7. ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA RADIAL EDUCATIVO:**

- a) **pre-producción.** - Los integrantes del grupo eligen el material que usarán durante las distintas secciones del programa, la música y la secuenciación que harán del

mismo. se distribuyen los roles que cada uno cumplirá:( locutores, lectores de anexos o ayudante de la operación técnica).

- b) **Producción.** - Se redacta el guion de acuerdo con lo pautado anteriormente y siguiendo el modelo para la escritura del mismo.
- c) **salida al aire.** - Cada integrante del equipo deberá tener su guion, donde estén resaltadas las partes que le corresponden y cumplir con el rol asignado, en caso que se produzca la ausencia de uno de los integrantes, cualquiera de los restantes tiene que estar preparado para reemplazarlo.
- d) **Post-producción.** - El grupo se autoevaluará teniendo en cuenta los logros y dificultades de las etapas

#### **2.2.8. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA PERIODISTICO RADIAL**

1. Inicio del programa con la presentación del equipo, lecturas de efemérides, santoral, estado del tiempo, noticias locales, nacionales e internacionales de los diarios que refiere a temas educativos
2. Recomendando (una película, un libro, etc.)
3. El baúl de los cuentos
4. Entrevista a familiares para hablar sobre su oficio o profesión
5. Micro de ecología



## 6. Reflexión de cierre

### 2.2.9. COMUNICACIÓN

La palabra “comunicación” es definida por la Real Academia Española simplemente como “acción y efecto de comunicarse”.<sup>14</sup> Quizá, para hacer más comprensible lo que este acto supone, sea preciso remitirnos a la raíz latina del término, el vocablo *communis*: entre sus significados destaca el de “recibido y admitido de todos o de la mayor parte”.<sup>15</sup> Y es esta idea, la de un todo, una colectividad de participantes sin la cual la comunicación no sería posible, es lo que confiere a este proceso su carácter social.

El ser humano es un ente social por naturaleza, no puede sobrevivir aislado. El tránsito de sus estados más primitivos hasta las sociedades actuales puede explicarse por su capacidad excepcional de darle sentido al mundo y de compartir esas ideas con sus semejantes para lograr una organización e incidir en su entorno, es decir, comunicarse para trabajar. Los procesos comunicativos no son privativos del ser humano, sino que se producen en todos los seres vivos; por lo tanto, no existe un solo tipo de comunicación,

---

<sup>14</sup> [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=comunicación](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=comunicación)

<sup>15</sup> *Ibidem*.

encontramos la comunicación verbal, no verbal, escrita, kinésica, proxémica, auditiva, eléctrica y química.

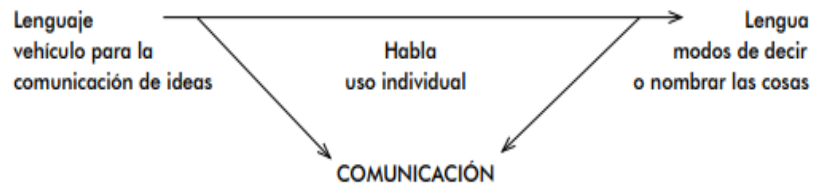
“La comunicación” es una palabra que designa una actividad humana y, por tanto, tendrá un uso, un significado y una finalidad diferente, las cuales dependerán de la cultura de la persona que la utilice.

La comunicación es un proceso de transmisión de estructuras entre las partes de un sistema que son identificables en el tiempo o en el espacio”. (Krippendorff, K., 1969).

Desde que el hombre vive en sociedad enfrentó una enorme cantidad de obstáculos y dificultades de manera que, para resolverlos tuvo la necesidad de apoyarse en sus semejantes y, por tanto, de comunicarse. Es así que el hombre creó códigos –conjunto de signos– para mejorar su condición y satisfacer sus necesidades de comunicación. La palabra comunicación viene del latín *comunicare* que significa: “poner en común”. De allí que comunicar signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos “en común” con otros. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido. Por su parte, información se deriva de la voz latina *informare* que significa “dar forma”. Cabe aclarar que existen diferencias entre informar y comunicar, a pesar de que suelen utilizarse indistintamente.

Esto quizás se debe a que están muy ligados y depende uno del otro, pues la información está presente en cualquier forma de comunicación; sin embargo, no toda información implica una comunicación. Para comunicarse el ser humano posee un lenguaje y está capacitado para hablar; no obstante, es importante diferenciar entre lenguaje, lengua y habla.

El lenguaje es un sistema de signos articulados y se manifiesta de manera particular y específica a través del habla; mientras que la lengua está conformada por el repertorio de posibilidades lingüísticas que tienen los hablantes para expresar e interpretar diversas palabras y enunciados.

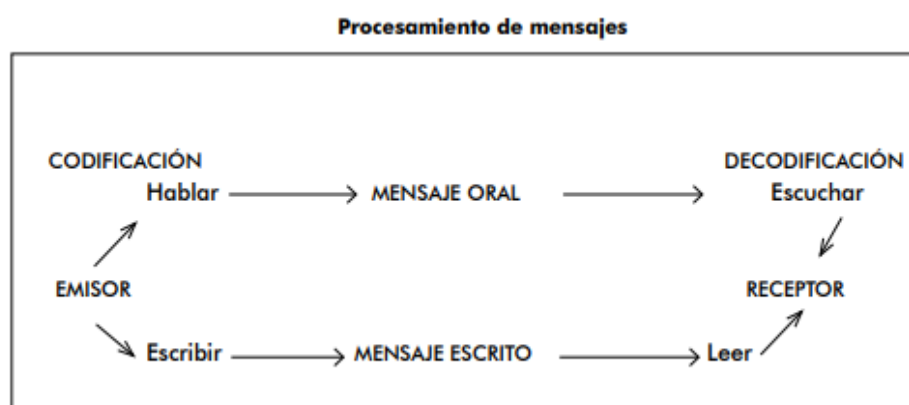


Comunicar significa entonces compartir. Las personas a través de un diálogo comparten información, ideas, conocimientos o sentimientos. Desde Platón se había señalado que el lenguaje “es un instrumento para comunicar uno a otro algo sobre las cosas”.

La comunicación siempre es recíproca; los participantes tienen la posibilidad de intercambiar sus papeles: el emisor se convierte en receptor y éste en emisor, así alternadamente. Este intercambio de papeles implica la

existencia de una respuesta, lo cual propicia un diálogo. Por ello, conocer la lengua y utilizarla con propiedad debe ser una meta, tanto de estudiantes como de docentes, pues el uso de la lengua satisface necesidades fundamentales en el ámbito académico y escolar. De esta manera —ante el grado de elaboración que ha alcanzado la lengua, la diversidad y complejidad de las situaciones de comunicación en la vida cultural, académica y pública—, se requiere incluir el aprendizaje de la lengua en los diversos planes de estudio. Las tendencias actuales en la enseñanza y el aprendizaje de la lengua están basadas en teorías que postulan la competencia comunicativa como el enfoque idóneo para propiciar el desarrollo de las cuatro habilidades lingüísticas: escuchar, leer, hablar y escribir. Es necesario aclarar que actualmente la enseñanza de la lengua se enfoca en desarrollar la competencia comunicativa entre hablantes reales y en contextos sociales e históricos específicos, por lo que sus resultados en las escuelas deben buscarse a partir de las cuatro habilidades básicas mencionadas. Estas habilidades comunicativas —las de producción: hablar y escribir, y las de comprensión: leer y escuchar— deben considerarse desde su exclusiva y particular interrelación, por lo que no deben enseñarse en forma separada en un plan de estudios. De acuerdo con algunos teóricos, como Daniel

Cassany, el uso de la lengua solamente puede realizarse de cuatro formas distintas, según el papel que tiene el individuo en el proceso de comunicación, es decir, según actúe como emisor o como receptor, y si el mensaje es oral o escrito.



Dentro del aula según Cassany se genera una serie de intercambios lingüísticos que requieren el manejo de las cuatro habilidades lingüísticas, las cuales pueden clasificarse según el código oral o escrito y el papel receptivo o productivo que tengan en la comunicación<sup>16</sup>

Según el papel en el proceso de comunicación:

Según el código oral y escrito:

- Receptivo (Comprensivo) Escuchar Hablar
- Productivo (Expresivo) Leer Escribir

### 2.2.10. CUESTIONES PREVIAS

**Competencias: Definición del concepto.** Algunos autores definen el término como “capacidad”, otros como

<sup>16</sup> Cassany, D. (2005), et al., Enseñar lengua, Barcelona, Graó, pág. 88.

“aptitud” y otros como “habilidad” para desempeñar una tarea, ocupación o función productiva con éxito y actualmente se dice que existen múltiples definiciones de Competencias (Cejas y Pérez, 2003).

Resumiendo lo planteado en la literatura, los autores usan el término Competencias para referirse a las operaciones mentales, cognitivas, socio-afectivas, psicomotoras y actitudinales que se necesitan para el ejercicio profesional (Mertens, L. 2000; Brum y Samarcos, 2001) y realizando una apretada síntesis de conceptos han llegado a definir el término como un conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes aplicados en el desempeño exitoso de una ocupación o cargo, combinando dentro de un sistema integrado a los diferentes conocimientos, experiencias, habilidades mentales, actitudes, valores, motivos, aptitudes y capacidades que permiten desempeñar tareas y actividades laborales con éxito.

