

La Lectura Como Elemento Activador De La Creatividad En Educación Media General

Guerrero Chacón Keila Esther

Magister Scientiarum en Supervisión Educativa, Docente de la Facultad de Recursos Naturales Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

Yossussy Margarita Sánchez Contreras

Escuela Técnica Industrial Capitán Anselmo Belloso, Ecuador

Vallejo Barreno Carina Fernanda

Magister en Lingüística y Didáctica de la Enseñanza de Idiomas Extranjeros, Docente del Centro de Idiomas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

Castillo Mazón Holger Patricio

Licenciado en Ciencias de la Educación Profesor de Idiomas Inglés, Docente del Centro de Idiomas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

Doi:10.19044/esj.2019.v15n13p36

[URL:http://dx.doi.org/10.19044/esj.2019.v15n13p36](http://dx.doi.org/10.19044/esj.2019.v15n13p36)

Resumen

El objetivo de la investigación fue promocionar la lectura como elemento activador de la creatividad en Educación Media General del Municipio Escolar San Francisco 1 del estado Zulia, mediante dimensiones como identificación de estrategias, tipos de texto, niveles de comprensión lectora, y herramientas del pensamiento creador. La investigación se enmarcó en la línea de supervisión educativa y es de tipo descriptiva bajo la modalidad de proyecto factible de campo, siguiendo igualmente un diseño no experimental y transversal. Se seleccionó una población de ciento sesenta y cinco (165) sujetos, estratificada en once (11) directivos, sesenta (60) docentes y noventa y cuatro (94) estudiantes. Se consideró la técnica de la encuesta aplicando un instrumento con escala de Likert de cinco (5) alternativas de respuesta ponderadas. El instrumento fue validado por pares académicos expertos, a través del coeficiente de Alfa de Cronbach, alcanzando el 0,9624. La información recolectada fue organizada, tabulada y representada mediante tablas, para posteriormente ser sometida a análisis estadístico mediante el software SPSS, el cual permitió establecer una línea base de dimensiones con argumento para posibles propuestas que motiven y promocionen la lectura como elemento activador de la creatividad.

Palabras Clave: Promoción de la Lectura, creatividad, textos escritos, pensamiento creador.

Reading as an Activating Element of Creativity in General Media Education

Guerrero Chacón Keila Esther

Magister Scientiarum en Supervisión Educativa, Docente de la Facultad de Recursos Naturales Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

Yossusy Margarita Sánchez Contreras

Escuela Técnica Industrial Capitán Anselmo Beloso, Ecuador

Vallejo Barreno Carina Fernanda

Magister en Lingüística y Didáctica de la Enseñanza de Idiomas Extranjeros, Docente del Centro de Idiomas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

Castillo Mazón Holger Patricio

Licenciado en Ciencias de la Educación Profesor de Idiomas Inglés, Docente del Centro de Idiomas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador

Abstract

This paper focuses on promoting reading as an activating element of creativity, in the Middle General Education of the Municipality of San Francisco 1, in Zulia state. This was carried out using dimensions such as identification of strategies, types of text, levels of reading comprehension, and tools for creative thinking. The research was framed in the line of educational supervision. It uses a descriptive approach under the modality of a feasible field project, which is the same one that followed a non-experimental design. A population of one hundred and sixty-five (165) subjects was selected, and they were stratified into eleven (11) managers, sixty (60) teachers, and ninety-four (94) students. The survey uses a Likert scale with five (5) alternatives of weighted response. The instrument was validated by expert academic peers, through the Cronbach's Alpha coefficient, reaching 0.9624. The information collected was organized, tabulated and represented by tables, and then subjected to a statistical analysis using the SPSS software. This helps us to establish a base line of dimensions with argument for possible proposals that motivate and promote reading as an activating element of creativity.

Keywords: reading promotion, creativity, written texts, creative thinking

INTRODUCCIÓN

Desde la antigüedad hasta la época presente, la lectura ha sido un factor fundamental para el desarrollo social y afectivo de los seres humanos; a través de esta los individuos han logrado expresar pensamientos, sentimientos y emociones; en otras palabras, la lectura ayuda al avance y perfeccionamiento del lenguaje, permitiendo a las personas tener mejores relaciones los unos con los otros. La lectura, en todos los ámbitos de la sociedad, es un mecanismo para expresarse y obtener experiencias nuevas.

