



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Red Universitaria de Jalisco



Promoción de la lectura

Guía del estudiante

Primera edición, 2016

Autores

© 2016, Oscar Eduardo Vargas Alcázar

Segunda edición 2022

© 2022, González Aguirre Nury Estefany

Coordinadora: Romy Florencia Hernández Pérez

Editora Literaria: Mónica Alejandra Huerta Castañeda

Diseñadora: Luz Elena Rivera Cedano

Fotógrafo: Benjamín Gutiérrez Lucas

D.R. © 2022, Universidad de Guadalajara

Sistema de Educación Media Superior

Liceo 496. Colonia Centro

44100 Guadalajara, Jalisco

ISBN:

Septiembre 2022

Esta prohibida la reproducción parcial o total, por cualquier medio físico o electrónico de este contenido.

DIRECTORIO

Dr. Ricardo Villanueva Lomelí
Rectoría General

Dr. Héctor Raúl Solís Gadea
Vicerrectoría Ejecutiva

Mtro. Guillermo Arturo Gómez Mata
Secretaría General

Sistema de Educación Media Superior

Mtro. César Antonio Barba Delgadillo
Dirección General del Sistema de Educación Media Superior

Dra. María del Socorro Pérez Alcalá
Secretaría Académica del Sistema de Educación Media Superior

Mtro. Jesús Alberto Jiménez Herrera
Secretaría Administrativa del Sistema de Educación Media Superior

Lic. Romy Florencia Hernández Pérez
Dirección de Educación Continua, Abierta y a Distancia

Índice

Introducción	6
Objetivo	6
Rasgos del perfil de egreso	7
Forma de trabajo	8
Rol del estudiante y asesor (a)	8
Proceso de evaluación	9
Simbología	11
¿Qué conozco del tema?	12
Módulo I. Lectura recreativa	13
Hábitos de lectura	15
Actividad 1. Conociendo los hábitos lectores	15
Tipos de lectores	19
Actividad 2. Conociendo a nuestros lectores	19
Materiales de lectura	24
Actividad 3. Seleccionando materiales de lectura	24
Cierre de módulo: El círculo de lectura	29
Avance 1. Mi círculo de lectura	29
Módulo II. La lectura en voz alta	35
La voz	37
Actividad 1. Leyendo en voz alta.	37
Expresión facial	48
Actividad 2. Usando la expresión facial	48
Postura y movimientos	52
Actividad 3. Aprendiendo a pararnos y a movernos	52
Cierre de módulo: el <i>slam</i> poético	55
Avance 2. Organizando un <i>slam</i> de poesía	55

Módulo III. La organización de eventos de promoción de la lectura	61
Espacios de lectura	63
Actividad 1. Eligiendo un espacio de lectura	63
Los eventos de promoción de lectura	67
Actividad 2. Preparándome para mi evento	67
Cierre de módulo	73
Avance 3. Mi anteproyecto	73
Para finalizar	80
Proyecto integrador. Nuestro festival de lectura	81
Evaluación de la UAI	85
Autoevaluación	85
Coevaluación	86
Heteroevaluación	86
Bibliografía	87



Introducción

¿Sabes que hace un promotor de la lectura? Acerca a las otras personas con los textos, principalmente con los literarios. Para ser promotor no resulta indispensable contar con estudios afines a esto, sino con dos rasgos específicos:

1) el ser un lector empedernido, es decir: alguien que ama la lectura y que, por tanto, es capaz de contagiar con su entusiasmo a los demás, y 2) manejar distintas estrategias para acercar a los otros con la lectura.

Si bien es cierto que el primer rasgo es personal y no se desarrolla durante la escuela preparatoria, el segundo sí encuentra cabida en este nivel educativo y es de vital importancia, pues permite no sólo aproximar a los demás a la lectura sino también desarrollar habilidades de trabajo colaborativo o en equipo, además de que nos permite contribuir en la mejora de tu comunidad.

Para ello, es que ahora te encuentras cursando la Trayectoria de Aprendizaje Especializante (TAE) conocida con el nombre de Promoción de la lectura. A lo largo de este curso, practicarás distintas estrategias que te permitirán difundir la lectura en tu comunidad, ya sea escolar, vecinal o municipal.

En el módulo 1, trabajarás con la lectura recreativa de textos narrativos, específicamente cuentos, a través de un círculo de lectura. Primero identificarás los hábitos lectores de miembros de tu comunidad para posteriormente ubicarlos dentro de una tipología específica y elegir textos acordes a ellos.

En el módulo 2, realizarás lectura en voz alta por medio de una actividad llamada *slam* poético. Practicarás tu voz, la expresión facial, así como la postura y movimientos apropiados.

Finalmente, en el módulo 3, realizarás un anteproyecto de promoción de la lectura, después de seleccionar el espacio en donde lo llevarás a cabo y las generalidades de la preparación del proyecto.

Todo lo anterior te permitirá realizar un festival de lectura, en donde acerques a los demás a la experiencia lectora. **¿Listo para comenzar?** Adelante...

Objetivo

Desarrollar proyectos de promoción lectora, con el fin de transmitir el hábito de la lectura recreativa en su comunidad.

Competencias del curso

Competencias Específicas

- Implementa estrategias de promoción de lectura, a partir de los hábitos y tipos de lectores a los que se dirige, a fin de aplicarlas en contextos específicos.
- Utiliza la lectura en voz alta, a través de un correcto manejo de la voz, la expresión facial, la postura y los movimientos, para aplicarla en proyectos de promoción.
- Desarrolla proyectos de promoción de la lectura, a partir de anteproyectos sustentados en hábitos de lectura, tipos de lectores y espacios pertinentes, con la finalidad de integrarlos en un evento.

Rasgos del perfil de egreso

Sensibilidad estética.

Disfruta y comprende las manifestaciones del arte; contribuye a la preservación del patrimonio cultural; evalúa la producción artística de su país y del mundo.

Pensamiento creativo.

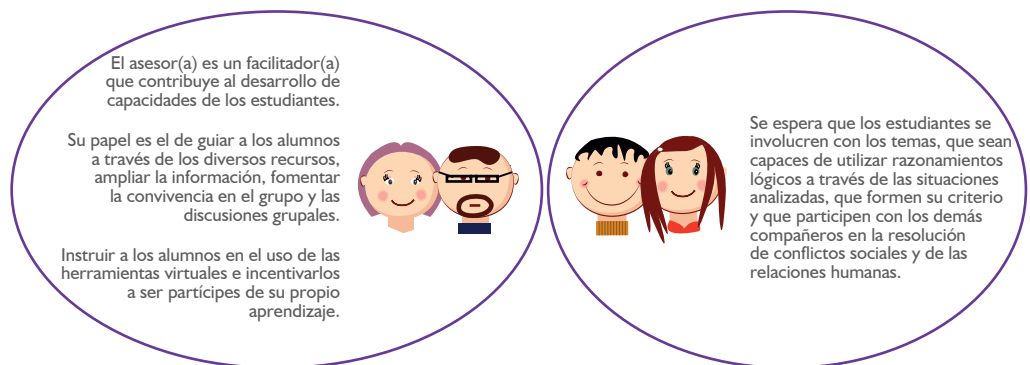
Utiliza su imaginación y creatividad en la elaboración y desarrollo de proyectos innovadores.

Forma de trabajo

Además del uso de la metodología ABP como forma de trabajo, a continuación, te presentamos la dinámica en la que se da tu participación y la del estudiante durante la TAE de Promoción de la lectura.

La dinámica de trabajo y organización se dará en tres formas: grupo, equipo e individual. El trabajo en grupo consiste en tener sesiones grupales denominadas plenarias para compartir trabajo, construir tareas, compartir puntos de vista y enriquecer el trabajo de todo el grupo con tus aportaciones. El trabajo en equipo es cuando se forman equipos para compartir, construir y evaluar trabajos entre ustedes para obtener un producto determinado que contribuya al aprendizaje de todo el equipo, para ello es necesario que realmente desarrolles habilidades de colaboración para que puedas concluir con éxito tus tareas. El trabajo individual es necesario para la contribución de tus trabajos, aportaciones, reflexiones, análisis y conclusiones en las otras dos formas de trabajo.

Rol del estudiante y asesor (a)



Proceso de evaluación

Una de las participaciones más importantes que tienes en el proceso de enseñanza-aprendizaje es el momento de evaluación. En la TAE de Promoción de la Lectura, el proceso de evaluación comprende los siguientes aspectos:

- Actividades de aprendizaje
- Avances de proyecto
- Proyecto integrador
- Autoevaluación
- Coevaluación
- Heteroevaluación

Además de éstos, se tomará en cuenta las interacciones de colaboración entre estudiantes que ayudan a enriquecer el estudio en el aula tanto virtual como presencial.

Durante la autoevaluación y coevaluación, el estudiante hará entrega de los instrumentos diseñados con dicho fin esto permitirá cuál es la perspectiva que tiene sobre su aprendizaje, a fin de desarrollar la metacognición.

La evaluación está concebida como parte integral del proceso de aprendizaje por lo que se encuentra presente en sus diferentes momentos para evidenciar los aspectos que constituyen este proceso, para lograrlo se prevé los siguientes tipos:

- **Diagnóstica.** Al inicio de la UAI se llevará a cabo esta evaluación mediante una serie de preguntas a responder en un foro con lo cual se revela el estado actual del estudiante con respecto a la temática.
- **Formativa.** Durante la construcción de los productos de aprendizaje se estará generando la evidencia necesaria para ir identificando los avances en la construcción de los saberes.
- **Sumativa.** Estará presente en algunos momentos de la UAI en donde se dará una valoración cualitativa y cuantitativa.

La evaluación global del curso se describe en el cuadro siguiente:



Evaluación Global

Proyecto integrador	55 puntos	
Actividades de aprendizaje	25 puntos	
Autoevaluación	10 puntos	
Coevaluación	5 puntos	
Examen transversal	5 puntos	
	Total	100 puntos

Evaluación del proyecto integrador

Avance 1.	10 puntos	
Avance 2.	10 puntos	
Avance 3.	10 puntos	
Proyecto integrador	25 puntos	
	Total	55 puntos

Simbología

Actividad

Instrucciones

Tipos de lectores

Como se dijo con anterioridad, las personas estamos leyendo la mayor parte del tiempo; asimismo, la época en la que vivimos define la manera en la que leemos. Sin embargo, cada individuo es diferente, por lo que sus preferencias lectoras y la forma en la cual leen son completamente distintas.

Dado lo anterior, es necesario aclarar: cualquier lectura es válida, no importa si se trata de Comedias de realidad o de El Escaner & Peri, de El ingeniero héroe Don Quijote de la Mancha o de Los juegos del hambre.

Siempre debemos respetar los intereses lectores de las personas, pues de allí viene la motivación a leer. Después de todo, el que hoy en día a algunas le gustan las novelas de E. L. James (Cincuenta sombras de Grey) ni es digno de censura ni se garantiza de que dentro de un año siga leyendo. Lo que sí se puede asegurar es que la persona que hoy lee y encuentra gusto en hacerlo, entonces seguirá leyendo, y no abandonará este hábito tan fácilmente.

Por ello, para tener sobre cualquier actividad de promoción lectora, necesitamos conocer el tipo de lectores a los cuales abordaremos, no sólo en cuanto a sus preferencias y hábitos, sino también en su finalidad, es decir: hay que determinar para qué lee una persona y qué es lo que hace con la lectura realizada. Para ello, realizaremos la siguiente actividad:

Actividad 2. Conociendo a nuestros lectores

Propósito
Distinguir los tipos de lectores a los que irá dirigido su proyecto.

Modalidad
Mista

Producto
Cuadro de clasificación de tipos de lectores.

Instrucciones

1. De forma individual, lee el texto "Tipos de lectores, tipos de lectores" que se te presenta más adelante.

2. Después de haber realizado la encuesta (y redactado la conclusión) de la actividad 1, compara las respuestas proporcionadas por sus encuestados y diferencia los distintos tipos de lectores que encontraste en tu comunidad.

3. En un documento de Word, vacía la información obtenida en un cuadro de clasificación. Justifica el porqué de la selección.