El diccionario de la Real Academia Española define los términos capacidad, habilidad y destreza como sinónimos y para referirse a cada uno de ellos describe la disposición, la propiedad, la pericia, el talento o la aptitud para ejecutar algo correctamente. Por lo anterior, muchos autores relacionan Competencias con el concepto de habilidades del

pensamiento y destrezas cognitivas que utilizan habitualmente los profesionales de las Ciencias Sociales.

### **2.2.11. HABILIDADES COMUNICATIVAS**

En el contexto de este trabajo, la noción de *habilidades comunicativas* hace referencia a la competencia que tiene una persona para expresar sus ideas, sentimientos, necesidades, sueños y deseos por medio del lenguaje oral y escrito. Asimismo, la capacidad para comprender los mensajes que recibe a través de estos códigos. Está orientada específicamente hacia el desarrollo de las siguientes habilidades comunicativas: hablar, escuchar, leer y escribir.

Todo usuario de una lengua debe dominar estas habilidades para comunicarse con eficacia en las diversas situaciones de la vida cotidiana. Por ello, la escuela debe desarrollar propuestas metodológicas y didácticas para desarrollarlas y potenciarlas desde un enfoque comunicativo (Cassany, Luna y Sanz, 2007).



Habilidades lingüísticas. (Prado Aragonés, 2011, p.143).

**La habilidad del habla** es entendida como un acto de carácter individual, de voluntad y de inteligencia, por medio del cual se exterioriza el lenguaje a través de la expresión de necesidades, pensamientos, emociones, deseos y sentimientos, como también la emisión de sonidos inherentes a una lengua que se utiliza en determinada comunidad. De ahí la importancia de que el interlocutor, destinatario u oyente posea un manejo de un código lingüístico en común, ya que éste se requiere para la interpretación de mensajes hablados (Saussure, 1983). El habla consiste en la descodificación sonora de un mensaje; permite construir conocimiento, emitir conceptos, juicios, raciocinios, impresiones, sentimientos y propósitos, como acto de comunicación. Es decir, se inicia con la representación del lenguaje y la elaboración de significados (Niño, 1998).



***La habilidad de la escucha*** Fernández, G. (2008)

Menciona que saber escuchar es comprender y reaccionar ante lo que dicen las personas con las que nos relacionamos, por ejemplo, lo que cuenta la abuela, el saludo de un vecino, una pregunta de una amiga, una solicitud oral en la escuela, una inquietud de otra persona, y lo que se dice en los medios de comunicación oral como la radio, la televisión y el pregón, entre otros

Entonces, hace alusión a la capacidad que tiene el sujeto para comprender y reconocer el significado de la intención comunicativa de un determinado hablante. Escuchar implica procesos cognitivos complejos, puesto que se tienen que construir significados inmediatos, y para ello se requiere la puesta en marcha de procesos cognitivos de construcción de significados y de interpretación de un discurso oral (Cassany, Luna y Sanz, 2007). El habla permite reconocer elementos de los contextos sociales, culturales e ideológicos desde los cuales se interactúa (MEN, 1998). Escuchar, implica comprender, puesto que el escuchar atento y comprensivo influye en los procesos de aprendizaje y el escuchar analítico se constituye en un paso importante para el desarrollo de un espíritu crítico y de la competencia argumentativa al momento de hablar, permitiéndole al

individuo asumir diferentes posiciones en un determinado diálogo (Herrera y gallego, 2005: 17).

Las habilidades del habla y la escucha no funcionan aisladas, suelen usarse integradas, es decir, relacionadas una con otra. En una conversación, los papeles de emisor y receptor suelen intercambiarse; por tanto, realizamos actividades de expresión y comprensión oral alternadamente.

**La habilidad de la lectura** está relacionada con un acto de construcción de significado de un texto mediante un proceso complejo de coordinación de informaciones diversas que provienen tanto del mismo texto, como del lector.

La lectura constituye uno de los ejes fundamentales del currículo, ya que es considerado “uno de los aprendizajes más importantes, indiscutidos e indiscutibles, que proporciona la escolarización” (Cassany, Luna y Sanz, 2008, p. 193). Esta consideración no es arbitraria, sino que se basa en la concepción de la lectura como una de las principales herramientas de aprendizaje y que, además, propicia el desarrollo de destrezas cognitivas de orden superior: inferir, relacionar, reflexionar y desarrollar el pensamiento crítico, entre otras. Se espera que la lectura, entonces, contribuya de manera insustituible a la formación de hombres y mujeres integrales, capaces de constituirse en ciudadanos que

colaboran efectivamente en la conformación de sociedades democráticas y participativas.

A lectura desde los enfoques psicogenético y sociocultural significa no solo conocer las unidades y las reglas de la lengua, sino desarrollar habilidades cognitivas, tales como aportar conocimiento previo, hacer inferencias, relacionar información, formular hipótesis, saber verificarlas o reformularlas, reconocer diversos géneros discursivos, deducir propósitos, visiones de mundo y puntos de vistas.

De acuerdo con Goodman (2002), el proceso de la lectura implica el desarrollo y la puesta en práctica de estrategias orientadas a obtener el significado del texto, las que igualmente se desarrollan y se modifican a lo largo del proceso de lectura.

**La habilidad de la escritura** está relacionada con la producción de textos con intención comunicativa, lo cual implica dominar el sistema de notación alfabética, los signos especiales, los rasgos característicos de diferentes tipos de textos y las reglas gramaticales.

Durante la última década, se ha cambiado la perspectiva para dejar de considerar el proceso de la escritura como un fenómeno individual y autónomo y en lugar de ello considerarlo como un proceso de diálogo o de construcción de significado (Salvador, 2008). Esto supone la idea de que la

escritura es un acto inmerso en una realidad social y cultural, fuera de la cual no tiene sentido (Sperling y Friedman, 2001). Por ello, los teóricos de los modelos de la producción escrita, están intentando incorporar este aspecto para lograr modelos más integradores (Larkin, 2009).

Se considera como teoría, para fines de investigación, la propuesta desarrollada por Romeo (2006) quien considera a las HABILIDADES comunicativas como aquellos procesos que desarrolla el individuo y que permite comunicarse entre ellos: hablar, escuchar y escribir. Es así que, las habilidades de escuchar y hablar corresponden al nivel oral de la lengua y las de leer y escribir al nivel escrito: estas cuatro habilidades pueden clasificarse en habilidades receptoras (escuchar y leer) y habilidades productivas (hablar y escribir). Las habilidades comunicativas deben desarrollarse de manera integral y con la participación activa en las niñas y los niños.

#### 2.2.12. **CURRÍCULO NACIONAL Y HABILIDADES COMUNICATIVAS**

El Currículo Nacional de la Educación Básica<sup>17</sup> está estructurado en cuatro definiciones, curriculares clave que permiten concretar en la práctica educativa las intenciones que se expresan en el perfil de egreso. Estas definiciones son:

---

<sup>17</sup> Minedu. (2016) Currículo Nacional de la Educación Básica. Lima Perú.

competencias, capacidades, estándares de aprendizaje y desempeño. A continuación, se presenta cada una de ellas:

**Competencia.** La competencia se define como la facultad que tiene una persona de combinar un conjunto de capacidades a fin de lograr un propósito específico en una situación determinada, actuando de manera pertinente y con sentido ético.

Ser competente supone comprender la situación que se debe afrontar y evaluar las posibilidades que se tiene para resolverla. Esto significa identificar los conocimientos habilidades que uno posee o que están disponibles en el entorno, analizar las combinaciones más pertinentes a la situación y al propósito, para luego tomar decisiones; y ejecutar o poner en acción la combinación seleccionada.

**Capacidades.** - son recursos para actuar de manera competente. Estos recursos son los conocimientos, habilidades y actitudes que los estudiantes utilizan para afrontar una situación determinada. Estas capacidades suponen operaciones menores implicadas en las competencias, que son operaciones más complejas.

Los conocimientos son las teorías, conceptos y procedimientos legados por la humanidad en distintos campos del saber. La escuela trabaja con conocimientos contruidos y validados por la sociedad global y por la

sociedad en la que están insertos. De la misma forma, los estudiantes también construyen conocimientos. De ahí que el aprendizaje es un proceso vivo, alejado de la repetición mecánica y memorística de los conocimientos preestablecidos.

**Las habilidades** hacen referencia al talento, la pericia o la aptitud de una persona para desarrollar alguna tarea con éxito. Las habilidades pueden ser sociales, cognitivas, motoras. (Habilidades comunicativas).

Las actitudes son disposiciones o tendencias para actuar de acuerdo o en desacuerdo a una situación específica. Son formas habituales de pensar, sentir y comportarse de acuerdo a un sistema de valores que se va configurando a lo largo de la vida a través de las experiencias y educación recibida

El área de COMUNICACIÓN, en el indicado currículo tiene tres competencias:

- **Se comunica oralmente en lengua materna**

Se define como una interacción dinámica entre uno o más interlocutores para expresar y comprender ideas y emociones. Supone un proceso activo de construcción del sentido de los diversos tipos de textos orales, ya sea de forma presencial o virtual, en los cuales el estudiante participa de forma alterna como hablante o como oyente.