Si bien es cierto que siempre existen propuestas para promover la lectura en las escuelas, es necesario recalcar que todos estos procesos de promoción de la lectura en la mayoría de los planteles educativos no se vienen ejecutando de forma real, sino que se ha quedado sólo plasmados en un papel, sin llegar a ser ejecutados. Aún más, se puede afirmar que en las aulas de clases existe una total desmotivación hacia la lectura y el rol que debe realizar el docente como incentivador hacia este hábito lector es totalmente carente.

El poder leer es una capacidad intelectual maravillosa con la que las personas cuentan, es por medio de ella que se crea, se explora, se puede llegar a lo recóndito y más desconocido, a lo que es enigmático. Así mismo, para Fraca (2004) en su trabajo *“Pedagogía Integradora en el Aula”*, la lectura es *“un proceso psicolingüístico que consiste en integrar a nuestra cognición social, los significados elaborados a partir de la información proporcionada por el texto y por el reconocimiento de los propósitos del discurso”* (p.59).

Ceretta (2010), realizó el estudio denominado: *“La Promoción de la Lectura y la Alfabetización en Información: pautas generales para la construcción de un modelo de formación de usuarios de la información en el marco del Plan Nacional de la Lectura de Uruguay.”* El propósito de esta investigación fue establecer un vínculo entre la alfabetización en información y la promoción de la lectura, donde se realiza un estudio analítico de diversos temas, en el marco de la sociedad de la información y el conocimiento. Se proponen pautas generales para la construcción de un modelo de alfabetización en información enfocado en el uso, acceso, recuperación, selección, evaluación y apropiación de los recursos de información, como otra modalidad de promover la lectura.

La práctica de promoción de la lectura tiene múltiples entendimientos, pero sin duda alguna, se le puede considerar como una actividad educativa y social que persigue transformar y/o modelar la percepción de los estudiantes con relación a los textos, exaltando la función y beneficios de la lectura en su desarrollo personal y sociocultural. Para Varela (1999) *“la promoción de la lectura implica todas aquellas actividades que propician, ayudan, impulsan y motivan un comportamiento lector favorable,*

o en algunos casos, más intenso del que se acostumbra” (p.6). Es esta una actividad encaminada a la formación de hábitos de lectura adecuados, la cual se logra con la orientación planificada a una población de lectores sobre qué leer, cuándo leer y cómo leer.

Las estrategias entendidas como proceso se les considera como un conjunto de tareas que se pondrán en marcha en un contexto determinado con la meta de lograr los fines planteados. Para ello, Francés (2006) afirma que *“la estrategia consiste en un patrón integrado de actos destinados a alcanzar metas fijadas mediante la coordinación y encabezamiento de los recursos de la empresa”* (p. 19). Es por ello que una estrategia bien expresada ayuda a llevar a cabo, de manera viable y única, los planes específicos y metas bien definidas, las cuales contribuirán en un esfuerzo en común para que se dé el cumplimiento de los objetivos de dichas organizaciones o instituciones escolares.

Al momento de leer es necesario comprender lo leído; además exige interpretar, deducir, sacar conclusiones, y extraer las respuestas implícitas en los textos. De esta manera, Catalá, Molina, y Monclús, (2001), definen la comprensión inferencial como: *“Inferencial o interpretativa se ejerce cuando se activa el conocimiento previo del lector y se formulan anticipaciones o suposiciones sobre el contenido del texto a partir de los indicios que proporciona la lectura. Estas expectativas se van verificando o reformulando mientras se va leyendo”* (p.17). Es entonces que relacionar las ideas de un texto va más allá de lo leído, explicando el texto más ampliamente, relacionando esto con los saberes previos que tiene ya el lector.