A continuación, se propone un ejemplo de cuadro:

Nombre del encuestado	Tipo de lector (Bamberger)	Justificación	Tipo de lector (Verluis)	Justificación
1. Martín Vázquez	Romántico	La persona refiere que le gusta leer de los libros que le dan de contar fantasía. En esta categoría, comentó que su más reciente lectura fue Crónicas de Narnia de C.S. Lewis.	Lector-escapista	La persona refiere que lee todo para pasar el rato.
2.				
3.				
4.				
5.				

4. Sube el archivo al Foro denominado Tipos de lectores.

Criterios de evaluación.

Fondo

- Clasifica en una tabla el tipo de lectores con base en su encuesta.
- La justificación se encuentra argumentada a partir de la clasificación de Bamberger y Verluis.

Forma

- La tabla contiene a los 5 encuestados de la actividad anterior.
- La redacción de la justificación sigue las normas gramaticales y ortográficas.
- La tabla está completa en su totalidad.

Glosario

Tipos de lectores, tipos de lecturas

Hay un libro, se dice que una persona es un "buen lector" si es "buen lector", sin embargo, dicha clasificación es arbitraria, ya que no se basa en ninguna clasificación en concreto sino que más bien puede referirse a la perspectiva más particular que cada quien posee acerca de lo que se define leer.

No obstante, lo cierto es que existe, en todo caso, una tipología del lector. Esta clasificación de lectores puede resultar de gran utilidad para encontrar la forma en la cual cada individuo—y cada sociedad, para lo presente como producto de nuestro tiempo y momento—consume los libros, los textos y la finalidad que el ama leerlos imparte.

La primera clasificación sistemática de lectores la encontramos en 1978 y fue propuesta por Richard Bamberger, estudiante de la licenciatura en Letras y fundador del Centro de Investigación de la Universidad de California. Fue investigado propiamente una tipología de lectores, basada en los hábitos de los mismos y en cuáles las personas acceden. Para ello, partió de las lecturas de los niños, jóvenes y adultos. Fue clasificada en la siguiente:

Romántico

Realista



¿Qué conozco del tema?

Instrucciones

De forma individual y sin haber realizado una investigación previa, contesta brevemente las siguientes preguntas y sube tus respuestas al foro denominado Evaluación diagnóstica. Al finalizar la TAE, ingresa de nuevo al foro y comenta tu publicación: ¿Qué aprendiste después de estas seis semanas?

¿Qué ya sabías? ¿Qué conceptos modificaste después de cursar esta TAE?

1. ¿Qué hace un promotor de lectura?
2. ¿Por qué es importante que el promotor de lectura sea también un lector?
3. ¿Cuáles son tus hábitos de lectura?
4. ¿Es importante leer en voz alta para difundir la lectura? ¿Por qué?
5. Menciona 5 proyectos de lectura que conozcas.

Un pedazo de luna en el bolsillo es mejor amuleto que la pata de conejo: sirve para encontrar a quien se ama, para ser rico sin que lo sepa nadie y para alejar a los médicos y a las clínicas...



BGAI 2022

Módulo I.

Lectura recreativa

Introducción

¿Alguna vez te han obligado a leer un texto que no resulte de tu agrado? Lo más probable es que la respuesta sea sí. A todos nos ha pasado, en especial en nuestra época de estudiantes. En muchas ocasiones, las lecturas que otros imponen no nos parecen interesantes y, por tanto, no las llevamos a cabo o las olvidamos casi de inmediato. Por el contrario, aquellos textos que nosotros decidimos leer por placer, no por imposición, generalmente son aquellos que terminamos, comentamos, recomendamos y recordamos por mucho tiempo.

A esto último se le llama lectura recreativa. Dicha lectura es la que nos motiva a seguir en contacto con las obras, a dedicar horas enteras al placer de leer, a investigar autores y libros que podrían resultar de nuestro interés, a compartir nuestros descubrimientos con las personas cercanas a nosotros.

La lectura recreativa nos puede ser de gran utilidad como promotores de lectura, ya que consiste en acercar los textos a las personas, pero desde sus intereses, conociendo sus hábitos y sus finalidades para leer y permitiéndoles compartir sus gustos con los demás. A fin de cuentas, ¿no todos somos promotores de lectura?

En este módulo, aprenderás a identificar esos gustos lectores de nuestro público potencial, a diferenciar los distintos tipos de lectores que existen en tu comunidad y a seleccionar los materiales apropiados para ellos.



Competencias del módulo

Competencias específicas

- Implementa estrategias de promoción de lectura, a partir de los hábitos y tipos de lectores a los que se dirige, a fin de aplicarlas en contextos específicos.

Contenidos

- Hábitos de lectura
- Tipos de lector
- Materiales de lectura

Hábitos de lectura

Contrario a lo que normalmente se dice, podemos afirmar que todas las personas leemos: ya sea en libros, Internet, revistas, incluso mensajes en la calle o en nuestros celulares. En realidad, más del 80% del tiempo que permanecemos despiertos estamos leyendo, aun cuando en ocasiones se trata de textos no reconocidos socialmente.

A final de cuentas, no es lo mismo lo que lee un adulto de 30 años a un joven de 16 o una persona de 60. Puede que alguno busque distracción a través de las aventuras y el terror, otro quiera aprender lecciones de vida por medio de las lecturas que realiza y alguno más desee ampliar sus conocimientos generales o su léxico.

Asimismo, es necesario aclarar que el tiempo en el que nos tocó vivir resulta de suma importancia para entender la forma en la que leemos. Por ejemplo: hace 25 años, las personas estaban acostumbradas a leer textos impresos; hace algunos años, los jóvenes y los adultos jóvenes empleaban la computadora. Hoy en día, los adolescentes están cada vez más acostumbrados a hacerlo en sus celulares o tablets.

Por eso, uno de los aspectos más importantes de la promoción de la lectura consiste en identificar al tipo de lectores a los que dirigirás tu campaña de promoción. Antes de cualquier acción, es necesario identificar cuáles son sus hábitos de lectura: qué leen, cada cuándo lo hacen y en dónde. Para ello, realizarás la siguiente actividad.



Actividad 1. Conociendo los hábitos lectores

Propósito

Identifica los hábitos de lectura de su comunidad.

Modalidad

Mixta.

Producto

Texto de media cuartilla en el que se explique el análisis de resultados de la encuesta de hábitos de lectura.



Instrucciones

1. De manera individual responde la pregunta: ¿Qué es un hábito de lectura?
2. En plenaria, compartan con el resto del grupo su concepto de hábito de lectura y realicen una lluvia de ideas. Recuerden que el diálogo es parte fundamental, por lo que sean respetuosos con las opiniones de los demás y también den su punto de vista con honestidad.
3. De forma grupal, lleguen a un acuerdo acerca de la definición tomando como base la lluvia de ideas anterior.
4. En equipo, diseñen una encuesta de al menos 20 preguntas para conocer los hábitos de lectura de su comunidad, familia o amigos. Para ello, lean el texto “*Cómo diseñar una encuesta*” y tomen en cuenta las siguientes recomendaciones:
 - Las preguntas deben ser lo más claras y precisas posibles.
 - Dar opciones de respuesta pues esto permitirá medir los resultados (es importante que no sean preguntas abiertas sino de opción múltiple).
 - Tener en cuenta que las preguntas permitan obtener resultados en relación con qué es lo que los encuestados acostumbran leer, cada cuándo lee, dónde y por qué lo hacen.
5. De forma individual, aplica la encuesta a 5 personas (puede ser a tus propios compañeros). Revisa cuáles son los resultados para conocer si existen hábitos que se repiten entre varios de los encuestados.
6. Escribe en un texto de media cuartilla una conclusión en donde rescates los hábitos que más se repiten: tipo de obras (incluso títulos), lugares dónde se acostumbra leer, momentos del día o del año en que se realiza la actividad lectora, motivos por los cuales eligen o abandonan una lectura, entre otros. Anexa las preguntas que diseñaron en equipo.
7. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.



Criterios de evaluación.

Fondo

- Las preguntas permiten que el estudiante obtenga información acerca de los hábitos de lectura de los encuestados.
- El texto de conclusión analiza los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta permitiendo ver frecuencias.

Forma

- Las preguntas se encuentran redactadas según las normas de redacción.
- El número de reactivos corresponde a lo solicitado.



Recursos y material de apoyo

¿Cómo diseñar una encuesta?

La encuesta es una técnica **cuantitativa** para la obtención de datos que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, utilizando procedimientos **estandarizados** de interrogación. En otras palabras: es un instrumento que permite obtener información de un conjunto de sujetos por medio de una serie de preguntas.

Las encuestas son de suma utilidad, pues nos ayudan a medir los intereses, preferencias, opiniones y la percepción de un grupo de personas acerca una temática o una persona específica.

El uso de esta técnica de investigación cuenta con grandes ventajas, tales como: obtener información de casi cualquier tipo de población, sobre hechos presentes y pasados de los encuestados, así como prever comportamientos futuros.

Para el diseño apropiado de una encuesta, es conveniente atender, con el mayor rigor posible, las siguientes recomendaciones:

Diseñar el número indicado de preguntas para obtener la información que se pretende. Una cantidad excesiva de preguntas puede resultar agotadora para la persona encuestado –corriendo el riesgo de que las respuestas que dé sean producto del cansancio y el hartazgo– pero un número insuficiente ocasionaría la falta de información para llegar a los datos esperados.

El vocabulario y la redacción de las preguntas debe ser claros. Si se va a encuestar a personas de altos grados académicos (licenciados, maestros, doctores) o expertos (investigadores, científicos), el **léxico** debe ser especializado, mientras que una encuesta más generalizada y que abarque a una mayor variedad de población, el lenguaje es simple; en pocas palabras: el lenguaje de la encuesta deberá ser similar al del encuestado. Asimismo, la redacción debe ser muy precisa y no prestarse a confusiones.

Las preguntas deben conducir a la obtención de información deseada. Lo anterior implica que la información proporcionada por el encuestado debe resultar útil para el encuestador. Si una pregunta no está diseñada para dar datos de relevancia entonces no resulta necesaria para el instrumento y se debe **omitir**.

La extensión de las preguntas debe ser breve. En un documento de Word, por ejemplo, el espacio abarcado por la pregunta no debería exceder las dos líneas o renglones. Esto obedece al hecho de que los cuestionamientos extensos pueden confundir a algunos de los encuestados, comprometiendo las respuestas que ellos den.

abc

GLOSARIO

Cuantitativo:

Pertenciente o relativo a la cantidad.

Estandarizado: Que tiene características estándar, que se ajusta a un tipo o norma.

Léxico: Vocabulario, conjunto de las palabras de un idioma.

Omitir: Abstenerse de hacer algo. Pasar en silencio algo.



GLOSARIO

Ahondar:

Escudriñar lo más profundo o recóndito de un asunto.

La elección y el diseño de las preguntas deben generar confianza en el encuestado. Es indispensable que las personas que respondan las preguntas se sientan cómodas a fin de que proporcionen una información verdadera y espontánea. Se recomienda no **ahondar** en la vida íntima o el transcurrir diario de la persona encuestada a menos de que el objetivo del instrumento tenga esa finalidad.

Las preguntas no deben insinuar las respuestas. Se necesita formular preguntas que evidencien imparcialidad o neutralidad por parte del encuestador, ya que si se sugiere la respuesta los resultados que el instrumento arroje no serán confiables sino tendenciosos. Para ello, se debe evitar el uso de adjetivos, sin importar si tienen una connotación positiva o negativa (vergonzoso, trascendente).

Las preguntas presentadas en orden consecutivo presentan mayores ventajas que las que no lo tienen. La razón es que el encuestado las encuentra más lógicas; por ello, lo recomendable es que una pregunta dé pie a la formulación de la siguiente. Asimismo, se sugiere que la pregunta que aborde el tema de manera más general sea la primera en presentarse, seguida inmediatamente de las más específicas. De esta forma, la encuesta abordará la temática de lo general a lo particular, permitiendo a la persona sumergirse en el tema de forma gradual.

Lo ideal para la implementación de una encuesta es que antes se hagan pruebas a fin de observar la validez de las preguntas. Estas pruebas se pueden realizar de forma interna, en el lugar de trabajo del encuestador o ante un grupo pequeño de sujetos externos. Esta prueba permitirá observar si se obtiene el tipo de información deseada, si existen preguntas que no tengan razón de ser para colocarse en el instrumento o si, por el contrario, es necesario elaborar más preguntas que permitan ahondar en el tema.