Esta competencia se asume como una práctica social donde el estudiante interactúa con distintos individuos o comunidades. Al hacerlo, tiene la posibilidad de usar el lenguaje oral de manera creativa y responsable, considerando la repercusión de lo expresado o escuchado, y estableciendo una posición crítica con los medios de comunicación audiovisuales. La comunicación oral es una herramienta fundamental para la constitución de las identidades y el desarrollo personal.

- **Lee diversos tipos de textos escritos**

Esta competencia se define como una interacción dinámica entre el lector, el texto y los contextos socioculturales que enmarcan la lectura. Supone para el estudiante un proceso activo de construcción del sentido, ya que el estudiante no solo decodifica o comprende la información explícita de los textos que lee, sino que es capaz de interpretarlos y establecer una posición sobre ellos. Cuando el estudiante pone en juego esta competencia utiliza saberes de distinto tipo y recursos provenientes de su experiencia lectora y del mundo que lo rodea. Ello implica tomar conciencia de la diversidad de propósitos que tiene la lectura, del uso que se hace de esta en distintos ámbitos de la vida, del papel de la experiencia literaria en la formación de lectores y de las

relaciones intertextuales que se establecen entre los textos leídos. Esto es crucial en un mundo donde las nuevas tecnologías y la multimodalidad han transformado los modos de leer. Para construir el sentido de los textos que lee, es indispensable asumir la lectura como una práctica social situada en distintos grupos o comunidades socioculturales. Al involucrarse con la lectura, el estudiante contribuye con su desarrollo personal, así como el de su propia comunidad, además de conocer e interactuar con contextos socioculturales distintos al suyo.

- **Escribe diversos tipos de textos**

Esta competencia se define como el uso del lenguaje escrito para construir sentidos en el texto y comunicarlos a otros. Se trata de un proceso reflexivo porque supone la adecuación y organización de los textos considerando los contextos y el propósito comunicativo, así como la revisión permanente de lo escrito con la finalidad de mejorarlo. En esta competencia, el estudiante pone en juego saberes de distinto tipo y recursos provenientes de su experiencia con el lenguaje escrito y del mundo que lo rodea. Utiliza el sistema alfabético y un conjunto de convenciones de la escritura, así como diferentes estrategias para ampliar ideas, enfatizar o matizar significados en los textos que escribe. Con ello, toma



conciencia de las posibilidades y limitaciones que ofrece el lenguaje, la comunicación y el sentido. Esto es fundamental para que el estudiante se pueda comunicar de manera escrita, utilizando las tecnologías que el mundo moderno ofrece y aprovechando los distintos formatos y tipos de textos que el lenguaje le permite. Para construir el sentido de los textos que escribe, es indispensable asumir la escritura como una práctica social. Además de participar en la vida social, esta competencia supone otros propósitos, como la construcción de conocimientos o el uso estético del lenguaje. Al involucrarse con la escritura, se ofrece la posibilidad de interactuar con otras personas empleando el lenguaje escrito de manera creativa y responsable.<sup>18</sup>

### 2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS:

- **Competencia:** son las capacidades con diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral. Las competencias son los conocimientos, habilidades y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y practicar en el mundo en el que se desenvuelve

---

<sup>18</sup> Minedu, op. cit., pág. 82-88

- **Capacidad:** Cuando relacionamos el conocimiento concreto con un contexto de realidad y ampliamos nuestro campo cognoscitivo
- **Habilidad:** Cuando una capacidad se manifiesta y permite la aplicación del conocimiento sobre una realidad específica para su transformación.
- **Habilidad Comunicativa:** La competencia comunicativa es la habilidad del que utiliza la lengua para negociar, intercambiar e interpretar
- **Comunicación:** es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.
- **Hablar:** El acto de hablar es un acto de voluntad e inteligencia que ocupa una persona para poder producir una lengua y comunicarse.
- **Escuchar:** Que hace referencia a la acción de poner atención en algo que es captado por el sentido auditivo, que la persona apela a las facultades de su oído para oír lo dicho.
- **Leer:** Es el proceso de percibir y comprender la escritura.
- **Escribir:** Escribir es la acción de representar palabras o ideas con letras o signos en papel o cualquier otra superficie.
- **Radio:** Es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término

se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

- **Periodismo:** Profesión que comprende el conjunto de actividades relacionadas con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión.
- **Radio Educativa:** medios de comunicación que trasmite Programas educativos.

## **2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS:**

### **2.4.1 HIPÓTESIS PRINCIPAL:**

El periodismo radial influye positivamente en el desarrollo de las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016.

### **2.4.2 HIPÓTESIS ALTERNA:**

El periodismo radial no influye positivamente en el desarrollo de las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pa

## **2.5 SISTEMA DE VARIABLES:**

### **2.5.1 Variable Independiente**

Periodismo Radial

### **2.5.2 Variable Dependiente**

Habilidades comunicativas

### 2.5.3. Interviniente

Edad, sexo.

## 2.6. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> PERIODISMO RADIAL	1. Pre producción 2. Producción 3. Salida al aire 4. Post producción	1. adecuado 2. inadecuado
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> HABILIDADES COMUNICATIVAS	1. Se comunica oralmente en lengua materna 2. Lee diversos tipos de textos escritos. 3. Escribe diversos tipos de textos	<b>AD</b> Logro destacado <b>A</b> Logro previsto <b>B</b> En proceso <b>C</b> En inicio
<b>VARIABLE INTERVINIENTE</b> CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS Y NIÑAS	1. Sexo 2. Edad	1. Masculino 2. femenino 3. 11 años 4. 12 años

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN:**

El presente trabajo de investigación es de tipo aplicada, porque está orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos, recogiendo información de la realidad, en un esfuerzo por conocer mejor el problema investigado.

#### **3.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN:**

El presente trabajo de investigación es explicativo, es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. En este caso la influencia de la variable independiente con la dependiente.

### 3.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó el método científico como método principal y los métodos lógicos, como métodos auxiliares.

### 3.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

DISEÑO DE GRUPO ÚNICO CON EVALUACIÓN ANTERIOR Y POSTERIOR “De grupo único pre test y post test” (Hayman: 1968), “Pre test –post test con un solo grupo” (Ávila: 1990), “De un individuo o de grupos aislados, (Sánchez: 1983). “Antes y después con un solo grupo” (Sarramona: 1970)

**Esquema:**

<b>G</b>	<b>VD</b>	<b>VI</b>	<b>VD</b>
<b>GE</b>	<b>EA</b>	<b>X</b>	<b>EP</b>

**Donde:**

**GE** = Grupo experimental

**VD** = Variable dependiente

**x** = Variable independiente- periodismo radial

**EA** = Evaluación anterior

**EP** = Evaluación posterior

### 3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

**3.5.1 POBLACION:** La población estuvo conformado por los estudiantes del III ciclo de educación primaria, que son 145.

CICLO	GRADO	NUMERO DE ALUMNOS
III	5to Grado "A"	28
	5to Grado "B"	26
	5to Grado "C"	29
	6to Grado "A"	30
	6to Grado "B"	32
TOTAL DE POBLACION		145

### **3.5.2 MUESTRA:**

Fue probabilístico, conformado por los alumnos del 6to Grado A. cuenta con 30 alumnos de la Institución Educativa Institución Educativa Cipriano Proaño 35001.

#### **Criterio de selección:**

- a. Facilidades de parte de las autoridades educativas y de la docente responsable de aula
- b. Niños cuyas edades están entre 12 y 13 años
- c. Alumnos regulares.

### **3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:**

#### **3.5.1. TÉCNICAS:**

- Fichaje:
- Observación.
- Encuesta

#### **3.5.2. INSTRUMENTOS:**

- Prueba de habilidades comunicativas
- Programa radial
- Registro de notas

### **3.7 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS:**

Se utilizó el siguiente proceso:

- Revisión y registro de datos
- Presentación de datos

Los datos se presentan con cuadros con sus gráficos correspondientes, utilizando el cálculo de frecuencias (fr.) y porcentajes (%)

### **3.8 TRATAMIENTO DE DATOS**

Se ha utilizado la estadística descriptiva para el tratamiento de datos.



## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1 PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:**

En este capítulo expondremos los resultados del trabajo de investigación “EL PERIODISMO RADIAL Y LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LOS ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIPRIANO PROAÑO 35001 DE CERRO DE PASCO – 2016”, para su mayor comprensión partimos de dos vertientes que se complementan entre sí:

En gabinete: se ha elaborado el proyecto de investigación, se revisó bibliografías para el marco teórico, internet. El trabajo de campo tuvo el siguiente proceso:

#### 4.1.1 PROCESO DE INTERVENCION

El proceso de intervención tuvo cuatro etapas, que serán descritas a continuación y fueron:

- a. **Etapa N° 01:** Aplicación de la encuesta de opinión
- b. **Etapa N° 02:** Aplicación del Pre test
- c. **Etapa N° 03:** Plan de intervención
- d. **Etapa N° 04:** Aplicación del Post test

#### 4.1.2. CARACTERISTICAS DE LOS EDUCANDOS:

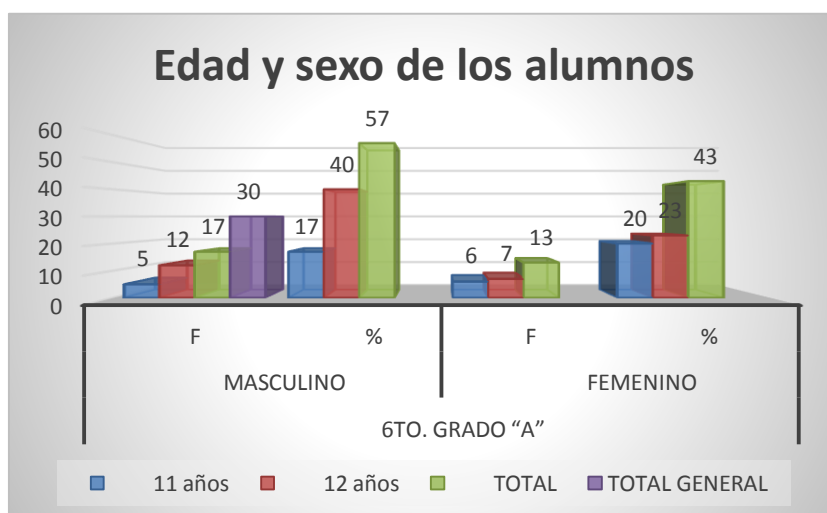
**CUADRO N° 01**

#### **GENERO Y EDAD DE LOS ALUMNOS 6to GRADO "A"**

EDAD	6to. Grado "A"			
	MASCULINO		FEMENINO	
	F	%	F	%
11 años	5	17	6	20
12 años	12	40	7	23
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>57</b>	<b>13</b>	<b>43</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>30</b>			

Fuente: Nómima de matrícula de los alumnos del 5to grado "A"

**GRÁFICO N° 01**



### INTERPRETACIÓN:

En el presente cuadro se considera la edad y sexo de los alumnos del 6to grado "A" observado que de 30 alumnos el 57% que son 17 son de sexo masculino y 13 estudiantes son de sexo femenino, y la edad en los varones son de 12 años que representa 12 y 7 niñas, que representa el 23%. Por lo tanto, manifestamos que la mayoría de escolares son de género masculino y el promedio de edad es el adecuado para el grado de estudios.

#### 4.1.2. VARIABLE INDEPEDIENTE: EL PERIODISMO RADIAL

##### RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE OPINION DIRIGIDO A LOS ALUMNOS DEL 6to GRADO "A".

###### Ficha técnica:

La encuesta fue elaborada tomado los criterios de conocer si los estudiantes participaron en el club de periodismo, escucha de radio, conocimiento de procesos referente al periodismo radial.

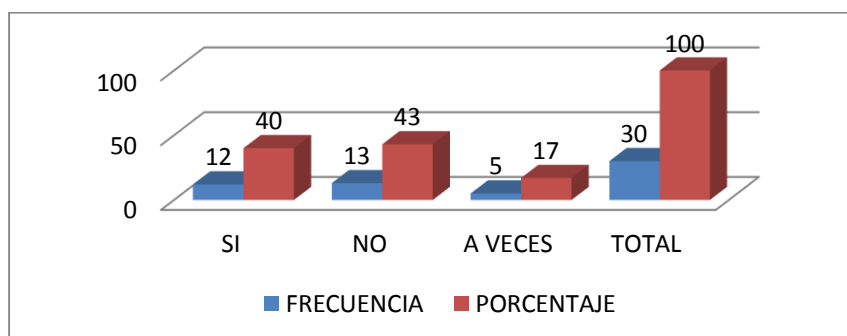
**Contexto:** Conocimiento y participación en programas de periodismo radial.

**CUADRO N° 02**  
**¿Te gusta escuchar radio?**

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	40
NO	13	43
A VECES	5	17
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

**GRÁFICO N° 02**



**INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro anterior podemos observar que el 43% que representa, 13 alumnos no escuchan la radio, mientras que 12 alumnos si escucha y 17% que representa 5 alumnos lo hace a veces. Entonces entre a veces y si, hacen un porcentaje de 57% escucha radio, situación que debemos aprovechar, para el objetivo previsto.

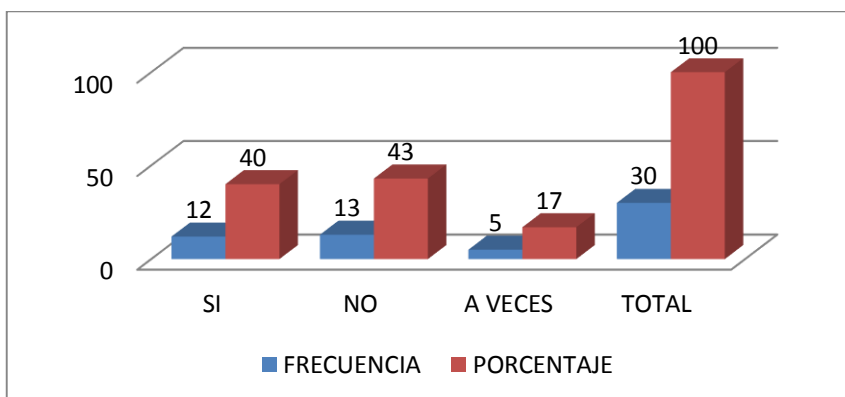
**CUADRO N° 03**

**¿Escuchas diversos programas en la radio?**

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	40
NO	13	43
A VECES	5	17
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

**GRÁFICO N° 03**



### INTERPRETACIÓN:

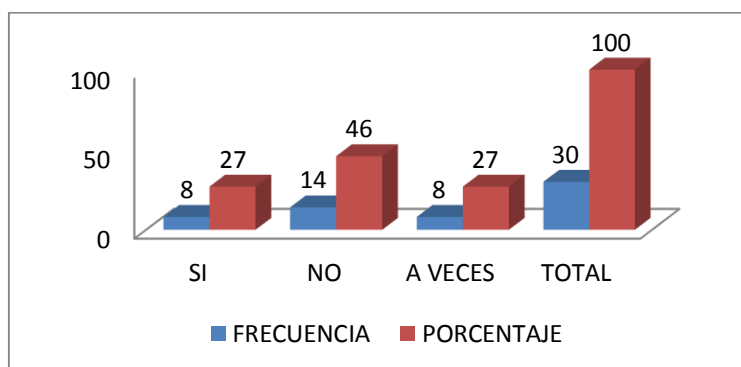
En el cuadro anterior podemos observar que el 43% que representa, 13 alumnos no escuchan diversos programas en la radio, mientras que 12 alumnos si escucha y 17% que representa 5 alumnos lo hace a veces. Entonces entre a veces y si, hacen un porcentaje de 57% si escucha diversos programas en la radio, situación que debemos aprovechar, para el objetivo previsto.

**CUADRO N° 04**  
¿Escuchas programas educativos en la radio?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	27
NO	14	46
A VECES	8	27
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

**GRÁFICO N° 04**



### INTERPRETACIÓN:

En el cuadro anterior podemos observar que el 46% que representa, 14 alumnos no escuchan programas educativos en la radio, mientras que 08 alumnos si escucha y 27% que representa 8 alumnos lo hace a veces. Entonces entre a veces y si, hacen un porcentaje elevado

que, si escucha diversos programas en la radio, situación que debemos aprovechar para promover en ellos el gusto por lo indicado.

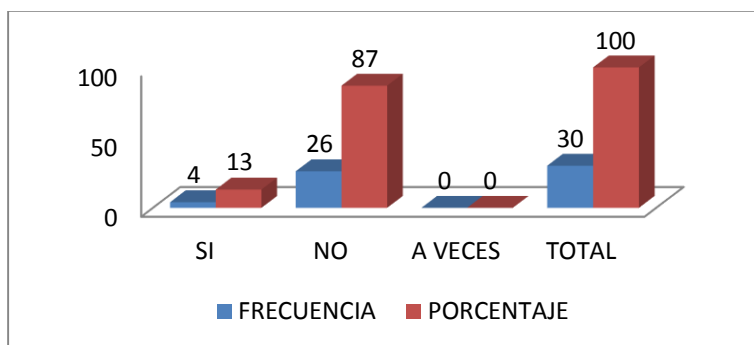
### CUADRO N° 05

¿Tu escuela tiene club de periodismo?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	13
NO	26	87
A VECES	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

### GRÁFICO N° 05



### INTERPRETACIÓN:

En el cuadro anterior se observa que el 87% que son, 26 indica que no tiene club de periodismo su escuela, mientras que 04 alumnos indica que sí. Entonces el porcentaje elevado indica que no cuenta con un club de periodismo su escuela.

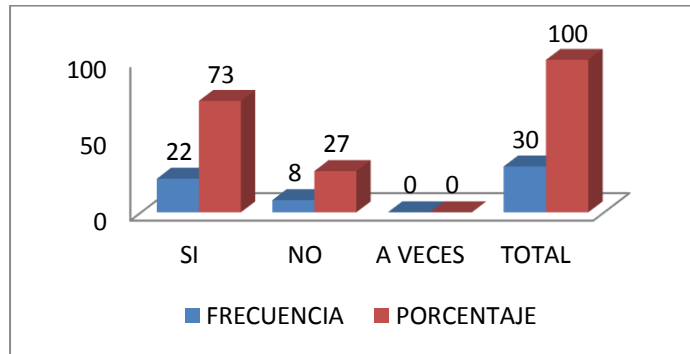
### CUADRO N° 06

¿Te gustaría que tu escuela tenga un club de periodismo activo?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	73
NO	8	27
A VECES	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

**GRÁFICO N° 06**



**INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro anterior se observa que el 73% que hace, 22, indica que, si le gustaría que su escuela tenga un club de periodismo activo, mientras que 08 alumnos que representa el 27% indica que no. Entonces el porcentaje elevado indica que si le gustaría que su escuela tenga un club de periodismo activo.

