

## 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: JOSE ANSELMO UC SUAREZ**

#### Apartado 1: Resultados obtenidos en las entrevistas

Realizar la actividad para recabar información de La promoción y/o la práctica de la lectura en los estudiantes se perciben como una labor social que se desea hacer, desde el punto de vista de los entrevistados es como una contribución con la comunidad, ya que de esa manera la comunidad asume el rol protagónico en la promoción de la lectura que debiera tener el estado, entre otras instituciones. Se coincide en que todas las prácticas de promoción de lectura encontradas son espontáneas; dependen exclusivamente de la concepción de lectura, lector y promoción de lectura que tiene el promotor y En ningún caso, responden a políticas estatales o institucionales de lectura; tampoco forman parte de proyectos de empresas ni instituciones educativas.

Es de observarse que la mayoría de las iniciativas privadas son guiadas predominantemente por los intereses publicitarios, por el interés de promover un producto o un servicio; **sin embargo, indirectamente**, promueven el interés por leer, fomentan esa práctica, ya que además del texto publicitario incluyen textos sobre temas de interés general, especialmente de promoción de la salud, atractivos, generalmente para todo el público. Adicionalmente, cuando hay textos sobre salud y enfermedad, además de la publicidad y la lectura, también se promueve la salud.

Se concuerda q a pesar de que muchos estudios han mostrado que la televisión ha desplazado al texto y a la lectura, informantes de este estudio indicaron que preferían la presencia de libros, revistas y folletos. La espera, en este sentido, está

asociada a la lectura. Se recurre a la televisión sólo en aquellos casos cuando es la única alternativa, cuando no hay que leer.

Sin embargo cualquier lugar es propicio para leer y, en consecuencia, debe tomarse como potencial para su promoción. Frente a las escasas iniciativas estatales, empresariales y universitarias para promover la lectura, el resto de la sociedad tiene la importante y trascendental labor de fomentar la lectura en sus miembros, sin importar la edad, sexo, religión o estrato social. Esto demuestra que la promoción de la lectura es una tarea de todos, que se desarrolla día a día, con la contribución de toda la sociedad. Aun cuando el estado no desarrolle políticas de promoción, se deben fortalecer las iniciativas individuales.

Es indispensable aprender de las prácticas de lectura y **su promoción que se llevan a cabo fuera de la escuela**; si queremos abolir el analfabetismo (incluido el funcional), y aumentar el número de lectores tanto quienes habitan la ciudad como las zonas rurales, quienes estudian y quienes no pueden acceder al sistema escolar tienen el mismo derecho a formar parte del club de los lectores.

Vivimos una época en que en el tiempo libre de los niños y niñas las pantallas televisión, ordenador, Ipads, consolas están omnipresentes en detrimento de momentos relajados y lúdicos destinados a la lectura. Sin embargo los educadores/as seguimos defendiendo lo conveniente de fomentar el hábito lector por los beneficios que este aporta en el desarrollo de nuestros jóvenes. ¿Que podemos hacer desde casa para “meter el gusanillo” de la lectura entre nuestros chavales? Varios tutores, coincidieron de manera literal que hay que Llevar a los hijos a las librerías y bibliotecas públicas. Enseñarles donde está la sección de infantil y juvenil. Es bueno que miren y desarrollen su curiosidad, Asesórales si piden ayuda, pero sin atosigarlos.

**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 <u>6</u>
<p>1. A quien corresponda.</p> <p>El estudiante redactara una solicitud a su autoridad para solicitar la mejora de sus espacios deportivos de su colonia.</p>	<p>Realiza, de manera colectiva, una propuesta oral o por escrito, para promover acciones que posibiliten erradicar la violencia en las familias, <b>Elabora solicitudes de gestión de espacios y recursos</b> para dar a conocer la propuesta.</p>
<p>2. La comunicación vía redes sociales con la familia.</p> <p>El estudiante es el mediador de comunicación (whatsapp, facebook, instagram, tik tok, etc) entre sus familiares que se encuentran laborando fuera de su comunidad y sus papás.</p>	<p>PDA: Reconoce la riqueza lingüística de México y el mundo, a partir de obras literarias procedentes de distintas culturas.</p> <p>Contenido: La diversidad de lenguas y su uso en la comunicación familiar, escolar y comunitaria.</p>
<p>3. La caminata: Al salir a caminar o en el traslado de su casa a la escuela.</p>	<p>Comprende las ideas</p>

<p>Señalar carteles, nombres de calles, de comercios, para que ellos los lean en voz alta.</p>	<p>centrales y secundarias de textos relacionados con la diversidad étnica, cultural y lingüística, que favorecen una sociedad intercultural, para comentarlas en forma oral y escrita.</p>
<p>4. El cuaderno del abecedario. Escribir letras, una por hoja. Mirar junto a niños y niñas diarios, revistas y folletos y pedirles que asocien cada letra con una foto. Recortar esas fotos y pegarlas en la página de la letra que corresponde. Al unir todas las páginas, tendrán un libro hecho en casa.</p>	<p>Reconoce el valor estético de diversos géneros literarios en textos de su elección, para elaborar Comentarios y promover su lectura.</p>
<p>5. LO QUE CONSUMO DÍA A DÍA.  De manera involuntaria en su hogar el estudiante a la hora de compartir y/o de comprar alimentos logra leer, comentar y aportar el significado de los sellos de información importante sobre el etiquetado frontal de alimentos y bebidas, que te ayudará a elegir mejor e inclinarte por opciones más sanas que traen hoy en día todos los empaques</p>	<p>PDA. Identifica las características y recursos de mensajes que promueven una vida saludable a través de los diferentes medios comunitarios o masivos de comunicación impresos o audiovisuales CONTENIDO: Mensajes para promover una vida saludable, expresados en</p>

medios comunitarios o  
masivos de  
comunicación.