Por su parte, Camba (2006) refiere que *“en el nivel inferencial de comprensión lectora, el individuo busca relaciones que van más allá de lo leído, explica el texto más ampliamente agrando informaciones y experiencias anteriores, relacionando lo leído con los saberes previos”* (p.37). De forma implícita las ideas que el autor no expresa, de forma directa el lector habrá de saber leer entre líneas y así deducir la información no expresada explícitamente en el texto escrito.

Metodología

El presente estudio se lleva a cabo bajo la modalidad de proyecto factible, tipo propuesta, apoyado en una investigación descriptiva y documental que busca solucionar problemas planteados a los requerimientos y necesidades de un grupo social específico, propiniendo una serie de programas, métodos y procesos para llevarlo a cabo. El diseño de la investigación se situó en no experimental, dentro de la clasificación transversal transaccional, pues se determina la incidencia de la variable Promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad en las instituciones seleccionadas para tal fin.

La población objeto de estudio que conforma esta investigación la constituyen once (11) directivos, ciento cincuenta (150) docentes y mil seiscientos veintiún (1621) estudiantes, pertenecientes a: C. P. Apep Fe y Alegría N° 05 Gral. Rafael Urdaneta, Liceo P. San José de Calasanz y C. B. N. Luis Urdaneta. En el cuadro número 2 se muestra la distribución de la población a estudiar.

Tabla 1. *Distribución de la Población*

INSTITUCIONES EDUCATIVAS	PERSONAL DIRECTIVO	PERSONAL DOCENTE	ESTUDIANTES	TOTAL
C.B.N. Luis Urdaneta	2	96	911	1009
C.P. Apep Fe y Alegría N° 05 Gral. Rafael Urdaneta	6	37	578	621
Liceo P. San José de Calasanz	3	17	132	152
TOTAL	11	150	1621	1782

Fuente: Municipio Escolar San Francisco I

Con el propósito de determinar la parte de la población que será sometida a estudio, se procedió a seleccionar la muestra, calculándose probabilísticamente. De esta manera, la muestra representativa es de 165 sujetos, distribuidos de la siguiente forma: once (11) directivos, sesenta (60) docentes y noventa y cuatro (94) estudiantes, pertenecientes a las instituciones C.P. Apep Fe y Alegría N° 05 Gral. Rafael Urdaneta, Liceo P. San José de Calasanz y C.B.N. Luis Urdaneta, del Municipio San Francisco del estado Zulia.

El muestreo que se seleccionó fue aleatorio probabilístico al azar, en vista de que todos los sujetos de la población tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra, y en función de que las características de la población estén representadas en ellos. Para conformar los estratos de la muestra se aplicó la fórmula de Shiffer:

$$n_1 = \frac{nh}{N} \cdot n$$

Tabla 3. *Distribución de la Población*

INSTITUCIONES EDUCATIVAS	PERSONAL DIRECTIVO	PERSONAL DOCENTE	ESTUDIANTES	TOTAL
C.B.N. Luis Urdaneta	2	38	53	93
C.P. Apep Fe y Alegría N° 05 Gral. Rafael Urdaneta	6	15	34	55
Liceo P. San José de Calasanz	3	7	7	17
TOTAL	11	60	94	165

Fuente: Sánchez, Y. (2013)

Para recolectar los datos aportados por los sujetos de estudio y tener un conocimiento exacto de la información se utilizó la técnica de la encuesta, empleando como instrumento un cuestionario obtenido directamente de la aplicación al personal directivo, a los docentes y los estudiantes. Este ha sido estructurado con un cierto número de preguntas formuladas de acuerdo con los objetos de la investigación, el cual ha sido diseñado con cinco alternativas de respuestas múltiples, constituyendo una escala tipo Likert para cada ítem.

Respuesta	Ponderación
Siempre	5
Casi Siempre	4
Algunas Veces	3
Casi Nunca	2
Nunca	1

El cuestionario consta de una sola parte, la cual se encuentra comprendida por 54 ítems dirigidos a directivos, docentes y estudiantes y elaborados y redactados por la autora de la presente investigación. El instrumento de recolección de datos posee ciertas características mínimas que garantizan los resultados a obtener en el estudio, por lo que se hace imperativo para su aplicación verificar su validez y confiabilidad.