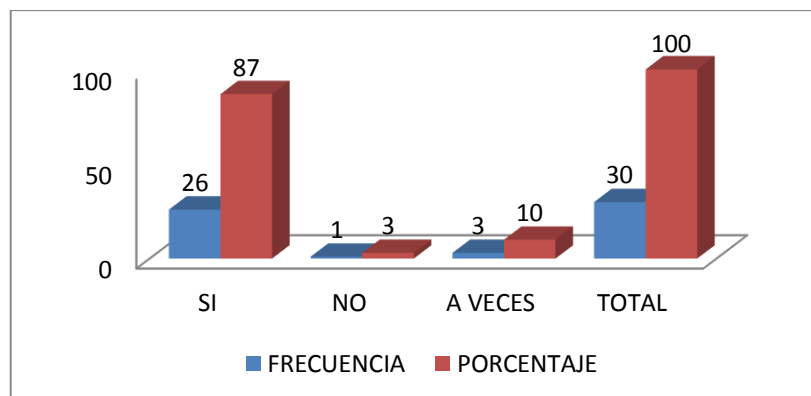
**CUADRO N° 07**

¿Te gustaría participar en el club de periodismo de tu escuela?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	26	87
NO	1	3
A VECES	3	10
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

**GRÁFICO N° 07**



### INTERPRETACIÓN:

En el cuadro anterior se indica que el 87% que significa, 26, refiere que, si le gustaría participar en el club de periodismo de su escuela, mientras que 03 alumnos que representa el 10% indica que a veces. Entonces un porcentaje muy elevado indica que si le gustaría participar en el club de periodismo de su escuela.

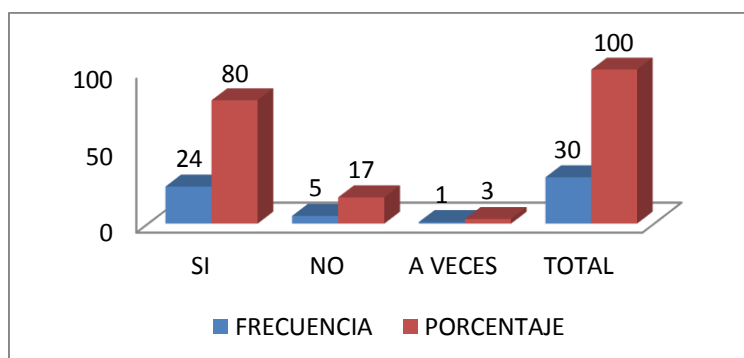
### CUADRO N° 08

¿Te gustaría participar en programas de periodismo escolar?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	80
NO	5	17
A VECES	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

### GRÁFICO N° 08



### INTERPRETACIÓN:

En el cuadro anterior dice que el 80% que significa, 24, refiere que si le gustaría participar en programas de periodismo escolar, mientras que 05 alumnos que representa el 17% indica que no, a veces 1 estudiante que significa el 3%. Entonces un porcentaje muy elevado indica que si le gustaría participar en programas de periodismo escolar en su escuela.



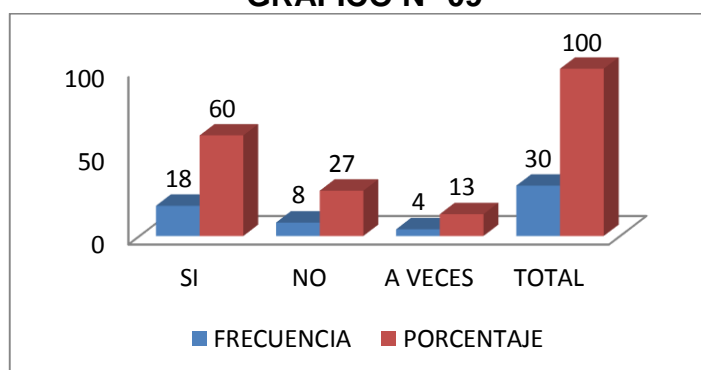
### CUADRO N° 09

¿Alguna vez hablaste por micrófono?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	60
NO	8	27
A VECES	4	13
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

### GRÁFICO N° 09



### INTERPRETACIÓN:

En el cuadro anterior refiere que el 60% que representa, 18, dice que, si alguna vez hablo por micrófono, mientras que 08 alumnos que representa el 27% indica que no, a veces 4 estudiante que significa el 13%. Entonces hay un porcentaje muy elevado indica que si alguna vez hablo por micrófono.

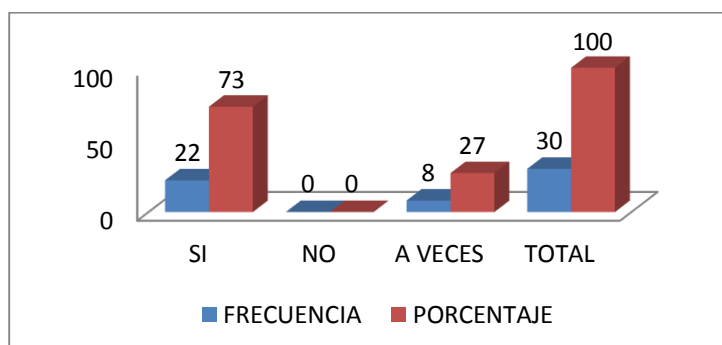
### CUADRO N° 10

¿Lees con facilidad un texto?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	73
NO	0	0
A VECES	8	27
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

**GRÁFICO N° 10**



**INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro anterior refiere que el 73% que representa, 22 alumnos dice que, si lee con facilidad un texto, mientras que 08 alumnos que representa el 27% indica que a veces. Entonces hay un porcentaje muy elevado indica que si alguna vez hablo por micrófono.

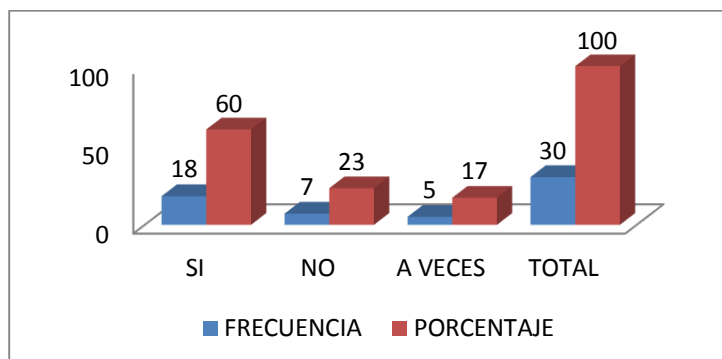
**CUADRO N° 11**

¿Te gustaría participar en elaborar guiones de programas educativos?

VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	60
NO	7	23
A VECES	5	17
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta de opinión

**GRÁFICO N° 11**



### **INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro anterior se puede leer que el 60% que representa, 18 alumnos dice que, si le gustaría participar en elaborar guiones de programas educativos, mientras que 23 alumnos que representa el 23% indica que no y 5 escolares, que hace 17% dice a veces. Entonces hay un porcentaje muy elevado que indica el gusto por participar en elaborar guiones de programas educativos.

### **PLAN DE INTERVENCION: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DEL PERIODISMO RADIAL.**

La propuesta se realizó a partir de la elaboración de un plan de intervención para el desarrollo de la propuesta donde a partir de la revisión bibliográfica se ha identificado las características más adecuadas para el Periodismo Radial en niños y niñas del nivel primario identificado previamente lo siguientes:

El género radiofónico es el **informativo**, basado en el periodismo radial cuyas características adecuadas para el fin investigativo son:

- **Claridad:** se trata de hacer asequible la expresión porque existe el riesgo de interrumpir la asimilación mental de los mensajes si se adoptan códigos que requieren esfuerzos reflexivos y por tanto, tiempo de descodificación (comprensión)
- **Lo concreto**, en forma activa y presente. En radio son necesarias las formas que más “vitalizan” las imágenes y los relatos. En casos de equivalencia semántica, mejor las formas

simples que las compuestas, el presente que el pasado, la frase activa que la pasiva.

- **Brevedad.** Las exigencias del tiempo, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje obligan a la radio a construir mediante períodos y frases breves que aseguren la comprensión.

El plan del periodismo radial implicó 8 sesiones, durante las cuales a los alumnos se les guió en la utilización de diferentes actividades para planificar, ejecutar y evaluar programas periodísticos con el género informativo

Se procedió a mostrar y modelar, el tipo de actividades que fomentaban lo previsto en el plan de periodismo radial denominado “Mis voces” El desarrollo se basó en el marco de referencia propuesto por Pearson y Dole (1987) y por Oxford et al. (1990) que presenta la siguiente secuencia:

- Modelamiento inicial de la estrategia por parte del profesor, con una explicación directa del uso de la estrategia y su importancia.
- Práctica guiada con la estrategia.
- Consolidación: donde el profesor ayuda a los estudiantes a identificar la estrategia y decidir cuándo debe ser utilizada.
- Práctica independiente
- Aplicación.

