

Actividad 2. Proyecto de Transformación de la Práctica (PTP), segunda parte.

Estrategias de lectura y escritura en contextos no escolares

Formato de PTP 2

Curso: Procesos de codiseño para la consolidación de la lectura y la escritura creativas

Módulo 2: Didáctica sociocrítica del lenguaje y la lectura

Nombre: Estrellita Baltazara Aguilar Castillo

Apartado 1: Resultados obtenidos en las entrevistas

¿De dónde surge la idea de planear e implementar acciones encaminadas a fomentar la lectura y la escritura en el espacio no escolar?

La idea de planear e implementar acciones encaminadas a fomentar la lectura y la escritura en el espacio no escolar dentro del área de un mercado surge de varios factores relacionados con el contexto social, cultural y educativo.

¿Qué acción o acciones se promueven en el contexto no escolar que exploraste en relación con la lectura y la escritura?

Se ha reconocido que muchas personas adquieren habilidades de lectura y escritura fuera de los contextos formales de la escuela, en su vida cotidiana. En espacios como los mercados, donde hay interacción social y comercial constante, las personas se ven expuestas a diversas formas de lectura y escritura que no son necesariamente académicas, pero que son esenciales para su vida diaria.

¿Qué objetivo u objetivos tienen esas acciones?

El mercado es un lugar donde se realiza una gran cantidad de intercambio de información escrita (precios, ofertas, anuncios, listas, etc.), lo que lo convierte en un escenario clave para la alfabetización informal. El papel de los carteles, precios, etiquetas o incluso mensajes escritos

en productos o anuncios publicitarios puede ser una fuente rica de aprendizaje.

¿Cómo es el involucramiento de las personas que participan en dichas acciones?

En muchas comunidades, los mercados son centros económicos y sociales donde las personas interactúan de manera regular. Este espacio refleja los hábitos y necesidades del grupo, lo que lo convierte en un lugar ideal para implementar acciones de alfabetización que respondan a estas realidades locales.

¿La promoción de la lectura y la escritura sigue alguna metodología? ¿Cuál?

En los mercados se utilizan diferentes formas de comunicación escrita, no solo la tradicional (carteles, letreros), sino también digitales (mensajes en teléfonos, aplicaciones para registrar ventas, etc.). La alfabetización en estos espacios no se limita a la lectura de libros o textos largos, sino que también incluye la comprensión de símbolos, imágenes, números y tecnologías digitales. Este enfoque multimodal permite expandir las formas en que las personas pueden aprender a leer y escribir.

¿Qué impacto ha tenido la promoción de esas acciones en la comunidad?

Fomentar la lectura y la escritura en contextos no escolares como el mercado permite estrechar los lazos entre la educación formal y las experiencias cotidianas. Las personas pueden ver la relevancia de la lectura y la escritura en su vida diaria, lo que puede aumentar su motivación para seguir aprendiendo.

¿Por qué es importante para tu contexto escolar reconocer estas acciones?

Este enfoque parte de la idea de que la educación debe estar contextualizada y relacionada con el entorno y las necesidades del individuo. Al integrar la lectura y la escritura en el mercado se ofrece un aprendizaje más significativo y aplicable a la vida cotidiana de las personas.

Apartado 2: Listado de estrategias para promover la lectura y la escritura en un contexto no escolar

Contexto no escolar:

Estrategias en un contexto no escolar que pueden incluirse en tu escuela	PDA(s) asociado(s) de la fase —
1. Crear bibliotecas comunitarias	<p>Fase 2: campo formativo: lenguajes</p> <p>Explora y descubre diversos textos de su hogar y escuela, como cuentos, carteles, letreros o mensajes, e interpreta qué dicen a partir de las imágenes y marcas gráficas, e identifica para qué sirven.</p>
2. Lecturas en voz alta en espacios públicos	<p>Lee con apoyo y narra con una secuencia lógica, diferentes textos literarios como leyendas, cuentos, fábulas, historias, y relatos de la comunidad, en las que aprecia otras formas de vida, de pensamiento y de comportamiento.</p>
3. Murales escritos en comunidad	<p>representa gráficamente, con recursos personales, ideas y descubrimientos del entorno mediante textos conocidos.</p>
4. Escritura de anuncios o carteles	<p>representa gráficamente, con recursos personales, ideas y descubrimientos del entorno mediante textos conocidos.</p>
5. Cuentos y relatos locales	<p>Lee con apoyo y narra con una secuencia lógica, diferentes textos literarios como</p>

	leyendas, cuentos, fábulas, historias, y relatos de la comunidad, en las que aprecia otras formas de vida, de pensamiento y de comportamiento
--	---

Anexos de la entrevista

Guion de entrevista a “vendedores y compradores del Mercado”

Objetivo de la entrevista: "El propósito de esta entrevista es conocer cómo se da el proceso de lectura y escritura en el mercado, un espacio público en el que las personas interactúan de manera cotidiana. Queremos entender cómo estas prácticas influyen en las interacciones diarias y en el aprendizaje de las personas, más allá de lo que ocurre en las aulas."

Participantes: personas de la comunidad que trabajan en el mercado y compradores.