El instrumento fue sometido a validación por pares académicos que emitieron sus juicios correspondientes en relación a la pertinencia de la variable y los objetivos con las preguntas relacionadas con los indicadores. Su redacción y su aporte correspondiente permitieron igualmente que se pudiera elaborar un instrumento definitivo.

Para su realización se procedió a aplicar una prueba piloto a veinte (20) sujetos estratificados en cinco (5) directivos, siete (7) docentes y ocho (8) estudiantes, pertenecientes a la Escuela Técnica Industrial Capitán Anselmo Belloso, los cuales no pertenecen a la población que es objeto de estudio pero que representan las mismas características; los datos obtenidos fueron procesados con la fórmula del coeficiente Alfa Cronbach;

$$r_{\pi} = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

En este sentido, el instrumento arrojó un coeficiente de confiabilidad de $r_{\pi} = 0.9624$, considerado altamente significativo.

La investigación se llevó a cabo en dos etapas: la primera hace referencia a la manera de organizar la información recolectada y la segunda se generará a partir del tratamiento estadístico de los datos. Se procedió a su codificación, presentándose en tablas por cada dimensión e indicador. En cuanto al paquete estadístico utilizado, se empleó el uso de programa SPSS versión 10.0, en el cual se elaboraron los cuadros para la presentación de los datos, su análisis e interpretación. Una vez culminada la aplicación de los

instrumentos de estudio, se procedió a la recolección de datos, procesándolos por medio del programa SPSS, a través de la descripción de frecuencia absoluta y porcentual de los datos, donde se pone de manifiesto la opinión de los directivos, docentes y estudiantes. Los resultados fueron luego confrontados con la teoría respondiendo de esta manera a los objetivos planteados en el inicio de la investigación, en donde más tarde se buscará dar las conclusiones pertenecientes al objeto de estudio. El instrumento evaluó la variable con base al siguiente mapa de variable.

Cuadro 1. *Mapa de Variable*

Variable	Dimensiones	Indicadores
Promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad	Estrategias para la Promoción de la Lectura	Biblioteca Escolar Biblioteca de Aula La Hora del Cuento Internet Teatro
	Tipos de Textos	Descriptivos Narrativos Expositivos Argumentativos
	Niveles de Comprensión Lectora	Literal Inferencial Crítico Apreciativo Creador
	Herramientas del Pensamiento Creador	Observación Imaginación Pensamiento Corporal Juego

Fuente: Sánchez, Y. (2013)

RESULTADOS

En las siguientes tablas se muestran los resultados logrados gracias a la aplicación del instrumento, el cual fue aplicado a la muestra para así obtener respuestas y ser un estudio base para identificar las diferentes estrategias para la promoción de la lectura mediante posibles propuestas en Educación Media General para el Municipio San Francisco del estado Zulia, mediante.

Dimensión: Estrategias para la promoción de la lectura

Tabla 1. Tabla general de la dimensión *Estrategias para la promoción de la lectura*

Alternativas	Siempre			Casi Siempre			Algunas Veces			Casi Nunca			Nunca			
	Indicadores	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Biblioteca Escolar	27.3	8.33	20.93	33.36	28.33	18.43	24.26	43.36	29.8	6.06	13.33	14.2	9.1	6.7	16.66	
Biblioteca de Aula	39.4	17.8	34.36	36.4	31.66	19.86	21.23	28.33	24.8	0.0	18.33	13.13	3.03	3.9	7.83	
La Hora del Cuento	27.3	18.9	34.36	51.43	27.23	28.03	21.23	31.13	22.33	0.0	17.23	6.73	0.0	5.56	8.5	
Internet	39.4	23.9	35.46	36.36	32.23	22.33	15.16	26.1	12.73	9.1	14.43	13.46	0.0	3.33	15.96	
Teatro	3.03	4.43	13.46	15.1	10.56	9.23	51.5	18.86	19.83	21.23	36.66	18.76	9.1	29.43	38.63	
Promedio	27.29	14.67	27.71	34.53	26.00	19.58	26.68	29.56	21.90	7.28	19.99	13.26	4.25	9.78	17.52	
Porcentaje	23.22			26.70			26.04			13.51			10.52			