Tipos de lectores

Como se dijo con anterioridad, las personas estamos leyendo la mayor parte del tiempo; asimismo, la época en la que vivimos define la manera en la que leemos. Sin embargo, cada individuo es diferente, por lo que sus preferencias lectoras y la forma en la cual leen son completamente distintas.

Dado lo anterior, es necesario aclarar: cualquier lectura es válida, no importa si se trata de Cien años de soledad o de Eleanor & Park, de El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha o de Los juegos del hambre. Siempre debemos respetar los intereses lectores de las personas, pues de allí viene la motivación a leer. Después de todo, el que hoy en día a alguien le gusten las novelas de E. L. James (Cincuenta sombras de Grey) ni es digno de censura ni es garantía de que dentro de un año siga leyéndolas. Lo que sí se puede asegurar es que la persona que hoy lea y encuentre gusto en hacerlo, mañana seguirá leyendo, y no abandonará este hábito tan fácilmente.

Por ello, para llevar a cabo cualquier actividad de promoción lectora, necesitamos conocer el tipo de lectores a los cuales abordaremos, no solo en cuanto a sus preferencias y hábitos, sino también en su finalidad, es decir: hay que determinar para qué lee una persona y qué es lo que hace con la lectura realizada. Para ello, realizaremos la siguiente actividad.



Actividad 2. Conociendo a nuestros lectores

Propósito

Distingue los tipos de lectores a los que irá dirigido su proyecto.

Modalidad

Mixta

Producto

Cuadro de clasificación de tipos de lectores.



Instrucciones

1. De forma individual, lee el texto “Tipos de lectores, tipos de lecturas” que se te presenta más adelante

2. Después de haber realizado la encuesta (y redactado la conclusión) de la actividad I, compara las respuestas proporcionadas por tus encuestados y diferencia los distintos tipos de lectores que encuentres en tu comunidad.
3. En un documento de Word, vacía la información obtenida en un cuadro de clasificación, justifica el porqué de la selección.

A continuación, se propone un ejemplo de cuadro:

Nombre del encuestado	Tipo de lector (Bamberger)	Justificación	Tipo de lector (Verdulla)	Justificación
I. Martín Vélez	Romántico	La persona refiere que la mayoría de los libros que lee son de corte fantástico. En otra pregunta, contestó que su más reciente lectura fue Crepúsculo de Stephanie Meyer.	Lector-receptor-contemplativo	La persona señala que lee sólo para pasar el rato.
2.				
3.				
4.				
5.				

4. Sube el archivo al **Foro** denominado *Tipos de lectores*.



Criterios de evaluación.

Fondo

- Clasifica en una tabla el tipo de lectores con base en su encuesta.
- La justificación se encuentra argumentada a partir de la clasificación de Bamberger y Verdulla.

Forma

- La tabla contiene a los 5 encuestados de la actividad anterior.
- La redacción de la justificación sigue las normas gramaticales y ortográficas.
- La tabla está completa en su totalidad.



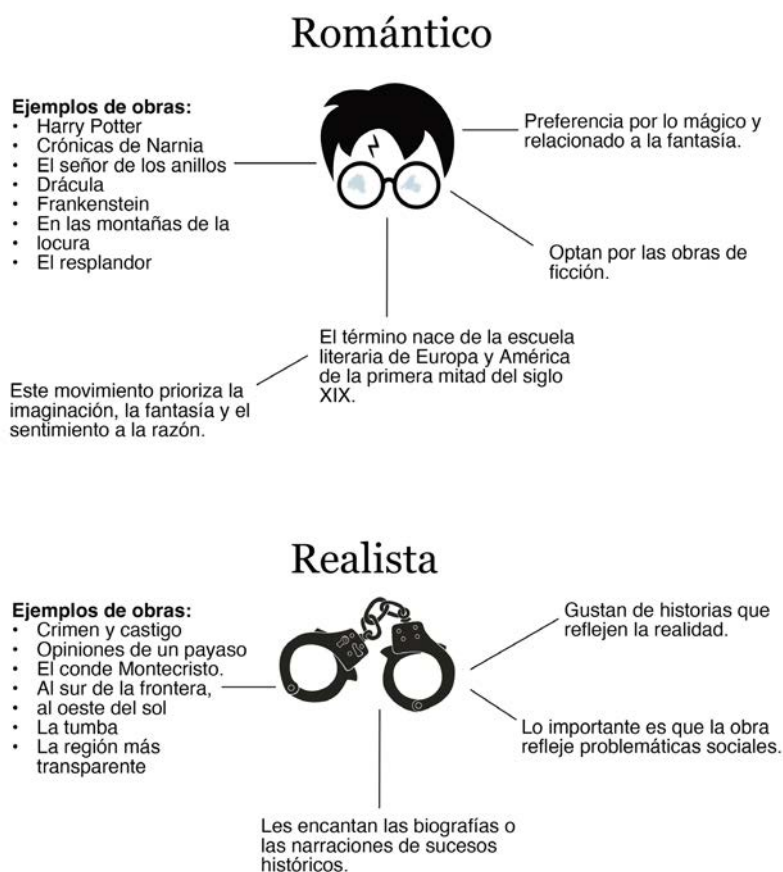
Recursos y material de apoyo

Tipos de lectores, tipos de lecturas

Hoy en día, se dice que una persona es un “buen lector” o un “mal lector”, sin embargo, dicha clasificación es **arbitraria**, ya que no se basa en ninguna clasificación en concreto sino que más bien parece referirse a la percepción muy particular que cada quien posee acerca de lo que se debería leer.

No obstante, lo cierto es que existe, no una sino dos **tipologías** al respecto. Estas clasificaciones de lectores pueden resultar de gran utilidad para entender la forma en la cual cada individuo –y cada sociedad, pues las personas somos producto de nuestro tiempo y contexto– concibe la lectura, los textos y la función que el acto lector representa.

La primera clasificación sistematizada de lectores la encontramos en 1975 y fue propuesta por Richard Bamberger, estudioso de la literatura austriaca y fundador del Club de libro juvenil de Austria. Este investigador propuso una tipología de lectores, basada en las temáticas de los textos a los cuales las personas acuden. Para ello, partió de las lecturas de los niños, jóvenes y adultos. Esta clasificación es la siguiente:



GLOSARIO

Arbitrario: Que procede contrario a la justicia, la razón o las leyes, dictado solo por la voluntad o el capricho.

Tipología: Estudio y clasificación de tipos que se practica en diversas ciencias.

Intelectual

Ejemplos de obras:

- En busca de Klingsor
- El club Dumas
- El nombre de la rosa



Este tipo de lectores buscan información dentro de los textos.

Necesitan cuentos en que las historias quedan bien explicadas y cerradas, que todo tenga una conclusión lógica.

Desean aprender a partir de lo que leen. Es el lector de periódicos, Revistas de difusión científica o de textos literarios que aborden desde una perspectiva erudita una temática.

abc

GLOSARIO

Erudito: Instruido en varias ciencias, artes y otras materias.

Estético

Conoce la obra de algunos (o de todos) los grandes del género lírico: Baudelaire, Sor Juana, Sábines, Benedetti, entre otros.



Tropos: Figura retórica de pensamiento que consiste en el uso de una palabra con un sentido figurado.

Es el lector de Poesía, atraído por la belleza y el manejo del lenguaje, por las imágenes que crean los tropos.

Este tipo no sólo lee los poemas, sino que se los aprende, los recita, los interpreta.

Sin embargo, como se puede apreciar, la clasificación de Bamberger resultó insuficiente, pues con el paso de los años los tipos de texto se han diversificado y los lectores también. Por ello, en 1998, profesor de la Universidad de Cádiz en España, propuso una nueva clasificación, esta vez basada en la funcionalidad de la lectura o, dicho en otras palabras: en cuál es el motivo por el cual alguien lee un texto y qué hace con lo leído. Esta tipología es la siguiente:

Lector-destinatario



Este tipo no lee por iniciativa propia, sino que lo hace por imposición.

Su actitud es pasiva, la lectura no lo motiva a buscar otros libros de temática similar o a investigar más del autor y su obra.

Lee únicamente lo estrictamente necesario y, si puede abandonar el texto antes de la última página, lo hará.

Ejemplos: lee porque un docente se lo solicita para que haga un trabajo de clase basado en una lectura o porque lo requiere para su trabajo en el mundo adulto.

Lector-receptor

Elige los textos que va a leer y se complace en su lectura, sin buscar recompensa externa (calificación, aprobación familiar o entre el círculo de amistades).

Es muy activo en su relación con la lectura, pues busca, elige e incrementa el número de lecturas sin ningún tipo de influencia.

Esto no quiere decir que no tome las sugerencias lectoras de sus allegados, sino que encuentra sus lecturas sin depender de otros.



abc

Allegado:
Dicho de una persona: Cercana o próxima a otra en parentesco, amistad, trato o confianza.

Tipos de lectores-receptores

Lector-receptor contemplativo

Se conforman con el placer que la lectura les proporciona

Personaliza la lectura, recreándola. Es el que la cuenta, transmite su entusiasmo ante los demás; a veces, incluso inventa algunos elementos para volver más atractiva su narración a los otros.

Lector-receptor-activo

Se conforman con el placer que la lectura les proporciona

Lector-receptor-activo-recreador

Lector-receptor-activo-recreador

se dedica a la lectura con el fin de escribir, de expresar sus propias ideas en composiciones propias. De lector pasa a ser autor.

Antes de finalizar, es necesario destacar que ambas tipologías no resultan opuestas, sino que pueden ser complementarias. Por ejemplo: un lector puede ser romántico según la clasificación de Bamberger y lector-receptor según la de Verdulla. Estos dos autores proponen una manera distinta, pero al mismo tiempo incluyente de entender el proceso de lectura y a sus actores.



Materiales de lectura

¿Qué acostumbramos leer más?

¿Revistas, ficción (cuentos, novela, poesía, teatro), periódicos, comics o libros de no ficción (biografías, textos de ciencias o de historia, entre otros)? Todos ellos son válidos, pero usualmente uno predomina.

Para decidirse por alguno de ellos, es necesario tomar en cuenta que cada uno de los materiales de lectura se puede desglosar en varios: el periódico tiene secciones (deportiva, local, nacional, internacional, cultural, espectáculos) y algunas de ellas

no son del gusto de determinadas personas; a alguien le puede encantar el cuento, pero no se siente motivado a leer poesía o prefiere ver teatro en lugar de leerlo; hay distintos tipos de comics para diversos gustos, así como existen varias temáticas de revistas: espectáculos, cine, música, arte, política, modas y más.

Para poder llevar a cabo cualquier proyecto de promoción de lectura, resulta indispensable que contemos con un material de lectura apropiado. Para ello, tenemos que conocer a nuestro destinatario. Debido a esto, anteriormente indagaste acerca de los hábitos de lectura y, basándote en los resultados obtenidos, diferenciaste a tu posible público.

Es momento de que selecciones el material de lectura adecuado para tus lectores. Para ello, realizarás la siguiente actividad.

Actividad 3. Seleccionando materiales de lectura

Propósito

Clasifica los materiales de lectura necesarios para un círculo de lectura.

Modalidad

Virtual.

Producto de aprendizaje

Argumento y justificación del cuento seleccionado como material de lectura.



Instrucciones

1. Lee el texto “*Materiales de lectura: qué son y cómo seleccionarlos*”.
2. Entra al foro *Tipos de lectores* y ve los resultados de encuestas que subieron tus compañeros. Identifica cuál es el tipo de lector que aparece con más frecuencia según cada clasificación (Bamberger y Verdulla) y coméntalo en el foro.
3. Una vez identificado el tipo de lector más frecuente de acuerdo a la clasificación de Bamberger, elige un material de lectura apropiado. Es importante que selecciones únicamente un cuento debido a la extensión del mismo.
4. En un documento de Word, escribe una justificación de mínimo media cuartilla en el que expliques el argumento del cuento (de qué trata), el por qué lo elegiste y por qué crees que pueda resultar de interés para los posibles lectores.
5. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.

Nota:

Para la siguiente sesión presencial, deberás llevar el cuento que propusiste.