Nombre:

Edad:

Guion de la entrevista:

¿Qué tipo de actividad realizas en el mercado? (vendedor/a, comprador/a, visitante, etc.)
(Esto ayuda a contextualizar la entrevista según el rol del participante en el mercado.)

¿Cuánto tiempo llevas participando en el mercado?
(Para comprender su experiencia y relación con el espacio.)

¿Cuáles son las actividades diarias que realizas en el mercado que involucran algún tipo de lectura o escritura?

(Por ejemplo, leer precios, escribir listas de compras, hacer anotaciones, leer instrucciones, etc.)

¿Qué tipo de interacción tienes con los demás (clientes, otros vendedores, etc.) en relación con la lectura o escritura?

(Interacciones relacionadas con la lectura de etiquetas, anuncios, o el uso de material escrito.)

¿Qué tipo de materiales escritos encuentras comúnmente en el mercado?

(Ejemplos: carteles con precios, anuncios de promociones, instrucciones, letreros, listas de productos, etc.)

¿Quiénes suelen ser los encargados de escribir o poner estos materiales en el mercado?

(¿Los vendedores, personal administrativo del mercado, diseñadores externos?)

¿Qué tan importante es saber leer para participar activamente en el mercado? ¿Por qué?

(Explorar la relación entre las habilidades lectoras y las actividades que se desarrollan dentro del mercado.)

¿Alguna vez has tenido dificultades al leer los materiales escritos en el mercado? ¿Qué tipo de dificultades has encontrado?

(Por ejemplo, letra ilegible, palabras complicadas, falta de claridad en la información, etc.)

¿Crees que el hecho de leer en el mercado tiene algún impacto en la forma en que interactúas con otros? ¿De qué manera?

¿En qué ocasiones escribes en el mercado? (Por ejemplo, hacer listas de compras, registrar ventas, anotar precios, etc., Aquí se busca conocer las situaciones cotidianas en las que el entrevistado escribe.)

¿Qué herramientas utilizas para escribir en el mercado? (papel, pizarra, computadora, teléfono móvil, etc., Explorar los medios y tecnologías disponibles para escribir en este entorno.)

¿Sueles escribir de forma manual o digital? ¿Por qué?

(Conocer las preferencias de escritura y la relación con la tecnología.)

¿Qué tipo de información sueles escribir con más frecuencia en el mercado?

(Precios, nombres de productos, tareas, mensajes a otros, registros de ventas, etc.)

¿Las personas que trabajan en el mercado (vendedores/as, empleados/as) suelen escribir entre ellos? ¿De qué manera se comunica la escritura entre ellos?

(Investigar cómo se utiliza la escritura dentro de la misma comunidad del mercado.)

Instrumento para evaluar el PTP 2

Instrumento para evaluar el PTP 1				
EVIDENCIA: Estrategias de lectura y escritura en contextos no escolares				
INDICADORES	Insuficiente 10	Suficiente 15	Satisfactorio 20	Destacado 25
Descripción de la acción o las acciones que se llevan a cabo en contextos no escolares	La o las acciones que describe no tienen relación con la promoción de la lectura y escritura en un contexto no escolar.	Enlista, sin entrar a detalle, las acciones que se llevan a cabo en el contexto escolar seleccionado, para la promoción de la lectura y escritura.	Describe de manera general cuáles son las acciones que se llevan a cabo en el contexto no escolar seleccionado, para la promoción de la lectura y escritura.	Describe de manera clara y detallada cuáles son las acciones que se llevan a cabo en el contexto no escolar seleccionado, para la promoción de la lectura y escritura.
Reconocimiento del fomento a la lectura y la escritura en un contexto no escolar	El reconocimiento de las acciones que se realizan en el contexto no escolar es nulo.	En la reflexión, se reconoce por qué es importante tomar en cuenta las acciones que se realizan en el contexto no escolar para promover la lectura y la escritura.	En la reflexión, se hace visible cómo las acciones ejercidas en el contexto no escolar impactan en la promoción de la lectura y la escritura en los habitantes de la comunidad.	En la reflexión, se reconoce la importancia y el valor que tienen las acciones realizadas en el contexto no escolar para la promoción de la lectura y la escritura, así como la participación de la escuela en ello.
Creatividad y coherencia en las estrategias de promoción de lectura y escritura en contextos no escolares	Enuncia algunas ideas para mejorar las acciones de promoción de la lectura y la escritura, pero alterando la esencia del contexto no escolar.	Escribe una o dos ideas, sin entrar a detalle, sobre cómo podrían mejorarse las acciones de promoción de la lectura y la escritura en contextos no escolares sin alterar su esencia.	Describe de manera general cómo podrían mejorarse las acciones de promoción de la lectura y la escritura en contextos no escolares sin alterar su esencia.	Desarrolla, de manera crítica y a detalle, cómo podrían mejorarse las acciones de promoción de la lectura y la escritura en contextos no escolares sin alterar su esencia, incluyendo la participación de la escuela en ello.

Estrategias propuestas	Presenta sólo una estrategia de promoción de la lectura y la escritura.	Presenta mínimo dos estrategias de promoción de la lectura y la escritura.	Presenta mínimo tres estrategias de promoción de la lectura y la escritura.	Presenta mínimo cinco estrategias de promoción de la lectura y escritura.
------------------------	---	--	---	---