Fuente: Sánchez, Y. (2013)

Análisis e interpretación

Al analizar los resultados de la dimensión *Estrategias para la Promoción de la Lectura*, se observó que el 26.70% de los sujetos encuestados indicaron que *Casi Siempre* se identifican los indicadores Biblioteca Escolar, Biblioteca de Aula, la Hora del Cuento, Internet, Teatro en esta dimensión, la cual pertenece a la variable *Promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad*. El 26.04% se encuentra en la alternativa *Algunas Veces*, el 23.22% se ubicó en la alternativa *Siempre*, mientras que el 13.51% la alternativa *Casi Nunca* y el 10.52% en la alternativa *Nunca*.

De este modo, se evidencia que el mayor promedio es el 26.70%; los indicadores que presentaron el porcentaje de mayor frecuencia relativa fueron La Hora del Cuento con un 51.43%, Internet con un 36.36%, Biblioteca de Aula con un 36.4% y Biblioteca Escolar con 33.36%, opinión expresada por parte de los directivos, lo cual demuestra una fortaleza en dichos indicadores. En contraposición están los resultados reflejados en el indicador Teatro en donde se observó un 9.23% en los estudiantes, un 10.56% por parte de los docentes y un 15.1% en los directivos, porcentajes bajos que evidencian que los estudiantes, docentes y directivos consideran que existe una moderada debilidad en cuanto a la puesta en práctica del uso del indicador Teatro como estrategia para la promoción de la lectura.

Debido a la confirmación obtenida por los resultados, se ha encontrado una deficiencia en relación a la implementación de las estrategias de promoción de la lectura; además, se demuestra por medio de estos resultados que existe la gran necesidad de elaborar una propuesta basada en lineamientos teóricos prácticos que permitan poder llevar a cabo el mejoramiento y funcionamiento de una adecuada promoción de la lectura en los liceos de Educación Media General, considerándose esta como un factor

indispensable en toda escuela para el desarrollo y desempeño eficiente de los estudiantes.

Dimensión: Tipos de Textos

Tabla 2. Dimensión tipos de textos

Alternativas	Siempre			Casi Siempre			Algunas Veces			Casi Nunca			Nunca		
	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.
Indicadores	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Descriptivos	18.2	16.7	19.86	39.43	24.46	19.5	42.43	25.56	28.33	0.0	26.1	14.56	0.0	7.2	17.7
Narrativos	24.26	15.56	33.0	51.5	23.33	22.33	15.16	36.66	20.56	9.1	11.13	10.96	0.0	13.36	13.13
Expositivos	57.56	35.53	45.4	39.4	40.56	20.93	3.03	16.13	20.53	0.0	5.56	6.73	0.0	2.23	6.63
Argumentativos	69.66	37.23	30.86	30.33	40.0	22.3	0.0	13.86	30.86	0.0	6.1	7.06	0.0	2.8	8.83
Promedio	42.42	26.26	32.28	40.16	32.08	21.26	15.15	23.05	25.07	2.27	12.22	9.82	0.0	6.39	11.50
Porcentaje	33.66			31.16			21.09			8.11			5.97		

Fuente: Sánchez, Y. (2013)

Análisis e interpretación

En el análisis de esta dimensión se observa que el 33.66% de los encuestados manifestaron que *Siempre* se identifican con los indicadores de la dimensión como son Descriptivos, Narrativos, Expositivos y Argumentativos; el 31.16% manifestó que *Casi Siempre* se identifican con estos indicadores, el 21.09% señaló *Algunas Veces*, un 8.11% señala *Casi Nunca* y por último el 5.97% se pronunció por la alternativa *Nunca*.

Los indicadores que mayor porcentaje de frecuencia relativa presentaron fueron los referentes a Argumentativos con un 69.66% y un 57.56% el indicador Expositivos, opinión emitida por parte de los directivos. Entre tanto, los docentes opinan en el indicador Argumentativos un 37.23% y en el Expositivo un 35.53%, mientras que la opinión de los estudiantes en el indicador Argumentativo se encuentra en un 30.86%, lo cual demuestra una marcada diferencia de opiniones entre ambas poblaciones encuestadas.