Criterios de evaluación.

Fondo

- El argumento narra las acciones más importantes del cuento.
- La extensión del argumento no excede los 5 renglones.
- La justificación se encuentra argumentada a partir de la clasificación de Bamberger y los tipos de materiales.
- La explicación del por qué el texto puede resultar de interés se sustenta en argumentos.

Forma

- La redacción del texto sigue las normas gramaticales y ortográficas.
- La extensión del documento es de mínimo media cuartilla.



Recursos y materiales de apoyo

Materiales de lectura: qué son y cómo seleccionarlos

Usualmente, la edad a la que se comienza a “devorar” los textos es en algún momento indeterminado de la infancia –varía de persona a persona– aunque existen individuos que descubren el placer de la lectura a una edad adulta. Lo cierto es que todo gran lector comienza leyendo lo que tiene a la mano: libros, periódico, revistas, páginas de Internet, entre otros.

Estos últimos reciben el nombre de materiales de lectura. El concepto se refiere a todos aquellos materiales impresos o digitales que transmiten ideas a través del lenguaje o dicho en palabras simples: todo lo que se lee. Es de destacarse que el término, aunque muy amplio, usualmente se utiliza en dos contextos específicos: el de la pedagogía y el de la promoción de la lectura. En ambos, la función de estos materiales es la misma: acercar a las personas con la palabra escrita.

Pero, ¿cómo podemos distinguir los distintos tipos de materiales? ¿Todos son válidos? ¿Existe alguno que no cumpla con la función antes indicada? Primero que nada, resulta necesario aclarar: toda lectura es válida ya que motiva al individuo a leer; no importa si se trata de El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha o 50 sombras de Grey, lo que resulta indispensable es que el texto motive a las personas a realizar el acto lector. Ciertamente, existen lecturas socialmente más aceptadas que otras pero todas permiten a las personas disfrutar de los textos y contribuyen a la búsqueda de nuevos.

Ahora bien, los materiales se clasifican en distintos. Aunque no existen **taxonomías** especializadas para diferenciarlos, se pueden distinguir claramente por sus características y funcionalidad. Por ello, se propone la siguiente división:

De ficción. Se trata de todas aquellas obras producto de los sentimientos o proyección del mundo interior del autor. En algunos de ellos, se observan lugares y personajes reales pero envueltos en situaciones imaginarias. Otros retratan mundos y entes completamente ficticios. Su finalidad consiste en proporcionar recreación al lector. Este tipo de materiales incluye las novelas, cuentos, fábulas, poemas y obras de teatro.

De no ficción. Se trata de libros que se basan en hechos o temáticas reales. Su propósito es dar a conocer información acerca de un área en específico, ya sea de forma general o especializada. Pueden narrar vidas de personas importantes (biografías) o tratar disciplinas como las matemáticas, las ciencias experimentales, las ciencias sociales o la lengua y la literatura (libros de texto, monografías, libros científicos).

abc

GLOSARIO
Taxonomía:
Clasificación.

Historietas. Se trata de cómics y mangas. Aunque estos textos son materiales de ficción, algunas de sus características los diferencian de éstos, particularmente aquéllas que se relacionan con el componente visual: presencia y predominancia de la imagen sobre la palabra, la capacidad de utilizar y alternar colores con imagen en blanco y negro, el carácter episódico de las historias.

Periódicos. Son publicaciones usualmente diarias cuya finalidad radica en informar a las personas acerca de hechos actuales de su comunidad, su país y el mundo; de deportes; de artes y espectáculos, entre otros.

Revistas. Estos materiales hacen referencia a publicaciones que pueden ser quincenales, mensuales, bimestrales..., que abordan temáticas específicas, tales como la historia, los espectáculos, la moda, la pintura, la fotografía, el cine, la política, entre otros.

El conocer y diferenciar estos materiales resulta de gran ayuda para la promoción de la lectura, pues le brinda herramientas al promotor para elegir su actividad de difusión. Si además conoce el perfil de las personas a las cuales va dirigida su actividad, podrá seleccionar los materiales más **pertinentes**. Por ejemplo, si el público potencial se compone de jóvenes entre 12 y 16 años que gustan de ver películas de superhéroes o animación japonesa, las historietas son el material adecuado para acercar a estos adolescentes con la lectura.

Para seleccionar el material que se usará, se sugiere atender las siguientes recomendaciones:

- Seleccionar el material adecuado a los gustos de la mayoría de la población.
- Considerar las edades y niveles educativos de los individuos a fin de elegir un texto con un lenguaje, extensión y temáticas apropiados para el público.
- Asegurarse de que dicho material no haya sido leído con anterioridad por los lectores potenciales.
- Considerar la necesidad de imágenes que acompañen al texto si el público al que va dirigido el proyecto acostumbra leer textos con ilustraciones.
- Asegurarse que el tamaño de letra sea el pertinente para las personas que leerán el material.

Asimismo, resulta importante destacar que cada uno de los tipos de materiales abarca una multitud de enorme de subgéneros distintos. Por ejemplo, la ficción, como ya se mencionó anteriormente, incluye los géneros narrativo (cuento, novela, fábula), lírico (poemas) y dramático



GLOSARIO

Pertinente: Que viene a propósito, adecuado.

(obras de teatro), pero cada uno de ellos se subdivide en diferentes subgéneros, tal y como ya viste en el área de Comunicación. Así pues, la narrativa se compone de textos cuyas temáticas pueden ir desde la fantasía, el terror y la ciencia ficción hasta el cuento y la novela realistas.

Algo similar pasa con los periódicos. A pesar de que las secciones de los mismos comúnmente se encuentran estandarizadas, lo cierto es que la denominada línea editorial se encuentra muy marcada por las tendencias políticas de la publicación: existen periódicos con una ideología de izquierda, otros de derecha y algunos más que se ubican en el centro. Para cada uno de estos tipos de periódicos existen lectores y es labor del promotor ubicar las preferencias de ellos.

Así pues, es importante que los promotores de lectura ubiquen las preferencias de sus lectores a fin de que puedan atraerlos. Lo anterior no quiere decir que únicamente se deben abordar los textos que sean de preferencia del público sino que se debe partir de ellos para encaminar o mostrar a las personas más alternativas del lectura, siempre respetando los gustos particulares de cada quien. Porque, a final de cuentas, la elección del tipo de textos que leemos es muy particular y personal.

Cierre de módulo: El círculo de lectura

El módulo I está llegando a su fin y es momento de poner en práctica todo aquello que fuiste aprendiendo. Antes de hacerlo, demos un repaso a lo efectuado hasta ahora: has identificado hábitos lectores de miembros de tu comunidad; con base en ello, has diferenciado el tipo de lectores que son tus encuestados y, pensando en eso, has seleccionado el material de lectura más apropiado para ellos.



Todo lo anterior es de fundamental importancia en la realización de cualquier proyecto de promoción de lectura. Puesto que la labor fundamental del promotor es ser mediador entre las personas y el texto, lo primero que debe llevar a cabo es un diagnóstico del público potencial o destinatario. Eso es lo que hasta el momento has hecho.

Ahora, lo que corresponde es llevar a cabo un proyecto de promoción lectora. Para ello, comenzaremos con algo sencillo: un círculo de lectura. Esta actividad de promoción de la lectura la llevarás a cabo en el interior de tu grupo en una primera instancia para posteriormente reproducirla como parte de tu proyecto integrador al finalizar la Trayectoria de Aprendizaje Especializante (TAE). Por tanto, debes prestar especial atención a todos aquellos aspectos a mejorar que se presenten en esta actividad.

A continuación, encontrarás las instrucciones, recursos e instrumento de evaluación necesarios para poder llevar a cabo el avance de proyecto.

Avance 1. Mi círculo de lectura

Propósito

Implementa los textos dirigidos a un tipo de lector en un círculo de lectura.

Modalidad

Mixta.

Producto de aprendizaje

Aplicación de círculo de lectura.

Análisis FODA.



Instrucciones

1. En casa, efectúa la lectura “*Círculos de lectura: un espacio para compartir*”.
2. Haz un listado de las acciones más importantes que se realizan en un círculo de lectura.
3. En la sesión presencial, cada equipo expondrá el argumento del cuento. Es importante no contar de qué trata el texto de principio a fin, sino únicamente las generalidades y la anécdota principal sin entrar en detalles. De forma grupal, seleccionarán el cuento a leer.
4. Posteriormente, llevarán a cabo el círculo de lectura: todos deberán leer el texto y comentarlo. El asesor fungirá como coordinador del evento, dando pie a la participación de cada miembro.
5. Una vez concluida la sesión de círculo de lectura, cada quien realizará, en un documento de Word, un análisis FODA en el cual identifiquen las fortalezas, debilidades, amenazas y áreas de oportunidad que encontraron en la organización del círculo de lectura.

Nota:

Recuerda que ahora gracias a las nuevas tecnologías, pueden reunirse de manera presencial o bien, de manera virtual a través de videollamadas que ofrecen las distintas plataformas que conocemos hoy en día.

A continuación, se muestra un ejemplo del FODA:

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Buena comunicación grupal 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de tiempo
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Planear de manera más detallada el próximo círculo de lectura. 	<ul style="list-style-type: none"> • No encontrar un espacio adecuado para llevar a cabo el evento.

6. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.



Criterios de Evaluación

Criterios	Óptimo (3.33)	Avanzado (2.66)	Suficiente (1.99)	Básico (1.33)	Insuficiente (0.66)
Organización del evento	<p>El integrante del equipo desempeño de forma pertinente las actividades que se le asignaron: la propuesta de un texto para para el círculo de lectura, la participación en la exposición por equipo acerca del argumento de la obra, colaboración en el montaje del espacio para desarrollar el círculo de lectura.</p> <p>El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.</p>	<p>El integrante del equipo desempeño de forma pertinente las actividades que se le asignaron: la propuesta de un texto para para el círculo de lectura, la participación en la exposición por equipo acerca del argumento de la obra, colaboración en el montaje del espacio para desarrollar el círculo de lectura.</p>	<p>El integrante del equipo desempeño más del 80% de las actividades que se le asignaron: la propuesta de un texto para para el círculo de lectura, la participación en la exposición por equipo acerca del argumento de la obra, colaboración en el montaje del espacio para desarrollar el círculo de lectura.</p> <p>El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.</p>	<p>El integrante del equipo desempeño todas las actividades que se le asignaron, pero presentó deficiencias en algunas de ellas.</p> <p>El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.</p>	<p>El integrante del equipo no desempeño de forma pertinente más de la mitad de las actividades que se le asignaron.</p> <p>El estudiante pudo o no haberse presentado con puntualidad para el montaje.</p>
Participación en el evento	<p>Participó en al menos 2 ocasiones de forma activa y propositiva, evidenciando los siguientes aspectos: comprensión lectora, capacidad de análisis y respeto por las opiniones distintas a la suya.</p>	<p>Participó en una ocasión de forma activa y propositiva, evidenciando los siguientes aspectos: comprensión lectora, capacidad de análisis y respeto por las opiniones distintas a la suya.</p>	<p>Participó de forma activa y propositiva, evidenciando dos de los siguientes aspectos: comprensión lectora, capacidad de análisis y respeto por las opiniones distintas a la suya.</p>	<p>Participó de forma activa y propositiva, evidenciando uno de los siguientes aspectos: comprensión lectora, capacidad de análisis y respeto por las opiniones distintas a la suya.</p>	<p>Su participación no evidenció ninguno de los siguientes aspectos: comprensión lectora, capacidad de análisis y respeto por las opiniones distintas a la suya.</p>



Análisis FODA	El cuadro permite detectar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el evento realizado.	El cuadro permite detectar 3 de los siguientes elementos: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el evento realizado.	El cuadro permite detectar 2 de los siguientes elementos: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el evento realizado.	El cuadro permite detectar 1 de los siguientes elementos: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el evento realizado.	El cuadro no permite detectar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el evento realizado.
---------------	--	---	---	---	---

Puntuación:

7.99-10

Óptimo

5.98-7.98

Avanzado

4-5.97

Suficiente

2-3.99

Básico

0-1.99

Insuficiente

Resultado: _____



Recursos y materiales de apoyo

Círculos de lectura: un espacio para compartir

Una de las actividades más comunes para promover la lectura – particularmente la de textos literarios– es el círculo de lectura, ya que acerca a las personas con el texto y les permite compartir sus impresiones con los demás, generando un ambiente de confianza e integración. Además, permite desarrollar valores como el respeto y posibilita el aprender de las experiencias, gustos y lecturas de los otros.

