

# GRABEMOS UNA RADIONOVELA

Antes de la llegada de la televisión, eran las radionovelas las que entretenían las tardes de las familias mexicanas. Su producción demandó de grandes guionistas, estupendos actores y extraordinarios generadores de efectos especiales.

<b>Descripción de la ficha</b>
<b>Grado:</b> Tercero de Secundaria
<b>Asignatura:</b> Español III
<b>Bloque:</b> 4
<b>Contenido:</b> Lectura dramatizada de una obra de teatro.
<b>Ámbito:</b> Literatura
<b>Producto Final:</b> Una radionovela para presentarla a la comunidad.
<b>Número de sesiones:</b> 15
<b>Transversalidad:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Artes (Creación teatral).</li> <li>– Matemáticas</li> <li>– Historia</li> </ul>
<b>Aprendizajes esperados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Reconoce algunos de los valores de la época en que fue escrita la obra leída.</li> <li>– Comprende la importancia de la entonación y dramatización para darle sentido al lenguaje escrito en obras dramáticas.</li> </ul>
<b>Valores:</b> Libertad y Respeto.
<b>Competencias AMI:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Definición y formulación de las necesidades de información.</li> <li>– Localización y acceso a la información.</li> <li>– Evaluación de la información.</li> <li>– Organización de la información.</li> <li>– Utilización de la información.</li> <li>– Comunicación y utilización ética de la información.</li> <li>– Comprensión del papel y de las funciones de los medios de comunicación.</li> <li>– Comprensión de las condiciones en las que los medios de comunicación desempeñan sus funciones.</li> <li>– Análisis y evaluación crítica del contenido de los medios de comunicación.</li> <li>– Utilización de los medios de comunicación en el marco de la participación democrática, el diálogo intercultural y el aprendizaje.</li> <li>– Producir un contenido como usuario.</li> </ul>
<b>Cómo trabajar la ficha:</b> Una vez definido el proyecto, se realiza una <b>Asamblea inicial</b> donde alumnos y profesor se colocan en círculo para compartir las curiosidades del grupo; este es el detonante del aprendizaje. Una vez que llegamos al consenso de elegir la situación, se expone conjuntamente qué se sabe de ella hasta llegar a lo que necesitamos o queremos saber. Con esa información se elabora el <b>Plan de acción:</b> formamos grupos de cuatro a seis integrantes. Considere que sean lo más heterogéneo posible (a mayor diferencia mayor riqueza en el aprendizaje).

**Descripción de la ficha**

El Plan de acción está formado por los **aprendizajes genéricos** (interrogantes o dudas que surgen en la asamblea) y los **aprendizajes específicos** (aquellos que mejorará cada integrante del grupo con la ayuda de este proyecto y el resto de compañeros).

Para resolver los aprendizajes genéricos, el grupo, en consenso, construye la estrategia de presentación para que ayude a resolver las dudas que han salido en la asamblea. Para ello, se planifica siguiendo el proceso lógico de pensamiento: procesos cognitivos y metacognitivos, lenguaje, normas y valores y movimiento (zona de pensar, zona de comunicar, zona del amor y zona del movimiento).

**Imprevistos.** Se trata de planificar la forma de resolver las posibles situaciones inesperadas que puedan surgir.

En lo que respecta a los aprendizajes específicos: cada miembro señala para qué le sirve de manera individual el proyecto.

**Acción.** En esta fase del proyecto cada grupo lleva a cabo todo lo que ha planificado para alcanzar los aprendizajes genéricos y los aprendizajes específicos. Cuando se resuelven las dudas, para finalizar a modo de síntesis se reflexiona sobre lo aprendido en el proceso y el profesor –en conjunto con el grupo- llena el mapa conceptual que se presenta con cada ejercicio.

En la **Asamblea final** se explica cómo cada grupo planificó su trabajo, las dificultades encontradas, las soluciones o la forma de resolver estas incidencias y las nuevas curiosidades generadas. Asimismo, se consignan los aprendizajes específicos a fin de determinar si se completaron los objetivos planteados al inicio.

La Asamblea final es un momento de encuentro individual y grupal, por eso se ha de evaluar tanto lo genérico, como lo específico.

- Lo genérico. Es importante ver los aprendizajes y dificultades que existen, especialmente, en el proceso lógico de pensamiento así como el modo como se ha llegado a los aprendizajes.
- Lo específico. Valorar a cada alumno. Es necesario especificar las capacidades y los retos así como la posible solución de los mismos.