Al contrastar estos resultados con el planteamiento del problema se observa que existe una discrepancia, puesto que se consideraba que los tipos de textos que más utilizan los docentes son los textos narrativos para promover la lectura en los estudiantes; resultados que reflejan la gran necesidad de implementar estrategias en la promoción de la lectura partiendo de la utilización de los diferentes tipos de textos, elaborando una propuesta que apueste al mejoramiento de esta necesidad latente en las escuelas.

Dimensión: Niveles de Comprensión Lectora

Tabla 3. *Dimensión Niveles de Comprensión Lectora*

Alternativas	Siempre			Casi Siempre			Algunas Veces			Casi Nunca			Nunca		
	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.
Indicadores	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Literal	69.66	33.33	28.0	30.33	36.66	23.4	0.0	20.0	28.4	0.0	8.86	9.56	0.0	1.1	10.63
Inferencial	45.46	21.1	35.1	51.5	38.86	29.06	3.0	32.23	23.4	0.0	6.13	9.53	0.0	1.66	2.86
Crítico	57.56	24.4	36.53	39.4	33.9	28.36	3.0	28.9	19.46	0.0	7.76	9.9	0.0	5.0	5.66
Apreciativo	36.4	14.43	25.16	54.53	33.36	27.7	9.1	25.56	21.26	0.0	17.76	17.0	0.0	8.9	8.86
Creador	36.4	24.43	29.06	54.53	32.23	28.73	9.1	23.9	24.83	0.0	14.43	10.63	0.0	5.0	6.7
Promedio	49.09	23.53	30.77	46.05	35.00	27.45	4.84	26.11	23.47	0.0	10.99	11.32	0.0	4.33	6.94
Porcentaje	34.46			36.17			18.14			7.43			3.75		

Fuente: Sánchez, Y. (2013)

Análisis e interpretación

En el análisis de esta dimensión se observa que el 36.17% de los encuestados manifestaron que *Casi Siempre* se identifican con los indicadores Literal, Inferencial, Crítico,preciativo y Creador de la dimensión; un 34.46% manifestó la alternativa *Siempre*, el 18.14% señaló *Algunas Veces*, un 7.43% señala *Casi Nunca* y por último el 3.75% se pronuncia por la alternativa *Nunca*.

El indicador que mayor porcentaje de frecuencia relativa presentó fue el referente a los indicadorespreciativo y Creador con un 54.53% respectivamente, y un 51.5% en el indicador Inferencial expresado por parte de los directivos, lo cual demuestra una fortaleza en dicho indicador. Sin embargo, se puede evidenciar que el indicador Literal presenta un bajo porcentaje con un 30.33% según lo que consideran los directivos; no obstante, se evidencia en el indicador Creador que los docentes lo mencionan en un 32.23% y los estudiantes el 28.73%, opiniones que no coinciden con la apreciación dada por los directivos. Estorefleja que existe cierta debilidad en la implementación del uso de los niveles de comprensión lectora, específicamente en el indicador Creador.

Se considera que los docentes, en su mayoría, poco implementan actividades que les permitan a los estudiantes expresarse de manera creativa, lo que ha originado que los jóvenes sean encasillados en pensamientos e ideas escuetas, bien sea de forma verbal o escrita. Por lo tanto, se comprueba la creciente necesidad de elaborar una propuesta que permita a los docentes asumir un rol de facilitador y puedan guiar a los alumnos en el desarrollo y capacitación de dichas habilidades, para que en toda escuela se lleve a cabo exitosamente la promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad.