Pero, ¿qué es un círculo de lectura? Es un conjunto de personas que se reúnen libremente para leer, comentar, analizar y compartir un texto. En estos círculos, los participantes interactúan en un marco de respeto y tolerancia, participando y aportando puntos de vista a la vez que aprenden de sus iguales.

Habitualmente, los círculos de lecturas han encontrado su espacio en las bibliotecas, ya sean escolares o públicas. Esto obedece a que los usuarios de este tipo de **recintos** usualmente son personas que los utilizan con cierta frecuencia, ya sea para realizar investigaciones escolares o laborales o para leer o sacar a préstamo obras literarias. Sin embargo, las reuniones de círculos de lectura pueden llevarse a cabo en cualquier lugar donde los participantes se sientan cómodos: casas, cafés, parques, plazas comerciales, entre otros.

Lo ideal es que el círculo se desarrolle en un horario distinto al escolar, laboral o de cualquier otra actividad que implique una presión sobre el participante acerca de la distancia o incomodidad relacionada con el lugar. El sitio elegido debe de contar con las condiciones para poder interactuar con holgura, es decir: con una ventilación adecuada, contando con un mobiliario cómodo y, de ser necesario, con una mesa grande que permita que los participantes interactúen con mayor cercanía.

Existen dos tipos de círculo de lectura: el primero –y más común– consiste en que las personas acuerden previamente a la sesión cuál es la lectura a comentar y la lean en su casa para comentarla el día de la reunión. El segundo resulta menos frecuente: en él, los integrantes del círculo se reúnen para leer la obra y comentarla.

Es de destacar que este segundo tipo de círculo abarca muchas más horas en la realización en comparación con el primero, ya que se requiere darle tiempo a las participantes para que procesen la información y analicen el texto. Por tanto, no resulta recomendable recurrir a esta clase, a menos de que los miembros del círculo sean expertos en el área de literatura o estén realizándose pilotajes para ver cómo funcionaría esta actividad.

abc

GLOSARIO

Recinto: Espacio o lugar comprendido dentro de ciertos límites.

abc

GLOSARIO

Jerarquía:

Gradación de personas, valores o dignidades.

Contextualizar:

Situar en un determinado contexto.

Coartar: Limitar, restringir, no conceder enteramente algo.

La selección del texto a comentar corre por parte de los integrantes; este es un aspecto que resume la principal característica del círculo de lectura: el carácter democrático del mismo, pues en ellos la decisión no recae sobre una sola persona con una mayor **jerarquía** (a diferencia de un salón de clases, en donde el docente es quien termina seleccionando las obras a leer o, en el mejor de los casos, dando opciones de textos para que los estudiantes los elijan).

La elección de una obra en específico puede darse de dos formas, las cuales son claros ejemplos de mecanismos democráticos: 1) por medio de votación, a partir de que cada miembro presente una propuesta de lectura, o 2) de forma circular, es decir: en cada ocasión se lee una propuesta realizada por un miembro hasta que se cubre la totalidad de los participantes y se vuelve a comenzar. En ambos casos, las propuestas nacen de y para los involucrados en el círculo de lectura y no de quien lo creó y lo organiza.

La dinámica que se desarrolla en el círculo de lectura es la siguiente: los participantes se reúnen en el lugar y la fecha acordada; el coordinador **contextualiza** a los miembros acerca del autor y la obra a analizar y entonces comentan la lectura (en algunos casos la leen allí mismo, como se había mencionado anteriormente); algunos de los participantes pueden llevar algunas citas o comentarios extras; finalmente, se acuerda cuál es la obra que se comentará durante la próxima reunión.

Usualmente se trabaja por rondas; si el grupo de lectura es muy numeroso, se recomienda una vuelta completa para que todos los participantes den su punto de vista acerca de la obra y, de ser necesario, permitir que algunos participen en una segunda ocasión hacia la recta final. Si el grupo es reducido, pueden organizarse varias rondas, dando una temática distinta en cada una. Por ejemplo: en la primera, puede ser comentarios acerca del argumento en general; en la segunda, se puede hablar sobre los personajes; en la tercera, del contexto de la obra, y así sucesivamente.

Sin embargo, es conveniente aclarar que la estructura no debe ser tan rígida. Lo anterior es únicamente una recomendación que los organizadores de un círculo de lectura pueden atender o adaptar a sus necesidades. ¿Por qué se dice esto? Porque a veces la dinámica de análisis que se da alrededor de una obra puede generar polémica o gran entusiasmo entre los participantes, ocasionando que participen en muchas más ocasiones de lo previsto o debatan acerca de su percepción del texto. En estos casos, se recomienda no **coartar** la libertad de expresión ni los deseos de comentar de los asistentes, siempre y cuando se den en un marco de respeto y se garantice la participación de todos y cada uno de los involucrados y no de sólo unos cuantos.



Módulo II.

La lectura en voz alta

Introducción

Leer en voz alta es una actividad que tradicionalmente ha resultado muy efectiva para promover la lectura. Esto probablemente se debe al hecho de que el entusiasmo de la persona que lee ante un público resulta contagioso: la dicción, la entonación, la gesticulación, la postura. Uno se da cuenta de cuando alguien realmente disfruta lo que hace y se motiva a seguirlo o imitarlo. Esa es una de las grandes virtudes del promotor de la lectura.

Pero –y esto es de gran relevancia– la lectura en voz alta es todo un arte. El entusiasmo por hacerlo no resulta suficiente, pues se requiere de algunos conocimientos, mucha práctica y, sobre todo, de una gran seguridad para poder leer ante otras personas sin titubear. Sin embargo, cualquier persona con la suficiente determinación puede realizar este tipo de actividades.

Ahora bien, no a todos les resulta particularmente atractiva una simple declamación poética. Afortunadamente, en los últimos años la lectura en voz alta ha evolucionado en diversas formas para atraer a las diversas generaciones, volviéndose más dinámica y creativa, como más adelante verás.

En este segundo módulo, aprenderás a manejar tu voz a fin de transmitir las emociones de los poemas de forma apropiada, a utilizar una expresión facial pertinente y a mantener una buena postura y movimientos correctos.



Competencias del módulo

Competencia específica

- Utiliza la lectura en voz alta, a través de un correcto manejo de la voz, la expresión facial, la postura y los movimientos, para aplicarla en proyectos de promoción.

Contenidos

- La voz
- Expresión facial
- Postura y movimiento

La voz

De todos aquellos elementos que resultan indispensables para leer ante público, el más importante (y notorio) es la voz: un buen lector debe transmitir las emociones adecuadas ante un público, hablar con claridad a fin de que se entienda lo que dice, emplear un volumen apropiado a la cantidad de asistentes y características del espacio donde se lee...

Como verás, el saber decodificar (descifrar qué significan las palabras) no es lo mismo que leer, y hacerlo ante otros no es tan sencillo como realizarlo de forma individual y en silencio; existen muchos factores que tomar en cuenta antes de hacerlo, además de que se requiere una absoluta entrega y seriedad para llevar a buen puerto esta labor. Pero la satisfacción que se obtiene al leer para otros y contagiar nuestro entusiasmo es incalculable.

Para ello, se requiere de preparación de tu parte y del acompañamiento de tu asesor. Recuerda que la práctica hace al maestro y, si la lectura en voz alta no te sale a la primera, deberás trabajar con más empeño y continuar practicando hasta que lo consigas.

A continuación, realizarás una actividad que te ayudará a leer mejor en voz alta. Solo recuerda: lo que realices durante la sesión presencial es únicamente el inicio; tendrás que seguir practicando en tu casa durante las siguientes semanas. Así es que **¡manos a la obra!**



Actividad 1. Leyendo en voz alta.

Propósito

Aplica la lectura en voz alta.

Modalidad

Virtual.

Producto de aprendizaje

Grabación de lectura en voz alta de un poema.



Instrucciones

1. Lee el texto “Cómo leer poemas en voz alta”.
2. Elige un poema para leerlo en voz alta.
3. Realiza la lectura en algún espacio donde el ruido no interfiera para que puedas grabarte y se escuché claramente tu manejo de la voz.
4. Sube tu grabación a Drive y a través de un enlace compártelo en el foro “Lectura en voz alta”.
5. Tus compañeros y asesor te retroalimentarán respecto al manejo de tu voz; asimismo, tú observarás los videos del resto de tus compañeros a fin de retroalimentarlos, siempre en un marco de respeto.
6. Continúa practicando la lectura del poema frente a familiares y/o amigos.



Criterios de evaluación.

Elemento	Indicador	Sí	No
Dicción	Omite letras		
	Aumenta letras		
	Cambia palabras		
	Omite palabras		
	Agrega palabras		
Entonación	Errores de acentuación:		
	Acentuó sin haber tilde		
	No pronunció el acento.		
	Manifiesta una emoción al leer el poema		
Intensidad	Volumen bajo (casi no se escucha la voz)		
	Sube o baja la intensidad sin motivo aparente.		
	Volumen adecuado (se escucha perfectamente)		
	Volumen muy alto (en lugar de hablar, grita)		

Elemento	Indicador	Sí	No
Fluidez	Omite el punto y seguido y/o el punto y aparte		
	Omite la coma		
	Omite los dos puntos		
	Fragmenta la lectura sin motivo alguno		



Recursos y materiales de apoyo

Cómo leer poemas en voz alta

El género lírico es uno de los más complejos tanto de leer como de interpretar. Así como las obras dramáticas se escriben para ser representadas ante un público, los poemas son creados para leerse en voz alta. Prueba de ello son sus características: la musicalidad, el ritmo, la rima... es decir: todos aquellos elementos que proporcionan fluidez a la obra poética.

Ahora bien, para leer un poema se tiene que trabajar con varios aspectos y el primero de ellos es la voz. A través de ésta, podemos comunicar los sentimientos del autor, transportar el mensaje del poema e incluso generar imágenes en nuestra audiencia.

Para lograr esto, existen ciertas características de la voz que se deben tomar en cuenta al momento de leer un poema, pues todas ellas contribuyen a una correcta transmisión del mensaje. Para leer de forma pertinente un poema, se debe recurrir a estas características las cuales se relacionan con determinados órganos. Veamos de cuáles se trata:

- Claridad. Esta característica es la base de una buena **dicción**. Al momento de leer en voz alta, la persona debe de contar con una voz **nítida**, moviendo la boca lo suficiente para que las palabras lleguen al público. Se recomienda trabajar el maxilar inferior, los labios y la lengua.
- Velocidad. En un solo minuto, pronunciamos un determinado número de palabras. Según lo que queremos transmitir y el contexto en el que se produce el mensaje, la velocidad con la que producimos esas palabras, varía. Asimismo, en la lectura la velocidad es un factor clave: se debe hablar con fluidez pero sin amontonar ideas, a fin de que el mensaje resulte claro.
- Volumen. A lo largo de un mismo día, podemos manejar distintos volúmenes dependiendo de la situación comunicativa. En el caso de la lectura de poemas, se requiere un volumen alto que permita que todas las personas congregadas en un mismo recinto puedan escuchar el poema. Pero se debe tener cuidado de manejar el volumen: a veces terminamos gritando en lugar de hablando en voz alta y en ocasiones forzamos tanto la voz que el volumen decae hacia el final de nuestra lectura. Resulta imprescindible no dañarnos la voz.
- Pausas. Al momento de leer, hacemos pausas. Por una parte, ellas nos ayudan a no perder el aliento –y, por lo tanto, la voz–, mientras que por otra le da una intención al mensaje que deseamos transmitir. Cuando leemos un poema y hacemos una pausa, provocamos una

abc

GLOSARIO

Dicción: Manera de pronunciar.

Nítida: Que se distingue bien, no confuso.

reacción en el público. Por supuesto, lo anterior no quiere decir que esas pausas sean aleatorias; por el contrario, cada pausa agrupa una serie de palabras que guardan un significado muy preciso en su conjunto. No se deben hacer pausas al final de un verso pero sí cuando aparece un signo de puntuación: la pausa más corta es la correspondiente a la coma mientras que la más larga hace referencia al punto.