#### 4.1.3 VARIABLE DEPENDIENTE: HABILIDADES COMUNICATIVAS

Para el grupo experimental se aplicó como pre-test y post-test una versión adaptada, constó de un set de 20 preguntas que indagan sobre las habilidades comunicativas que poseen los estudiantes. Las preguntas del 1 al 10, habilidades receptivas (escuchar y leer); del 11 al 20, habilidades productivas (hablar y escribir), las mismas que fueron evaluadas de dos formas tanto cualitativas y cuantitativas, siendo de la forma siguiente con su respectiva conversión:

**CUADRO N° 12  
ESCALA DE CALIFICACION**

LITERAL	DESCRIPCION	NUMERAL
AD	Cuando los estudiantes evidencian el logro de los aprendizajes previstos, demostrando incluso un manejo solvente y muy satisfactorio en todas las tareas propuestas	18 – 20
A	Cuando el estudiante evidencia el logro de los aprendizajes previstos en el tiempo	14 – 17
B	Cuando el estudiante está en camino de lograr los aprendizajes previstos, para lo cual requiere acompañamiento durante el tiempo razonable para lograrlo	11 - 13
C	Cuando el estudiante está empezando a desarrollar los aprendizajes previstos o evidencia dificultades.	00 - 10

Fuente: Elaboración propia adaptado del MINEDU. PERU

**CUADRO N° 13**

PRE TEST GRUPO EXPERIMENTAL		
N°	ALUMNOS	PROMEDIO
1	SUJETO 1	13
2	SUJETO 2	11
3	SUJETO 3	16
4	SUJETO 4	14
5	SUJETO 5	12
6	SUJETO 6	13
7	SUJETO 7	15
8	SUJETO 8	16
9	SUJETO 9	19
10	SUJETO 10	14
11	SUJETO 11	11
12	SUJETO 12	10
13	SUJETO 13	13
14	SUJETO 14	15
15	SUJETO 15	12
16	SUJETO 16	11
17	SUJETO 17	15
18	SUJETO 18	13
19	SUJETO 19	12
20	SUJETO 20	14
21	SUJETO 21	12
22	SUJETO 22	13
23	SUJETO 23	14
24	SUJETO 24	12
25	SUJETO 25	12
26	SUJETO 26	11
27	SUJETO 27	14
28	SUJETO 28	15
29	SUJETO 29	16
30	SUJETO 30	15

Fuente: Resultados del pre test de habilidades comunicativas

Resultados del pre test aplicado a los estudiantes del 6to grado "A". Participaron los 30 alumnos de la muestra, siendo sus resultados tal como indica el cuadro anterior.

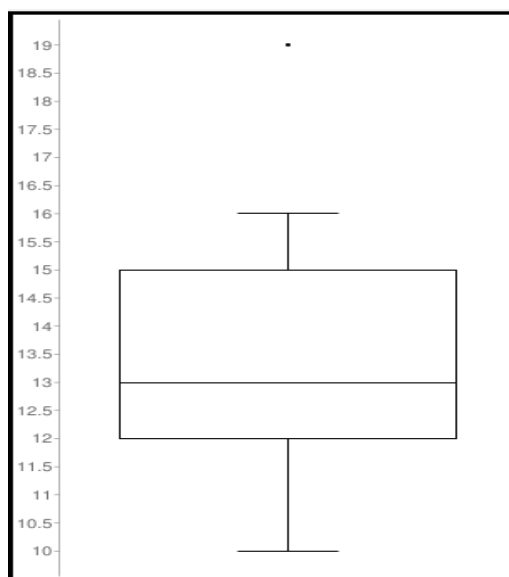
**CUADRO N° 14**

<b>MEDIDAS DE DISPERSIÓN</b>	
<b>Tamaño de la muestra:</b>	<b>30</b>
Media aritmética ( $\bar{x}$ ):	<b>13.43333333</b>
Mediana:	<b>13</b>
Moda:	<b>12</b>
Menor valor:	<b>10</b>
Mayor valor:	<b>19</b>
Rango:	<b>9</b>
Rango intercuartílico:	<b>3</b>
Primer cuartil:	<b>12</b>
Tercer cuartil:	<b>15</b>
Varianza ( $s^2$ ):	3.909195402
Desviación estándar ( $s$ ):	1.977168532
Desviación cuartil:	<b>1.5</b>
Desviación media:	1.595555556

**Fuente: Elaboración propia.**

**CUADRO N° 15**

**DIAGRAMA DE CAJA**



**Fuente. Elaboración propia con la asistencia de**

<http://www.alcula.com/es/calculadoras/estadistica/dispersion/>

En el diagrama de caja se observa: el tamaño de muestra es: 30, mediana: 13, menor valor: 10, mayor valor: 19, primer cuartil: 12, tercer cuartil: 15, rango intercuartílico: 3 y Outlier (parte aislada): 19.

**CUADRO N° 16**

POST TEST GRUPO EXPERIMENTAL		
N°	ALUMNOS	PROMEDIO
1	SUJETO 1	14
2	SUJETO 2	13
3	SUJETO 3	16
4	SUJETO 4	14
5	SUJETO 5	14
6	SUJETO 6	14
7	SUJETO 7	16
8	SUJETO 8	17
9	SUJETO 9	18
10	SUJETO 10	15
11	SUJETO 11	13
12	SUJETO 12	13
13	SUJETO 13	15
14	SUJETO 14	15
15	SUJETO 15	14
16	SUJETO 16	14
17	SUJETO 17	15
18	SUJETO 18	16
19	SUJETO 19	14
20	SUJETO 20	15
21	SUJETO 21	15
22	SUJETO 22	14
23	SUJETO 23	14
24	SUJETO 24	14
25	SUJETO 25	15
26	SUJETO 26	13
27	SUJETO 27	15
28	SUJETO 28	15
29	SUJETO 29	16
30	SUJETO 30	16

**Fuente: Resultados del post test de habilidades comunicativas**

Resultados del pre test aplicados a los estudiantes del 6to grado "A". Participaron los 30 alumnos de la muestra, siendo sus resultados tal como indica el cuadro anterior.

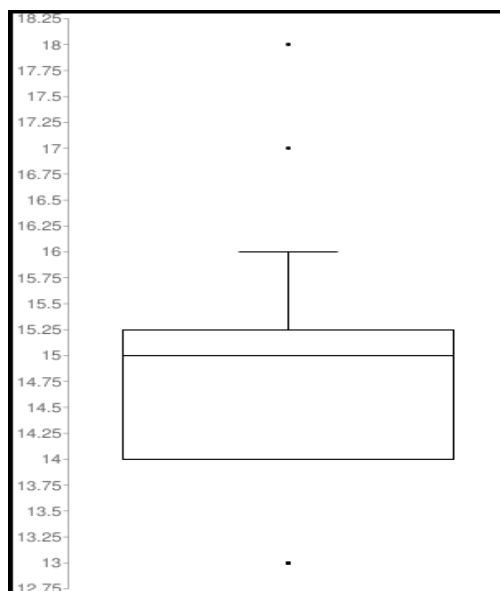
**CUADRO N° 17**

MEDIDAS DE DISPERSION	
<b>Tamaño de la muestra:</b>	<b>30</b>
Media aritmética ( $\bar{x}$ ):	<b>14.7333333333333</b>
Mediana:	<b>15</b>
Moda:	<b>14</b>
Menor valor:	<b>13</b>
Mayor valor:	<b>18</b>
Rango:	<b>5</b>
Rango intercuartílico:	<b>1.25</b>
Primer cuartil:	<b>14</b>
Tercer cuartil:	<b>15.25</b>
Varianza ( $s^2$ ):	<b>1.4436781609195</b>
Desviación estándar ( $s$ ):	1.201531589647
Desviación cuartil:	<b>0,625</b>
Desviación media:	0.951111111111111

**Fuente: Elaboración propia.**

## CUADRO N° 18

### DIAGRAMA DE CAJA



Fuente. Elaboración propia con la asistencia de <http://www.alcula.com/es/calculadoras/estadistica/dispersion/>

En el diagrama de caja se observa: Tamaño de la muestra: 30, mediana: 15, menor valor: 13, mayor valor: 18, primer cuartil: 14, tercer cuartil: 15.25, rango intercuartílico: 1.25, y Outliers: 13 13 13 13 18 17

## CUADRO N° 19

CUADRO COMPARATIVO DE LAS MEDIDAS DE DISPERSIÓN		
Tamaño de la muestra:	30	
	PRE TEST	POST TEST
Media aritmética ( $\bar{x}$ ):	13.43333333	14.733333333333
Mediana:	13	15
Moda:	12	14
Menor valor:	10	13
Mayor valor:	19	18
Rango:	13.439	5
Rango intercuartílico:	3	1.25
Primer cuartil:	12	14
Tercer cuartil:	15	15.25
Varianza ( $s^2$ ):	3.909195402	1.4436781609195
Desviación estándar ( $s$ ):	1.977168532	1.201531589647
Desviación cuartil:	1.5	0.625
Desviación media:	1.595555556	0.95111111111111

Fuente: Elaboración propia.



## INTERPRETACION:

Observando el cuadro anterior podemos indicar que luego de haber aplicado de la propuesta de Periodismo radial e los estudiantes cuya muestra fue de 30, indica que el pre test arroja como media aritmética, 13.43 y en el post test, 14.73, elevándose en 1.3 en los resultados, con una desviación estándar de para el pre test 1.97 y post test de 1.20.