Dimensión: Herramientas del pensamiento creador

Tabla 4. Dimensión Herramientas del pensamiento creador

Alternativas	Siempre			Casi Siempre			Algunas Veces			Casi Nunca			Nunca		
	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.
Indicadores	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Observación	39.43	19.46	32.63	54.53	30.0	30.16	6.06	24.43	19.86	0.0	1.9	12.06	0.0	7.23	5.53
Imaginación	45.46	19.46	30.86	42.43	29.43	24.13	12.13	27.8	22.7	0.0	15.53	12.06	0.0	7.76	10.3
Pensamiento Corporal	15.16	18.33	26.23	30.33	26.66	25.96	54.53	26.13	25.53	0.0	20.56	11.36	0.0	8.33	11.0
Juego	15.16	19.43	22.0	33.36	23.33	24.46	39.43	30.56	29.06	12.13	18.9	18.9	0.0	7.76	15.6
Promedio	28.80	19.17	27.92	40.16	27.35	26.17	28.03	27.23	24.28	3.03	18.47	11.07	0.0	7.77	10.55
Porcentaje	25.3			31.22			26.52			10.85			6.10		

Fuente: Sánchez (2013)

Análisis e interpretación

Con relación a la tabla N° 4, se muestra que el 31.22% de los encuestados *Casi Siempre* se identifican con los indicadores Observación, Imaginación, Pensamiento Corporal y Juego, el 26.52% manifestó que *Algunas Veces*, el 25.3% señaló que *Siempre*, el 10.85% señala que *Casi Nunca*, mientras que el 6.10% se inclinó por la alternativa *Nunca*.

Se evidencia que el mayor promedio registrado fue el 31.22% de la alternativa *Casi Siempre*. Los indicadores que presentaron mayor porcentaje de frecuencia relativa se encuentran en el indicador Observación con el 54.53%, el indicador Imaginación con 42.43% y el indicador Juego con un 33.36%, porcentajes expresados por parte de los directivos. En contraste, se encuentran los porcentajes obtenidos por los docentes y los estudiantes, los cuales denotan debilidad, ya que la Imaginación alcanza el 29.43% en la opinión de los docentes y el 24.13% por parte de los estudiantes; lo cual refleja una cierta debilidad en cuanto a la impartición sobre el uso de las herramientas del pensamiento creador en la promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad.

Al existir dificultades por parte de los docentes para expresarse de manera creativa ante los estudiantes, de manera escasa implementan estrategias creativas que permitan el desarrollo de esta habilidad en los estudiantes, no recurriendo a las diferentes estrategias que se pueden emplear en la promoción de la lectura.

Con referencia a los resultados antes analizados e interpretados por cada una de las dimensiones para la promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad, a continuación, se hace un análisis general de las mismas.

Tabla 5. Promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad

Alternativas	Siempre			Casi Siempre			Algunas Veces			Casi Nunca			Nunca		
	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.	Direc.	Doc.	Est.
Dimensiones	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Estrategias para la Promoción de la Lectura	27.29	14.67	27.71	34.53	26.00	19.58	26.68	29.56	21.90	7.28	19.99	13.26	4.25	9.78	17.52
Tipos de Textos	42.42	26.26	32.28	40.16	32.08	21.26	15.15	23.05	25.07	2.27	12.22	9.82	0.0	6.39	11.50
Niveles de Comprensión Lectora	49.09	23.53	30.77	46.05	35.00	27.45	4.84	26.11	23.47	0.0	10.99	11.32	0.0	4.33	6.94
Herramientas del Pensamiento Creador	28.80	19.17	27.93	40.16	27.35	26.17	28.03	27.23	24.28	3.03	18.47	11.07	0.0	7.77	10.55
Promedio	36.9	20.90	29.67	40.22	30.10	23.61	18.67	26.48	23.68	3.14	15.41	11.36	1.06	7.06	11.62
Porcentaje	29.15			31.31			22.94			9.97			6.58		

Fuente: Sánchez, Y. (2013)

Análisis e interpretación

En el análisis general de la promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad, se observa que el 31.31% de los encuestados manifestaron que *Casi Siempre* se identifican con las dimensiones de la variable, el 29.15% manifestó la alternativa *Siempre*, el 22.94% señaló *Algunas Veces*, un 9.97% la opción *Casi Nunca*; mientras que el 6.58% se inclinó por la alternativa *Nunca*.