**Nota:** Para apoyar al profesor en el desarrollo de este proyecto, con cada ejercicio se entrega el mapa conceptual y ligas útiles para desarrollar el mismo. Ambas pueden ser modificadas según las necesidades de cada profesor y de su alumnado.

**Retroalimentación:**

Con la retroalimentación crecemos todos. Al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) le encantaría conocer su experiencia. Ponemos a su disposición el siguiente correo: **derechosdeaudiencias@ift.org.mx** para que nos envíe sus mapas conceptuales y así saber cómo se trabajaron las dinámicas en su aula. Confiamos en que este proceso nos ayudará a hacer nuevas propuestas con base en sus necesidades.

## ACTIVIDAD

### Desarrollo de la actividad

#### 1° Asamblea inicial.

##### Curiosidad

##### Hemos aprendido que:

- La radio es uno de los principales medios de comunicación.
- Antes de que existiera la televisión, la radio era el medio de comunicación masiva por excelencia y entre sus géneros se contaba la radionovela.

##### ¿Qué sabemos?

- Que las obras de teatro son textos que narran historias que incluyen diversos personajes y se desarrollan en lugares y tiempos específicos.
- Que para comprender a cabalidad el contenido de una obra de teatro tenemos que entender a sus personajes, todas las palabras contenidas en el guion y el contexto donde se desarrolla.

##### ¿Qué queremos saber?

- ¿Qué es una radionovela?
- ¿Qué radionovelas se hicieron famosas?
- ¿Quiénes escuchaban las radionovelas y en qué emisoras?
- ¿Cómo hacer los efectos especiales para nuestra radionovela?
- ¿Cómo vamos a grabar nuestra radionovela?
- ¿Cómo y dónde la vamos a presentar?

#### 2° Acción:

##### Zona de Pensar

##### Percepción, atención y memoria:

- Investigamos dónde podemos obtener guiones de teatro. Procuramos que sean obras cortas.
- Investigamos dónde podemos escuchar radionovelas.
- Investigamos quiénes participan en la creación de un programa de radio.
- Organizamos al grupo por equipos para producir una radionovela corta.

##### Planificación de operaciones:

- ¿Qué queremos saber? Las dudas de la Asamblea.
- ¿Qué vamos a hacer para averiguarlo? Recurrimos a la Biblioteca de Aula, asistimos a la Biblioteca Pública, a la Fonoteca Nacional (ver dirección de la Red de Fonotecas en la sección Ligas útiles de esta ficha) o a una emisora de radio local.
- Planeamos para organizarnos y saber cómo vamos a llevar a cabo el proyecto.
- ¿Qué necesitamos? El guion de la obra de teatro, una selección de música y efectos especiales. Una grabadora o teléfono celular e Internet.
- ¿Dónde lo buscamos? En el salón de clases, la Biblioteca Pública, la Fonoteca Nacional o incluso en alguna estación de radio de nuestra comunidad.

### **Desarrollo de la actividad**

- ¿De cuánto tiempo disponemos? De 15 sesiones.
- ¿Cómo lo compartimos con las demás personas de la clase? Se grabará para subirlo a la red y compartirlo con la comunidad.
- ¿Dónde lo vamos a hacer? En el salón de clases.
- ¿Y si...? No contamos con grabadora o teléfono celular. Se hará una representación en vivo en un espacio para compartirlo con la comunidad escolar.

### **Zona de Comunicar**

#### **Codificación y decodificación:**

#### **Lectura:**

- Leeremos los guiones de diferentes obras de teatro.
- Leeremos con atención nuestro libro de Español para tener claro qué se requiere para una adecuada lectura dramatizada.

#### **Lógico- Matemático:**

- Analizaremos los tiempos a considerar para armar el guion y grabar los capítulos de la radionovela.
- Contabilizaremos los costos de producción.

#### **Escritura y Plástica**

- Anotaremos los pasos a seguir para realizar el proyecto y las responsabilidades que corresponden a cada persona del equipo.
- Anotaremos en el guion los efectos especiales y la música que requerimos.
- Escribiremos los créditos del programa (quiénes participaron y nuestras fuentes de información).

### **Zona del Amor**

#### **Acordamos normas para:**

Llevar a cabo la organización para la grabación y transmisión de la radionovela: limpieza, orden, colaboración, participantes, etcétera.

**Valores:** Libertad y Respeto.

### **Zona del Movimiento**

- Transmitir la radionovela ya sea grabada o en forma presencial.

### **3° Asamblea final:**

Esta sección tendrá que ser completada por el profesor, después de haber completado la actividad. Se divide en la evaluación del proceso, tanto en genérico, como específico; y por último las nuevas curiosidades.