- **Énfasis.** Cuando damos énfasis a una frase en específico, subrayamos de forma oral una idea que queremos destacar, algo que se debe quedar en la mente de nuestra audiencia.
- **Tono.** El tono es un elemento fundamental al momento de comunicarnos oralmente: lo utilizamos de forma distinta al hacer una afirmación, al preguntar o al exclamar algo. Según el mensaje que pretendamos compartir nuestro tono es más agudo o grave. En la lectura en voz alta se convierte en la parte de más **relevancia**, pues se nutre de las otras características de la voz. De allí que, cuando hablamos de entonar un poema, hagamos referencia al volumen, velocidad pausas, **énfasis** e incluso claridad al momento de hablar.

Para poder utilizar de forma adecuada todas estas características de la voz, existen ciertas recomendaciones que permiten una adecuada lectura del poema:

1. Leer previamente el poema. Para dotar a la voz de claridad, seleccionar las pausas y el énfasis así como escoger la velocidad, se debe conocer el poema; jamás leas en público un texto si no lo hiciste con anterioridad –aunque sea media hora antes de la lectura en voz alta–, pues lo más probable es que te trabes al pronunciar una palabra que desconozcas; asimismo, no sabrás dar pausas en los momentos apropiados y puede que tu velocidad varíe conforme te vayas poniendo más nervioso.
2. Identifica el mensaje del autor. Para leer un poema hay que entenderlo primero; si no sabemos lo que el autor quiso decir con su texto, ¿cómo vamos a transmitir el mensaje a otros? La comprensión del significado del poema ayuda al uso pertinente de la voz.
3. Encuentra el tono adecuado para el texto. Esta recomendación se encuentra ligada a la anterior: aunque la base de la lectura en voz alta es la entonación, ésta no debe parecer exagerada o sobreactuada. Al identificar lo que el autor pretende decirnos, elegiremos el tono que más convenga para leer la obra.
4. Si cometes errores, no te detengas. Una vez que estamos ante el público, es natural que nos pongamos nerviosos. Esto provoca que cometamos algunos errores, por ejemplo: cambiar una palabra por



GLOSARIO

Relevancia:

Importancia.

Énfasis: Fuerza de expresión o de entonación con que se quiere realzar la importancia de lo que se dice o se lee.



otra. Al darnos cuenta de ello, lo más común es que nos detengamos en la lectura y tratemos de corregir el error; sin embargo, esto es una equivocación más grave ya que, además de enfatizar ante la audiencia que cometiste una pifia, aumentas tu nivel de nerviosismo, provocando que la situación se repita.

Estos consejos son para tomarse en cuenta. Sin embargo, existe uno más importante: si vas a leer poesía, disfruta el poema, siéntelo, transmite las emociones que te causa leerlo. Al final del día, el género lírico es emoción, sentimiento; si quieres que tu público se emocione, emocionate tú primero y verás cómo se vuelve contagioso.

Poemas

Las heraldas negras

Pablo Neruda

Hay golpes en la vida, tan fuertes... ¡Yo no sé!
Golpes como del odio de Dios; como si ante ellos,
la resaca de todo lo sufrido
se empozara en el alma... ¡Yo no sé!

Son pocos; pero son... Abren zanjas oscuras
en el rostro más fiero y en el lomo más fuerte.
Serán tal vez los potros de bárbaros Atilas;
o los heraldos negros que nos manda la Muerte.

Son las caídas hondas de los Cristos del alma
de alguna fe adorable que el Destino blasfema.
Esos golpes sangrientos son las crepitaciones
de algún pan que en la puerta del horno se nos
quema.

Y el hombre... Pobre... ¡pobre! Vuelve los ojos,
como cuando por sobre el hombro nos llama una
palmada;
vuelve los ojos locos, y todo lo vivido
se empoza, como charco de culpa, en la mirada.

Hay golpes en la vida, tan fuertes... ¡Yo no sé!

*Extraído de: Vallejo, C. (2008) Los heraldos negros. México:
Tomo.*

000

Poema XX

Pablo Neruda

Puedo escribir los versos más tristes esta noche.

Como para acercarla mi mirada la busca.

Mi corazón la busca, y ella no está conmigo.

Escribir, por ejemplo: «La noche está estrellada,
y tiritan, azules, los astros, a lo lejos.»

La misma noche que hace blanquear los mismos
árboles.

El viento de la noche gira en el cielo y canta.

Nosotros, los de entonces, ya no somos los
mismos.

Puedo escribir los versos más tristes esta noche.

Ya no la quiero, es cierto, pero cuánto la quise.

Yo la quise, y a veces ella también me quiso.

Mi voz buscaba el viento para tocar su oído.

En las noches como ésta la tuve entre mis brazos.

De otro. Será de otro. Como antes de mis besos.

La besé tantas veces bajo el cielo infinito.

Su voz, su cuerpo claro. Sus ojos infinitos.

Ella me quiso, a veces yo también la quería.

Ya no la quiero, es cierto, pero tal vez la quiero.

Cómo no haber amado sus grandes ojos fijos.

Es tan corto el amor, y es tan largo el olvido.

Puedo escribir los versos más tristes esta noche.

Porque en noches como ésta la tuve entre mis
brazos,

Pensar que no la tengo. Sentir que la he perdido.

Mi alma no se contenta con haberla perdido.

Oír la noche inmensa, más inmensa sin ella.

Aunque éste sea el último dolor que ella me
causa,

Y el verso cae al alma como al pasto el rocío.

y éstos sean los últimos versos que yo le escribo.

Qué importa que mi amor no pudiera guardarla.

*Extraído de: Neruda, P. (2008) 20 poemas de amor y una
canción desesperada. España: Alianza.*

La noche está estrellada y ella no está conmigo.

Eso es todo. A lo lejos alguien canta. A lo lejos.

000

Mi alma no se contenta con haberla perdido.

Los amorosos

Los amorosos callan.

El amor es el silencio más fino,
el más tembloroso, el más insoportable.

Los amorosos buscan,
los amorosos son los que abandonan,
son los que cambian, los que olvidan.

Su corazón les dice que nunca han de encontrar,
no encuentran, buscan.

Los amorosos andan como locos
porque están solos, solos, solos,
entregándose, dándose a cada rato,
llorando porque no salvan al amor.

Les preocupa el amor. Los amorosos
viven al día, no pueden hacer más, no saben.

Siempre se están yendo,
siempre, hacia alguna parte.

Esperan,
no esperan nada, pero esperan.

Saben que nunca han de encontrar.

El amor es la prórroga perpetua,
siempre el paso siguiente, el otro, el otro.

Los amorosos son los insaciables,
los que siempre -¡que bueno!- han de estar solos.
Los amorosos son la hidra del cuento.

Tienen serpientes en lugar de brazos.

Las venas del cuello se les hinchan
también como serpientes para asfixiarlos.

Los amorosos no pueden dormir
porque si se duermen se los comen los gusanos.

En la oscuridad abren los ojos
y les cae en ellos el espanto.

Jaime Sabines

Encuentran alacranes bajo la sábana
y su cama flota como sobre un lago.

Los amorosos son locos, sólo locos,
sin Dios y sin diablo.

Los amorosos salen de sus cuevas
temblorosos, hambrientos,
a cazar fantasmas.

Se ríen de las gentes que lo saben todo,
de las que aman a perpetuidad, verídicamente,
de las que creen en el amor
como una lámpara de inagotable aceite.

Los amorosos juegan a coger el agua,
a tatuar el humo, a no irse.

Juegan el largo, el triste juego del amor.

Nadie ha de resignarse.

Dicen que nadie ha de resignarse.

Los amorosos se avergüenzan de toda
conformación.

Vacíos, pero vacíos de una a otra costilla,
la muerte les fermenta detrás de los ojos,
y ellos caminan, lloran hasta la madrugada
en que trenes y gallos se despiden dolorosamente.

Les llega a veces un olor a tierra recién nacida,
a mujeres que duermen con la mano en el sexo,
complacidas,

a arroyos de agua tierna y a cocinas.

Los amorosos se ponen a cantar entre labios
una canción no aprendida,
y se van llorando, llorando,
la hermosa vida.



Corazón coraza

Mario Benedetti

Porque te tengo y no
porque te pienso
porque la noche está de ojos abiertos porque la noche
pasa y digo amor
porque has venido a recoger tu imagen
y eres mejor que todas tus imágenes
porque eres linda desde el pie hasta el alma
porque eres buena desde el alma a mí porque te
escondes dulce en el orgullo pequeña y dulce
corazón coraza

porque eres mía
porque no eres mía
porque te miro y muero

y peor que muero
si no te miro amor
si no te miro

porque tú siempre existes dondequiera
pero existes mejor donde te quiero
porque tu boca es sangre
y tienes frío
tengo que amarte amor
tengo que amarte
aunque está herida duela como dos
aunque te busque y no te encuentre
y aunque
la noche pase y yo te tenga
y no.

El hombre y la mar

Charles Baudelaire

¡Hombre libre, siempre adorarás la mar!
La mar es tu espejo; contemplas tu alma
En el desenvolvimiento infinito de su oleaje,
Y tu espíritu no es un abismo menos amargo.

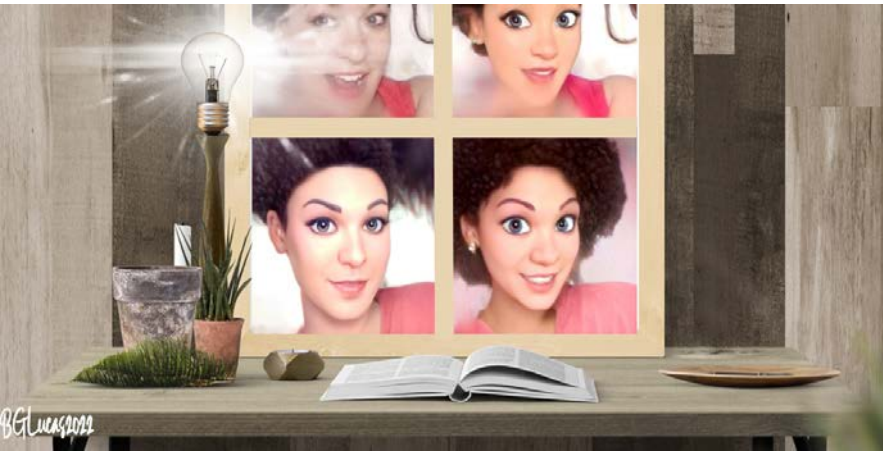
Te complaces hundiéndote en el seno de tu imagen;
La abrazas con ojos y brazos, y tu corazón
Se distrae a veces de su propio rumor
Con el ruido de ese quejido indomable y salvaje.

Ambos sois tenebrosos y discretos:
Hombre, nadie ha sondeado el fondo de tus abismos,
Oh mar, nadie conoce tus tesoros íntimos,
¡Tan celosos sois de guardar vuestros secretos!

Y sin embargo, he aquí siglos innumerables
En que os combatís sin piedad ni remordimiento,
Tanto amáis la carnicería y la muerte,
¡Oh, luchadores eternos, oh, hermanos implacables!

Extraído de: Baudelaire, C. (2011) Las flores del mal. España: Alianza.

000



Expresión facial

Ahora ya has practicado con tu voz, te has dado cuenta de los aspectos a mejorar, has llegado a imprimir emoción en la lectura de un poema, has mejorado tu dicción.... En pocas palabras: ya te sientes más seguro acerca de la lectura en voz alta, pues has identificado tus fortalezas y tus áreas de oportunidad en este campo. ¡Felicidades!

No obstante, la voz no lo es todo en la lectura en público. Hay otros aspectos

de gran importancia que contribuyen a un buen desempeño de lectura en voz alta y la expresión facial es uno de ellos. Después de todo, ¿cómo podemos transmitir emociones al momento de leer si no las reflejamos en nuestro rostro?

Piensa un instante: ¿en alguna ocasión te has descubierto diciendo algo, pero mostrando una expresión que contradice tus palabras? A todos nos pasa. A veces, deseamos ir a algún sitio y damos una excusa, pero nuestro rostro dice algo distinto a lo que expresamos; o deseamos feliz cumpleaños a una persona que no resulta de nuestro agrado y la expresión facial delata otro tipo de pensamientos.