### CUADRO N° 20

#### T DE STUDEN PARA GRUPO EXPERIMENTAL PRE Y POS TEST

t de student grupo experimental	PRE TEST	POST TEST
PROMEDIO	13.43	14.7
DESVIACION ESTANDAR	1.98	1.20

Fuente: Elaboración propia

## PRUEBA DE HIPOTESIS ESTADISTICO

### CUADRO N° 21

#### PRUEBA DE HIPOTESIS ESTADISTICO

ESTADISTICOS	PRE TEST	POST TEST
MUESTRA PROMEDIO	13	15
DESVIACION ESTANDAR	1.97	1.2
MUESTRA	30	30
VALOR DE SIGNIFICANCIA	5%	5%

Fuente: Elaboración propia.

#### Resultado:

Rechazamos la hipótesis nula. El puntaje z de 0,36 se encuentra en el área de rechazo.

#### Explicación:

El punto de corte es 1,645. Cualquier puntaje z inferior a 1,645 será rechazado.

Dado que 0,36 es menor que 1,645, rechazamos la hipótesis nula ( $H_0$ ), por lo que podemos afirmar que el periodismo radial influye positivamente en el desarrollo de las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro De Pasco – 2016.

**Esta conclusión estadística corrobora la aceptación de la Hipótesis Principal de la Investigación.**

#### **4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS:**

Sobre la base de los resultados, al realizar el análisis de ítems en lo que concierne a la encuesta de opinión, el cuadro N° 02, 43 % indica que no le gusta escuchar radio, igual manera cuadro N° 03, el 43 % no escucha diversos programas de radio, el 46% en el cuadro 04, no escucha programas educativos en la radio, también el cuadro N° 05 que refiere a que si su escuela cuenta con un club de periodismo el 87 % dijo que no. Hasta ese ítem la gran mayoría de estuantes a ese antes, responde generalmente con una negativa, sin embargo, cuando arribamos las preguntas posteriores son alentadores toda vez que si sienten pre disposición por hacer periodismo radial, tal como se evidencia en las respuestas, tal como se muestra en los cuadros, N° 06 que el 73% de estudiantes indican que le gustaría que su escuela tenga un club de periodismo activo. Del mismo modo a la pregunta que si les gustaría participar en el club de periodismo de su escuela, en cuadro 07 el 87 % dice que si les gustaría. También el cuadro 08, el 80 % de niños y niñas les gustaría participar

en programas de periodismo escolar. El penúltimo cuadro sobre su experiencia de hablar por micrófono el 60 % si tuvo esa experiencia. Finalmente, a la pregunta que si leen con facilidad el 73 % indica que sí. Ese apartado como se ha manifestado se ha dividido en dos bloques, la primera sobre sus experiencias previas frente al periodismo radial que la gran mayoría no las tuvo, se contrapone con las expectativas del segundo bloque de la encuesta de opinión dirigida a los estudiantes indicados.

En lo que concierne a la variable dependiente Periodismo Radial, se ha trabajado en tres bloques, la primera que implica la aplicación de un pre test, con una batería de 20 preguntas divididas en dos campos, la primera relacionado a las habilidades receptivas (escuchar y leer) y la segunda referentes a las habilidades productivas (hablar y leer). Arrojando los siguientes resultados, la media aritmética siendo de 13,43, la mediana de 13, teniendo valores tanto menores de 10 y mayor de 19, varianza para el pre test de 3.90 y para post test 1.44, con una desviación estándar para el pre test de 1.97 y de 1.20 para el post test. Para la prueba de hipótesis estadístico se ha utilizado la Calculadora de Prueba de Hipótesis Estadística en línea:

<http://www.learningaboutelectronics.com/Articulos/Calculadora-de-prueba-de-hipotesis-estadistica.php#answer>. Para ello se toma los siguientes datos la muestra promedio, la desviación estándar, la muestra y el valor de significancia, para arrojar el resultado:

Se rechaza la hipótesis nula, toda vez que el puntaje  $z$  de 0,36 se encuentra en el área de rechazo. Y como punto de corte siendo 1,645., entonces siendo cualquier puntaje  **$z$  inferior a 1,645** será rechazado. Concluyendo que si influye positivamente el periodismo radial en el desarrollo de las habilidades comunicativas de manera general.

## CONCLUSIONES

1. Los resultados de la prueba de hipótesis estadística rechaza la hipótesis nula. El puntaje  $z$  de 0,36 se encuentra en el área de rechazo, ya que el punto de corte es 1,645. Cualquier puntaje  $z$  inferior a 1,645 será rechazado, y dado que 0,36 es menor que 1,645, rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ), Esta conclusión estadística corrobora la aceptación de la Hipótesis Principal de la Investigación
3. Las características del periodismo radial, se funda en identificar el tipo de género, siendo el **informativo**, sus características: claridad, concreto y brevedad. Características que guardan relación con las habilidades comunicativas.
4. Mediante la Prueba estadística no Paramétrica de la Chi Cuadrada se determinó que no existe una relación significativa entre la variable Independiente y la variable Dependiente ya que el valor tabular es de  $X^2_c = 9,48$  y el valor experimental es de  $X^2 = 1,208$ .
5. De acuerdo a los resultados del pre test de habilidades comunicativas, el periodismo radial en su género Informativo desarrolla las habilidades comunicativas, las habilidades productivas de hablar y escribir, tal como se refleja en la muestra promedio 13 para el pre test y 15 para el post test con una DESVIACION ESTANDAR 1.97 para el pre test y 1.2 para el post test. Del mismo modo la habilidad receptiva de leer.

## RECOMENDACIONES

Del análisis de los resultados en la presente investigación, surgen algunas recomendaciones:

1. El periodismo radial como herramienta pedagógica debe promover el desarrollo de competencias integradas en los educandos y para se sugiere planificar lo mencionado articulado las áreas curriculares como parte de un proyecto de innovación.
2. Los padres además fomentar en sus hijos el gusto por escuchar la radio y así a contribuir al logro de competencias comunicativas..
3. Los docentes deben aplicar el periodismo radial y profundizar el desarrollo de las habilidades comunicativas en la escuela.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Belmonte, I. (1998): Carabela: *La expresión escrita en el aula de E/LE*, Madrid, SGEL, vol. 46.
2. Azinian H. (2009). *Las Tecnologías de la información y la Comunicación en las prácticas pedagógicas*. Ediciones Novedades Educativas.
3. Cotrina, P. (2012). *Manual de estilo de la Universidad César Vallejo*. Lima: Fondo Editorial UCV.
4. Faus, Á. (1974), *La radio: introducción al estudio de un medio desconocido*, Guadiana de Publicaciones, Madrid,
5. Universidad Nacional de Colombia. (1990). *Habilidades comunicativas y del lenguaje: guía para su estimulación*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. ISBN 9586280535.
6. Marín Díaz, V; (2006). *Medios de comunicación, educación y realidad*. *Comunicar*, () 193-197. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802630>.
7. Martínez, M. (2002) *Información radiofónica*. Editorial Ariel comunicación. S/a.
8. Romero Moreno, M C; (2015). *Posibilidades de la radio escolar como medio para dinamizar el currículo*. *Opción*, 31() 962-971. Recuperado de <http://2011.redalyc.org/articulo.oa?id=31045568052>
9. Watzlawick, J.B. et al. (1989).: *Teoría de la comunicación humana* Editorial Herder. Barcelona.

# ANEXOS





## ENCUESTA DE OPINION A ESTUDIANTES

**Contexto:** Conocimiento y participación en programas de periodismo radial.

Por favor rellene este CUESTIONARIO ANONIMO, marcando con un aspa lo que proceda.

Edad: .....

Sexo: Niña  Niño

Fecha de cumplimiento: .....

1	Items	VALORACIÓN		
		SI	NO	A VECES
01	Te gusta escuchar radio?			
02	Escuchas diversos programas en la radio?			
03	Escuchas programas educativos en la radio?			
04	Tu escuela tiene club de periodismo?			
05	Te gustaría que tu escuela tenga un club de periodismo activo?			
06	Te gustaría participar en el club de periodismo de tu escuela?			
07	Te gustaría participar en programas de periodismo escolar?			
08	Alguna vez hablaste por micrófono?			
09	Lees con facilidad un texto?			
10	Te gustaría participar en elaborar guiones de programas educativos?			

Muchas gracias



## PRUEBA DE HABILIDADES COMUNICATIVAS

**Contexto:** Habilidades comunicativas. Comprensión auditiva

Va a escuchar cinco conversaciones. Hablan dos personas. Las conversaciones se repiten dos veces. Hay cuatro imágenes (A, B, C, D) para cada conversación. Usted debe seleccionar la imagen que está relacionada con la conversación. Debe marcar las respuestas correctas. Ahora va a escuchar un ejemplo:

0. ¿A qué hora comen?



A



B



C



D

La imagen correcta es **A**.

1. ¿Qué van a cenar esta noche?



A



B



C



D

2. ¿A dónde prefiere ir el hombre de vacaciones?



A



B



C



D

3. ¿Cómo quiere pagar el cliente?



A



B



C



D

4. ¿De qué color es el coche de la hermana de María?



A



B



C



D

5. ¿Qué está haciendo el novio de Ana?