La dimensión de mayor frecuencia relativa fue la relacionada con los niveles de comprensión lectora con el 46.05% en relación con los directivos. De igual forma se evidencia debilidad en la dimensión estrategias para la promoción de la lectura, donde los docentes manifiestan un 26.00% y los estudiantes un 19.58%, resultados arrojados en relación a esta dimensión. Otra dimensión que muestra porcentajes con cierta debilidad es Herramientas del pensamiento creador, donde los docentes tienen una opinión del 27.35% y los estudiantes un 26.17% respectivamente.

La promoción de la lectura siempre va a necesitar de una serie de actividades que le permitan llevar a cabo sus propósitos, los cuales no se pueden dejar de alcanzar, con una preparación y planificación previa para que al momento de ejecutarse puedan proyectarse hacia el futuro. Tomando en consideración las fortalezas y debilidades obtenidas de esta investigación, parte de la investigación fue elaborar lineamientos teóricos prácticos para la promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad en Educación Media General en el Municipio Escolar San Francisco 1 del estado Zulia. A tal fin se diseñará una propuesta que permitirá dar solución a la

problemática de la poca promoción de la lectura que se produce en esta etapa de educación.

Conclusion

Partiendo de los diferentes análisis efectuados a las opiniones emitidas por los directivos, docentes y estudiantes encuestados en la presente investigación, se identificaron las diferentes estrategias para la promoción de la lectura, evidenciándose una fortaleza en el empleo de la hora del cuento; sin embargo, se encontró una moderada debilidad en cuanto a la puesta en práctica del uso del teatro, la biblioteca escolar, la biblioteca de aula y el internet como estrategia para promocionar la lectura.

Se describieron los tipos de textos utilizados para la promoción de la lectura como elemento activador de la creatividad, en donde se encontró que los textos argumentativos y los textos expositivos están fortalecidos; no obstante, la población estudiantil no concuerda con dicha opinión, pues estos consideran que hay cierta debilidad en el empleo de los tipos de textos como lo son: los textos descriptivos, narrativos, expositivos y argumentativos, para promocionar por medio de ellos la lectura.

De igual manera, se describieron los niveles de comprensión lectora necesaria para la promoción de la lectura, encontrándose que en la comprensión apreciativa, creadora e inferencial es donde prevalecen los mayores puntajes reflejando una fortaleza según los directivos. Por el contrario, la población estudiantil no coincide con dicha apreciación, ya que consideran que estos indicadores muestran debilidad en cuanto a la implementación del uso de los niveles de comprensión lectora, específicamente en la comprensión creadora.

Finalmente, se caracterizaron las herramientas del pensamiento creador implementadas en la promoción de la lectura, encontrándose fortalecidas las herramientas observación, la imaginación y el juego según la visión de los directivos; mientras que los docentes y estudiantes muestran según sus opiniones que existe una latente debilidad en cuanto a la impartición en el uso de las herramientas del pensamiento creador como elemento activador de la creatividad.

References:

1. Catalá, G., Catalá, M., Molina, E. & Monclús, R. (2001). Evaluación de la comprensión Lectora. Pruebas ACL (1^a- 6^o. De primaria). España: GRAÓ, DE IRIF, S.L.
2. Fraca, L. (2004). Pedagogía integradora en el aula. Teoría, práctica y evaluación de Estrategias de adquisición de competencias cognitivas y lingüísticas para el empleo de la lengua materna oral y escrita. Venezuela: Editorial CEC, SA.

3. Francés, A. (2006). Estrategias y planes para la empresa con el cuadro de mando integral. México: Pearson.
4. Camba, M. (2006). <http://formacion-docente.idoneos.com/index.php/> . Consulta 22 de Junio de 2013. Comprensión lectora. México: Creative Commons.
5. Ceretta, M. (2010). La promoción de la lectura y la alfabetización en información: Pautas Generales para la construcción de un modelo de formación de usuarios de la Información en el marco del Plan Nacional de lectura de Uruguay. Disertación doctoral no publicada. Universidad Carlos III de Madrid. Getafe.
6. Varela, M. (1999). La promoción de la lectura desde la biblioteca escolar. Trabajo sin public. Postgrado de Promoción de Lectura, núcleo universitario del Táchira de la Universidad de Los Andes.