También puede resultar que nuestro rostro no transmita sentimiento alguno, lo cual es catastrófico al momento de leer un texto poético. Las emociones se desprenden de la voz, sí, pero también de nuestra cara.

Para evitar que esto pase, deberás realizar la actividad que se presenta a continuación, pues te ayudará a que controles tu expresión facial.



Actividad 2. Usando la expresión facial

Propósito

Usa una expresión facial pertinente con la intencionalidad del poema.

Modalidad

Mixta

Producto de aprendizaje

Grabación de lectura en voz alta de un poema.



Instrucciones

1. De forma individual, lee el texto “*Expresión facial*” y toma nota de los aspectos más importantes que encontraste en la lectura.
2. Utiliza la grabación anterior que subiste a Drive y a través de un enlace compártelo en el foro “*Expresión facial*”.
3. Tus compañeros y asesor te retroalimentarán respecto a tu expresión facial; asimismo, tú observarás los videos del resto de tus compañeros a fin de retroalimentarlos, siempre en un marco de respeto.
4. En casa, continúa practicando la lectura del poema frente a un espejo tomando en consideración las observaciones de tus compañeros y asesor.



Criterios de evaluación

Elemento	Indicador	Sí	No
Gesticulación	Los gestos se corresponden con la interpretación		
	Muestre la emoción pertinente		
	Controla los tics nerviosos		
	Deja en evidencia que cometió un error		



Recursos y material de apoyo

Expresión facial

Leer en voz alta implica no solo el manejo adecuado de la voz sino de todo el cuerpo. El segundo aspecto más importante al momento de leer –sin importar si se trata de un discurso político o un poema–, es emplear una expresión facial pertinente.

¿A qué hacemos referencia con ello? Fácil: a que nuestro rostro exprese las emociones o pensamientos que buscamos transmitir con nuestra voz. En la lectura en voz alta de un poema resulta absurdo expresar **melancolía** o tristeza mientras que nuestro **semblante** es de alegría. Después de todo, ¿existe algo más absurdo que leer Coplas a la muerte de mi padre, de Jorge Manrique, con una sonrisa en la cara?

Asimismo, es preciso señalar que en una lectura en voz alta de un poema, la audiencia no cuenta con el texto, no puede leerlo, así es que forzosamente vuelve la mirada hacia la persona que realiza la lectura, viendo su rostro, sus movimientos corporales y escuchando su voz.

Como se puede observar, la expresión facial resulta de gran trascendencia para la correcta lectura de un poema. Ahora bien, para ayudar al lector en el manejo de sus gestos, se hacen las siguientes recomendaciones:

No exagere la **gesticulación**. En muchas ocasiones pensamos que leer un poema consiste en exagerar la pronunciación y, por tanto, la expresión facial y los movimientos. Esto es un error, pues produce un efecto negativo en la audiencia, lo que la lleva a pensar que las emociones que se están manifestando a través del poema, son falsas.

Muestre la emoción. Sienta la emoción, relaciónela con algún evento que haya vivido y exprésela. No elija poemas con los cuales no se identifique porque la gesticulación, la voz y el movimiento corporal revelarán que no “vive” el poema. Si el poema es alegre, muestre vitalidad; si, por el contrario, se trata de un texto triste, viva la tristeza. Todas las emociones que conoce el ser humano se ven reflejadas en los poemas, lo que indica que las conoces y las has vivido.

Identifique los **tics** nerviosos y contrólos. En algunas ocasiones, al momento de vernos presionados o tener miedo por hablar en público, parpadeamos excesivamente o en un solo ojo, hacemos muecas o presentamos aleteo nasal. Estos son tics y todos los tenemos y los llevamos a cabo sin darnos cuenta. Para controlarlos, el primer paso consiste en identificar el o los tics que empleamos; usualmente nosotros no podemos hacerlo solos sino que necesitamos de otras personas que nos lo señalen. Una vez identificado el tic, lo siguiente es tratar de controlarlo. Para ello, podemos practicar frente a un espejo o leer ante otras personas. Es

abc

GLOSARIO

Melancolía:

Tristeza vaga, profunda, sosegada y permanente, nacida de causas físicas o morales, que hace que no encuentre quien la padece gusto ni diversión en nada.

Semblante: Cara o rostro humano.

Gesticulación:

Gestos.

Tic: Movimiento

convulsivo, que se repite con frecuencia, producido por la contracción involuntaria de uno o varios músculos.

muy probable que el problema persista durante algún tiempo, pero con práctica y autocontrol, eventualmente desaparecerá.

Si faltó a alguna de las recomendaciones anteriores al momento de leer, siga adelante. Uno de los detalles que vienen con el conocimiento de las fallas, es la pérdida de autocontrol o el intento de corregir el error. Por ejemplo: si estoy leyendo un poema ante una audiencia y comienzo a parpadear insistentemente, puedo ponerme nervioso al saber que falle en uno de los aspectos que debía cuidar y no prosigo con la lectura. Jamás haga eso: si ya cometió el error, no puede volver en el tiempo y deshacerlo; continúe adelante, con naturalidad, como si nada hubiese pasado, trate de controlar el nerviosismo y siga adelante.



Postura y movimientos

Para este momento debes de ser un experto en el manejo de la voz y la expresión facial. Tal vez no lo creas así, pero si has practicado lo suficiente, se debe notar un cambio radical en cuanto a la forma en que leías en voz alta en un principio y tu manera de hacerlo en este momento. Si deseas constatarlo, únicamente debes leer ante personas que te conozcan (familiares, amigos); deja que ellos decidan y te llevarás una agradable sorpresa. Aun así, no has terminado de practicar todos los

aspectos de la lectura en voz alta; te falta la postura y los movimientos al leer.

Existen personas que no creen que éstos sean elementos muy importantes, pero en realidad son fundamentales: si bien es cierto que la voz y el rostro son los que guían a nuestra audiencia y le permiten identificarse con el sentimiento que transmite el texto, la postura y los movimientos pueden resultar aspectos que juegan a nuestro favor o en contra, reforzando aquello que intentamos transmitir o derrumbándolo.

Es por esto que a continuación realizarás una actividad que te ayudará a completar los elementos básicos de la lectura en voz alta. Recuerda que, al igual que las dos actividades anteriores, llevarla a cabo una vez no es garantía de éxito así es que deberás practicar en tu hogar varias veces más hasta que te vuelvas un experto.

Actividad 3. Aprendiendo a paramos y a movernos

Propósito

Emplea una postura y movimientos apropiados para leer poemas.

Modalidad

Presencial

Producto de aprendizaje

Grabación de lectura en voz alta de un poema.



Instrucciones

1. De forma individual, lee el texto “*Postura y movimientos*” y toma nota de los aspectos más importantes que encuentres en la lectura.
2. Utiliza la grabación anterior que subiste a Drive y a través de un enlace compártelo en el foro ““*Postura y movimientos*””.
3. Tus compañeros y asesor te retroalimentarán respecto a tu postura y movimientos; asimismo, tú observarás los videos del resto de tus compañeros a fin de retroalimentarlos, siempre en un marco de respeto.
4. En casa, continúa practicando la postura y tus movimientos. Puedes realizarlo frente a un espejo (en especial, si cuentas con uno de cuerpo completo) o frente a miembros de tu familia.



Criterios de evaluación

Elemento	Indicador	Sí	No
Postura y movimientos	Se mantiene erguido.		
	Sus movimientos respondan a una intencionalidad.		
	No se mueve exageradamente.		
	No mueve las piernas a menos de que sea indispensable.		



Recursos y material de apoyo

abc

GLOSARIO

Erguido:

Levantarse o ponerse derecho.

Encorvado:

Dicho de una persona: Doblarse por la edad o por enfermedad. Inclinar, ladearse, aficionarse sin razón a una parte más que a otra.

Postura y movimientos

El último aspecto a considerar al momento de leer un poema en voz alta es el de la postura y los movimientos. Partiendo del hecho de que la audiencia mira de frente a la persona que lee el texto, se puede afirmar que el público se encuentra pendiente de las palabras que pronuncia, su expresión facial y su lenguaje corporal.

Es por ello que se requiere que el lector conozca cuál es la forma pertinente para moverse y qué postura debe mostrar al momento de hallarse de pie. Los siguientes son algunos consejos que pueden resultar de utilidad:

Manténgase **erguido**. El estar **encorvado** o agachar la cabeza es un claro ejemplo de inseguridad, timidez o poco dominio del tema. Para leer en voz alta –así como para cualquier otra actividad que se realice frente a una audiencia–, se requiere de una postura firme, aunque no rígida.

Que sus movimientos respondan a una intencionalidad. Todo movimiento que hacemos al leer o declamar un poema debe tener un significado: si levantamos la mano derecha es porque el poema así lo requiere, no porque es un capricho de nosotros como lectores; si cerramos el puño estamos obedeciendo a una idea del poema que se trata de expresar a través de ese movimiento.

No se mueva exageradamente. Se recomienda un ligero movimiento de brazos que, como se dijo con anterioridad, obedezca a lo que dice el poema pero sin exagerar. Que los movimientos sean naturales y no se presenten en todo momento, pues representan distractores para la audiencia.

No mueva las piernas a menos de que sea indispensable. Lo más aconsejable es mantener las piernas ligeramente abiertas, evitando balancearse sobre ellas. Tenga cuidado con no levantar el pie ni caminar por todo el escenario, pues revela nerviosismo y falta de confianza. Manténgase al centro del escenario y mueva las manos, no los pies.

Así pues, no queda más que practicar. Comience ahora.

Cierre de módulo: el *slam* poético

Llegamos al final del módulo 2 y es necesario hacer un repaso de todo aquello que realizamos en él: primero que nada, practicaste la lectura en voz alta, lo que te ayudó a identificar tus fortalezas y áreas de oportunidad; posteriormente, aprendiste a controlar tu expresión facial, a fin de que correspondiera con lo que tu voz trataba de transmitir; finalmente, trabajaste tu postura y movimientos al leer para dar credibilidad a tus palabras.



Todo lo anterior te ha llevado a que leas mejor ante un público. Además, ha reforzado tu seguridad. Ahora, llevarás a la práctica lo que has aprendido y lo harás ante una audiencia. No te pongas nervioso(a), has trabajado para hacerlo muy bien y obtendrás buenos resultados.

La forma más común de mostrar la lectura en voz alta es a través de un recital poético. Sin embargo, este tipo de proyectos no siempre resultan tan atractivos para la gente, por lo que hay que utilizar un poco de imaginación, después de todo, estás en proceso de convertirte en un promotor de lectura en tu comunidad. Así, pues, el avance de proyecto que efectuarás consiste en un *slam* poético.

Tal vez te preguntes qué tipo de actividad es esa. No te preocupes, a continuación, encontrarás toda la información necesaria para que lo llesves a cabo. No olvides que esta actividad forma parte de tu proyecto integrador.

Avance 2. Organizando un *slam* de poesía

Propósito

Demuestra sus progresos de lectura en voz alta en un *slam* poético.

Modalidad

Mixta

Producto de aprendizaje

Organización y participación en *slam* poético, texto de conclusión.



Instrucciones

1. De forma individual, lee el texto “¿Qué es un *slam* en poesía?” y toma nota en tu cuaderno de las características principales de este tipo de eventos.
2. Entra al foro “Promocionando el *slam*” y organízate con tu equipo para la creación de al menos un cartel que promueva el *slam*.
3. Coloca el o los carteles en las instalaciones de tu escuela y prepárate para participar el día del evento.
4. El día del evento, prepara el espacio donde se llevará a cabo (auditorio, patio de la escuela u otro) de forma que sea acorde a un evento de promoción de lectura: un escenario para que se realice el *slam*, sillas para el público y jurado y otros aspectos que consideres necesarios.
5. Durante el *slam* poético, los miembros de tu grupo se enfrentarán por rondas leyendo textos en voz alta frente a público y pasando a las siguientes fases después de una votación.
6. En un documento de Word, escribe una reflexión de al menos una cuartilla destacando los aspectos más importantes del evento, así como aquéllos que cambiarías o que mejorarías.
7. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.