A



B



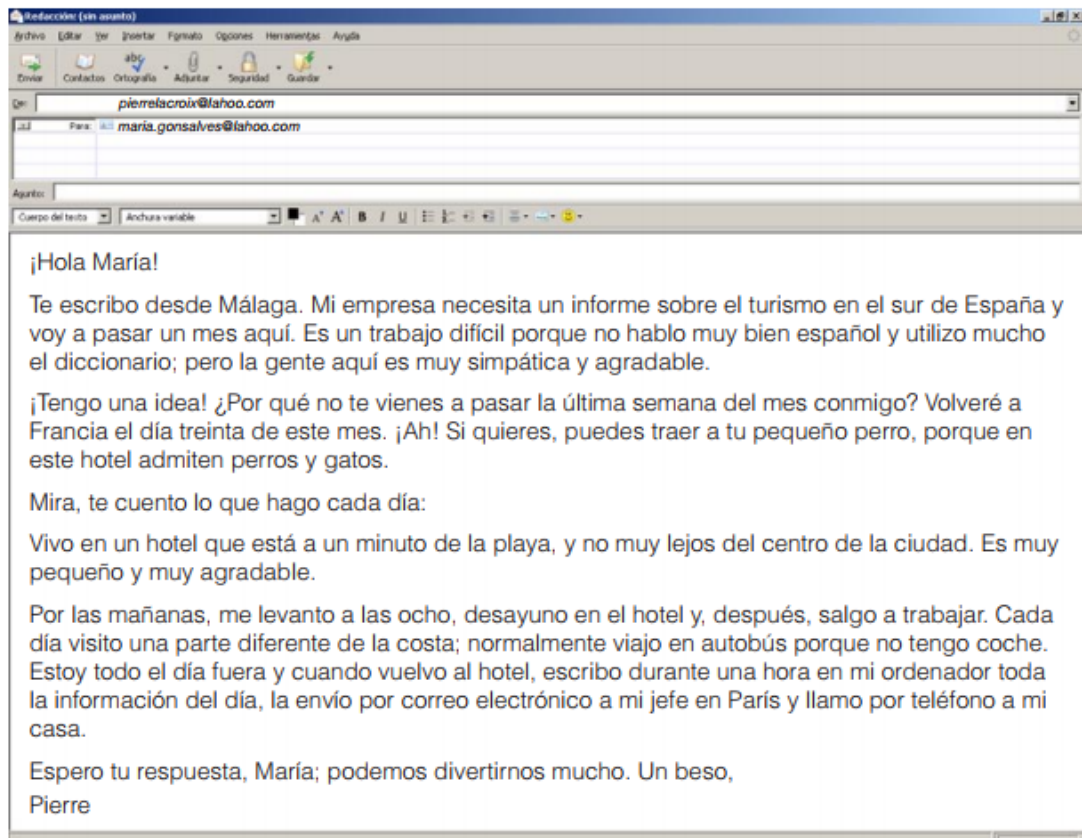
C



D

**Contexto:** Habilidades comunicativas. Comprensión lectora

Usted va a leer un correo electrónico. A continuación lea las preguntas (1-5) y seleccione la opción correcta (A, B, C o D).



Redacción: (sin asunto)

Archivo Editar Ver Insertar Formato Opciones Herramientas Ayuda

Enviar Contactos Ortografía Adjuntar Seguridad Guardar

De: pierre.lacroix@lahoo.com

Para: maría.gonsalves@lahoo.com

Asunto:

Cuerpo del texto Anchura variable

¡Hola María!

Te escribo desde Málaga. Mi empresa necesita un informe sobre el turismo en el sur de España y voy a pasar un mes aquí. Es un trabajo difícil porque no hablo muy bien español y utilizo mucho el diccionario; pero la gente aquí es muy simpática y agradable.

¡Tengo una idea! ¿Por qué no te vienes a pasar la última semana del mes conmigo? Volveré a Francia el día treinta de este mes. ¡Ah! Si quieres, puedes traer a tu pequeño perro, porque en este hotel admiten perros y gatos.

Mira, te cuento lo que hago cada día:

Vivo en un hotel que está a un minuto de la playa, y no muy lejos del centro de la ciudad. Es muy pequeño y muy agradable.

Por las mañanas, me levanto a las ocho, desayuno en el hotel y, después, salgo a trabajar. Cada día visito una parte diferente de la costa; normalmente viajo en autobús porque no tengo coche. Estoy todo el día fuera y cuando vuelvo al hotel, escribo durante una hora en mi ordenador toda la información del día, la envío por correo electrónico a mi jefe en París y llamo por teléfono a mi casa.

Espero tu respuesta, María; podemos divertirnos mucho. Un beso,  
Pierre

1. Pierre escribe un correo electrónico sobre...
  - a. sus vacaciones en la playa.
  - b. su trabajo en Francia.
  - c. su curso de español en Málaga.
  - d. su trabajo en el sur de España.
  
2. El hotel de Pierre está...
  - a. al lado de la playa.
  - b. lejos del mar.
  - c. en el centro.
  - d. fuera de la ciudad.
  
3. Pierre va a trabajar...
  - a. al mediodía.
  - b. después de desayunar.
  - c. cuando se levanta.
  - d. antes de las ocho.
  
4. Pierre cuando vuelve al hotel escribe...
  - a. una carta a su amigo.
  - b. una postal a su familia.
  - c. un mensaje de móvil.
  - d. un correo electrónico.
  
5. Marfa, la amiga de Pierre, tiene...



a)



b)



c)



d)

**Contexto:** Habilidades comunicativas. Expresividad Lectora - Hablar

Se presenta un texto con la finalidad de evaluar la expresividad (hablar), a fin de identificar los siguientes aspectos:

1. Pausa según Signo de Puntuación
2. Entonaciones de Oraciones
3. Interpretación Expresiva del Texto
4. Volumen de voz
5. Pronunciación

**Contexto:** Habilidades comunicativas. Producción de textos

#### ASPECTOS A EVALUAR

1. PLANIFICAR
  - a. Organiza la información con las ideas dadas con coherencia, identificando el tipo de texto.
  - b. Organiza la información estableciendo conexión con coherencia
  - c. Organiza la información estableciendo conexión.
  - d. Organiza la información.
2. REDACTAR
  - a. Crea un texto ordenando sus ideas con coherencia y formalidad
  - b. Crea un texto ordenando sus ideas con coherencia
  - c. Crea un texto ordenando sus ideas
  - d. Crea un texto
3. APLICAR
  - a. Escribe un texto aplicando correctamente las reglas ortográficas y gramaticales
  - b. Escribe un texto aplicando correctamente las reglas ortográficas.
  - c. Escribe un texto respetando el orden lógico.
  - d. Escribe un texto corto
4. EVALUAR
  - a. Evalúa la adecuación, coherencia y la corrección del texto
  - b. Evalúa la coherencia en la estructura del texto
  - c. Revisa el texto en su estructura
  - d. Revisa el texto



*Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión*  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION,  
Escuela de Formación Profesional de Educación Primaria



## **ESTRUCTURA DEL PROGRAMA PERIODISTICO RADIAL**

1. Inicio del programa con la presentación del equipo, lecturas de efemérides, santoral, estado del tiempo, noticias locales, nacionales e internacionales de los diarios que refiere a temas educativos
2. Recomendando (una película, un libro, etc.)
3. El baúl de los cuentos
4. Entrevista a familiares para hablar sobre su oficio o profesión
5. Micro de ecología
6. Reflexión de cierre



## **PLAN DE INTERVENCION: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DEL PERIODISMO RADIAL.**

La propuesta se realizó a partir de la elaboración de un plan de intervención para el desarrollo de la propuesta donde a partir de la revisión bibliográfica se ha identificado las características más adecuadas para el Periodismo Radial en niños y niñas del nivel primario identificado previamente lo siguientes:

El género radiofónico es el **informativo**, basado en el periodismo radial cuyas características adecuadas para el fin investigativo son:

- **Claridad:** se trata de hacer asequible la expresión porque existe el riesgo de interrumpir la asimilación mental de los mensajes si se adoptan códigos que requieren esfuerzos reflexivos y por tanto, tiempo de descodificación (comprensión)
- **Lo concreto**, en forma activa y presente. En radio son necesarias las formas que más “vitalizan” las imágenes y los relatos. En casos de equivalencia semántica, mejor las formas simples que las compuestas, el presente que el pasado, la frase activa que la pasiva.
- **Brevidad.** Las exigencias del tiempo, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje obligan a la radio a

construir mediante períodos y frases breves que aseguren la comprensión.

El plan del periodismo radial implicó 8 sesiones, durante las cuales a los alumnos se les guió en la utilización de diferentes actividades para planificar, ejecutar y evaluar programas periodísticos con el género informativo

Se procedió a mostrar y modelar, el tipo de actividades que fomentaban lo previsto en el plan de periodismo radial denominado "Mis voces" El desarrollo se basó en el marco de referencia propuesto por Pearson y Dole (1987) y por Oxford et al. (1990) que presenta la siguiente secuencia:

- Modelamiento inicial de la estrategia por parte del profesor, con una explicación directa del uso de la estrategia y su importancia.
- Práctica guiada con la estrategia.
- Consolidación: donde el profesor ayuda a los estudiantes a identificar la estrategia y decidir cuándo debe ser utilizada.
- Práctica independiente
- Aplicación.