**López, M., El proyecto Roma, una experiencia de educación en valores. Ediciones Aljibe. Malaga, España, 2003.**

## LIGAS ÚTILES

Kaplún, M., **Producción de programas de Radio (se incluye PDF).**

**Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, AC** donde se da acceso a estaciones de radio pública, por estado: [Liga Externa](#)

**Fonoteca Nacional:** [Liga Externa](#)

## ANOTACIONES PARA EL PROFESOR

1. Durante la Asamblea inicial pregunte a los jóvenes qué emisoras escuchan, por qué les son atractivas y si han probado escuchar estaciones de radio similares en otras partes del México o el mundo.
2. Si le es posible, contacte a una radiodifusora local y pregunte si usted y sus alumnos pueden visitarlos para conocer –de primera mano-, a los profesionales que hacen la radio y cómo estructuran sus mensajes.
3. La mayoría de los programas de alfabetización mediática están fundamentados en estas cinco preguntas básicas que han sido desarrolladas, entre otros, por el *Center for Media Literacy* ([Liga Externa](#)) de Estados Unidos y que nos pueden ser muy útiles para este proyecto:

	<b>Palabras clave</b>	<b>Deconstrucción: Cinco preguntas clave (Audiencia)</b>	<b>Cinco conceptos básicos</b>	<b>Construcción: Cinco preguntas clave (Productor)</b>
<b>1</b>	Autor	¿Quién creó este mensaje?	Todos los mensajes de los medios son contruidos.	¿De qué soy autor?
<b>2</b>	Formato	¿Qué técnica creativa es usada para atraer la atención?	Los mensajes de los medios son construcciones que usan un lenguaje creativo con sus propias reglas.	¿Es comprensible mi mensaje en términos de formato, creatividad y uso de la tecnología?
<b>3</b>	Audiencia	¿Cómo podrían distintas personas entender este mensaje de forma diferente?	Las personas entienden los mensajes en forma diferente de acuerdo con sus experiencias previas y sus contextos actuales.	¿Es el mensaje atractivo para el público al que va dirigido?
<b>4</b>	Contenido	¿Qué valores, estilos de vida y puntos de vista son representados u omitidos en este mensaje?	Los medios incorporan valores y puntos de vista a sus mensajes.	¿He mostrado clara y consistentemente valores, estilos de vida y puntos de vista en mi mensaje?
<b>5</b>	Propósito	¿Por qué se produjo este mensaje?	¿Qué intención hay detrás de producir un mensaje. Se incluyen los criterios económicos.	¿He comunicado mi propósito en forma efectiva?

## INFORMACIÓN ÚTIL

La alfabetización mediática e informacional (AMI) es la educación en medios. De acuerdo a la UNESCO, es la “capacidad de interpretar y realizar juicios como consumidores de información y usuarios de medios, así como convertirse en productores de información por derecho propio”. La AMI brinda las herramientas para poder buscar, evaluar, usar y crear información.

Promover la alfabetización es construir puentes con las audiencias y ganar confiabilidad. En Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, Irlanda, Alemania, Francia, Suecia, Malta y Hungría, la AMI supone valor añadido a los currículos. En Argentina hay incluso una “Escuela y Medios de Comunicación” para promover la alfabetización mediática en educación primaria y secundaria y para que los estudiantes se hagan escuchar.

¿Qué puede enseñarse en la AMI? Modos de participación y formas de producir Contenidos Generados por el Usuario (CGU), desde narraciones, consejos para tomar fotografías, técnicas de filmación, grabación de audio y voz, etcétera. Los CGU son contenidos producidos por espectadores y emitidos por los medios. Son importantes para suministrar material de actualidad; sugerir ideas o aportar puntos de vista así como para reflejar los intereses del público.

¿Cómo promover la producción de CGU? Los medios deben abrir posibilidades diversas: cartas, llamadas, correos, proyectos cooperativas en los que los medios participen con orientaciones y hasta con material como cámaras, incluso, se pueden generar manuales y ponerlos en línea sobre cómo producir CGU. También en las escuelas se puede promover la producción de CGU y su difusión en Internet. Otra forma son los talleres comunitarios. Cada medio audiovisual podría crear un manual propio para asesorar y explicar cómo organiza su trabajo y el tipo de audiencia a la que se dirige.

**Protección de la infancia en los CGU:** se recomienda no publicar los apellidos de niñas o niños autores de CGU y solicitar autorización, por escrito, a padres o tutores tanto para la participación en la producción como para la difusión de CGU diseñados por personas menores de edad.