Criterios de Evaluación

Criterios	Óptimo (2.5)	Avanzado (2)	Suficiente (1.5)	Básico (1)	Insuficiente (0.5)
Elaboración del cartel	El cartel hace referencia al evento, utiliza un slogan para atraer al público, su manejo de colores es atrayente, la imagen transmite el mensaje con claridad y el uso de palabras se reduce a lo indispensable.	El cartel tiene 4 de las siguientes características: hace referencia al evento, utiliza un slogan para atraer al público, su manejo de colores es atrayente, la imagen transmite el mensaje con claridad y el uso de palabras se reduce a lo indispensable.	El cartel tiene 3 de las siguientes características: hace referencia al evento, utiliza un slogan para atraer al público, su manejo de colores es atrayente, la imagen transmite el mensaje con claridad y el uso de palabras se reduce a lo indispensable.	El cartel tiene 2 de las siguientes características: hace referencia al evento, utiliza un slogan para atraer al público, su manejo de colores es atrayente, la imagen transmite el mensaje con claridad y el uso de palabras se reduce a lo indispensable.	El cartel tiene 1 de las siguientes características: hace referencia al evento, utiliza un slogan para atraer al público, su manejo de colores es atrayente, la imagen transmite el mensaje con claridad y el uso de palabras se reduce a lo indispensable.
Organización del evento	El integrante del equipo desempeño de forma pertinente las actividades que se le asignaron: montaje, lectura del poema, organización del <i>slam</i> . El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.	El integrante del equipo desempeño de forma pertinente las actividades que se le asignaron: montaje, lectura del poema, organización del <i>slam</i> .	El integrante del equipo desempeño más del 80% de las actividades que se le asignaron: montaje, lectura del poema, organización del <i>slam</i> . El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.	El integrante del equipo desempeño todas las actividades que se le asignaron, pero presentó deficiencias en algunas de ellas. El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.	El integrante del equipo no desempeño de forma pertinente más de la mitad de las actividades que se le asignaron. El estudiante no se presentó con puntualidad para el montaje.



Participación en el evento	Su lectura en voz alta presentó avances con respecto a lo trabajado durante la sesión presencial, en los siguientes cuatro aspectos: voz, expresión facial, postura y movimientos.	Su lectura en voz alta presentó avances con respecto a lo trabajado durante la sesión presencial, en 3 de los siguientes aspectos: voz, expresión facial, postura y movimientos.	Su lectura en voz alta presentó avances con respecto a lo trabajado durante la sesión presencial, en 2 de los siguientes aspectos: voz, expresión facial, postura y movimientos	Su lectura en voz alta presentó avances con respecto a lo trabajado durante la sesión presencial, en 1 de los siguientes aspectos: voz, expresión facial, postura y movimientos	Su lectura en voz alta no presentó avances con respecto a lo trabajado durante la sesión presencial, en ninguno de los siguientes aspectos: voz, expresión facial, postura y movimientos
Conclusión	El escrito menciona aspectos de relevancia con respecto al evento, ejerce una crítica argumentada en lo referente a la organización del mismo y propone soluciones viables a todas las problemáticas que se presentaron.	El escrito menciona aspectos de relevancia con respecto al evento, ejerce una crítica argumentada en lo referente a la organización del mismo y propone soluciones viables para al menos una de las problemáticas que se presentaron.	El escrito presenta dos de los siguientes elementos: menciona aspectos de relevancia con respecto al evento, ejerce una crítica argumentada en lo referente a la organización del mismo y propone soluciones viables para las problemáticas que se presentaron.	El escrito menciona aspectos de relevancia con respecto al evento, pero no ejerce una crítica argumentada en lo referente a la organización del mismo y no propone soluciones viables.	El escrito no menciona aspectos de relevancia con respecto al evento, ni ejerce una crítica argumentada en lo referente a la organización del mismo y no propone soluciones viables.

Puntuación:

8.1-10 Óptimo

6.1-8 Avanzado

4.1-6 Suficiente

2.1-4 Básico

0-2 Insuficiente

Resultado: _____



Recursos y material de apoyo

¿Qué es un *slam* en poesía?

Los términos “declamación poética” o “lectura en voz alta” han existido desde hace siglos y hacen referencia a eventos de promoción de lectura que fueron popularizándose entre los intelectuales y el público de las distintas épocas. Lamentablemente, la frecuencia de este tipo de espectáculos ha ido **decreciendo** en las últimas décadas.

Sin embargo, como suele ocurrir con las actividades que han perdido popularidad entre las nuevas generaciones, la lectura en voz alta se ha reinventado durante los últimos años a fin de acercarse a los jóvenes. Así es como nace el “*slam* en poesía” o “*slam* poético”.

Esta lectura en público es completamente distinta de lo que se acostumbra dentro de los círculos literarios tradicionales: se trata de torneos en los cuales los participantes se enfrentan –como si se tratase de un encuentro deportivo– leyendo un poema en voz alta; cada uno de los participantes cuenta con turnos de tres minutos para leer su poema. El ganador pasa a la siguiente ronda.

El jurado que decide quién es el ganador es seleccionado al azar de entre el público; al momento de votar, asigna una calificación que va del 0 al 10. Sin embargo, en el enfrentamiento final el jurado se **disuelve** y se eligen a los tres primeros lugares mediante aplausos.

La lectura del poema es también distinta a lo que usualmente se observa en los certámenes de **declamación**, pues los participantes tienen la libertad de leer, declamar de memoria o incluso interpretar el poema. De hecho, el *slam* se acerca más al performance que a la lectura en voz alta, ya que el movimiento corporal y la actuación es muy importante. Sin embargo, es importante destacar que en este tipo de eventos no se permite la inclusión de vestuario ni música como acompañamiento a la lectura. Así, el reto del concursante es crear la atmósfera propicia y ganarse al público sólo con su interpretación y en un máximo de tres minutos.

Y es en este punto en donde destaca otro aspecto del *slam*: la interacción con el público. Mientras que en los concursos de lectura en voz alta tradicionales el contacto se reduce a lo visual y lo auditivo, en el *slam* el concursante interactúa con el público.



GLOSARIO

Decrecer:

Disminuir.

Disolver: Separar, desunir lo que estaba unido de cualquier modo.

Declamación:

Oración escrita o dicha con el fin de ejercitarse en las reglas de la retórica, y casi siempre sobre asunto fingido o supuesto.



También es de destacar lo atípico de los escenarios en donde se acostumbra llevar a cabo el *slam*: bares, cafeterías, sótanos de iglesias, centros comerciales –aunque, por supuesto, con la popularización de este tipo de eventos se han ampliado los sitios–, entre otros. Esto ha provocado que la poesía llegue a un nuevo tipo de público y no sólo a los amantes del género lírico.

Un aspecto más en lo que se diferencia el *slam* es el tipo de poemas: en estos concursos, los participantes pueden acudir a un poema existente o inventar el suyo. En algunos casos, durante la ronda final, el poema es inventado sobre el escenario y nace a partir de palabras sueltas que proporciona el público, un video que se proyecta o algún soporte multimedia.

El público mismo es distinto en su comportamiento, ya que tiende a ser más activo que el de los concursos tradicionales: aplaude, chifla, hace porras, vitorea, actúa de principio a fin del certamen, tal y como ocurre en los eventos deportivos a los cuales se asemeja el *slam* (boxeo, beisbol, lucha libre).



Módulo III.

La organización de eventos de promoción de la lectura

Introducción

Comienza el último módulo de esta TAE y, por tanto, te encuentras muy cerca de concretar tu proyecto integrador, el cual consiste en un festival de lectura. Para hacerlo, deberás conocer en qué consiste la organización de eventos de promoción de lectura.

Si bien es cierto que ya has concretado dos pequeños proyectos, también lo es que se encuentran ubicados en entornos muy delimitados: el primero dentro del aula y el segundo en las instalaciones de la escuela. Además, en estas dos actividades has actuado como organizador y como participante, ya que además de planear el evento has sido lector. Sin embargo, para el proyecto integrador no será así.

La organización de eventos de este tipo requiere de una preparación muy cuidadosa. Es en ella donde se observa cuál es la función principal del promotor de lectura: ser un mediador, un constructor de puentes entre las otras personas y los textos. Es decir: acercar los libros a los demás, propiciar un ambiente adecuado para la lectura recreativa, contagiar de su entusiasmo por leer.

En este módulo, conocerás los diferentes espacios donde se puede leer y los elementos necesarios para la planeación de un evento de promoción de la lectura.



Competencias del módulo

Competencia específica

- Desarrolla proyectos de promoción de la lectura, a partir de anteproyectos sustentados en hábitos de lectura, tipos de lectores y espacios pertinentes, con la finalidad de integrarlos en un evento.

Contenidos

- Espacios de lectura
- Los eventos de promoción de la lectura

Espacios de lectura

El lugar que eliges (o te proporcionan otras personas) para leer, influye de manera fundamental en tu actitud hacia la lectura. Si lo realizas en un lugar en el que te sientas cómodo e inspirado, podrás llevar a cabo el acto lector ininterrumpidamente durante horas. En cambio, si lo haces en un sitio que no te invita a leer o resulta poco apropiado para ti, tu lectura será breve y es probable que ni siquiera recuerdes el argumento del libro que abriste.



Por ello, como promotor de lectura debes considerar qué lugares son convenientes para que tu público se sienta motivado a leer. Si recuerdas, la actividad I te proporcionó datos al respecto al indagar los hábitos de lectura, por lo que esa información te resultará de gran utilidad al momento de realizar la actividad que se te presentará a continuación.

Antes de que comiences, toma en cuenta que un promotor de lectura trabaja con lo que tiene, pero también da rienda suelta a su imaginación y creatividad; no te limites demasiado en los espacios que pretendas utilizar para tu proyecto ni acudas a los tradicionales; parte de la idea de que para atraer al público siempre se requiere una forma distinta de pensar y una gran capacidad para sorprender a los otros gratamente. Sé creativo. Ya después tendrás que ver si lo que propones es realmente viable o no.

Ahora sí, comencemos...



Actividad 1. Eligiendo un espacio de lectura

Propósito

Selecciona un espacio de lectura para su proyecto final.

Modalidad

Mixta.

Producto

Texto en donde se muestre el proceso de selección de espacios de lectura y se justifique el porqué.



Instrucciones

1. En casa, lee el texto “*Espacios para leer*” y haz un listado de 5 lugares en los que crees que sería adecuado llevar a cabo tu evento de promoción lectora. Recuerda que el evento no tiene por qué estar limitado a los muros de la escuela; puedes llevarlo a cabo en algún sitio público de tu comunidad. Pero también recuerda que los sitios propuestos deben ser reales y acordes con un evento de promoción de lectura.
2. En el foro denominado “*Espacios de lectura*”, en el tema de discusión que el asesor abrirá para tu equipo, compara junto a tus compañeros las propuestas de cada miembro y seleccionen un solo espacio para sugerir.
3. En el mismo foro, redacten una justificación en la que establezcan el porqué de su elección.
4. Durante la sesión presencial, tanto tu equipo como los otros, presentarán su respectiva propuesta ante el grupo y llegarán a un acuerdo acerca de cuál de todas las sugerencias se empleará para el proyecto integrador.
5. En un archivo de Word, escribe los lugares que propusiste de forma individual, cuál fue el que finalmente seleccionó el equipo y por qué.
6. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.



Criterios de evaluación.

Fondo:

- La justificación se basa en principios de la argumentación.
- Los lugares propuestos de manera individual por el estudiante son viables para la realización de un proyecto de promoción lectora.

Forma:

- El número de sitios sugeridos corresponde al solicitado.
- La redacción de la justificación sigue las normas gramaticales y ortográficas.



Recursos y material de apoyo

Espacios para leer

Cuando se habla de lugares para leer, tradicionalmente se piensa en las bibliotecas, recintos de sabiduría que albergan una cantidad espléndida de libros y materiales de lectura en general. Sin embargo, lo cierto es que cualquier lugar que reúna las condiciones necesarias para llevar a cabo una reunión, exhibición o concurso de lectura; el requisito principal consiste en que las personas que participen se sientan cómodas en ese espacio.

Entonces, la pregunta es: ¿Qué espacios pueden ser apropiados para llevar a cabo un evento de lectura? Existen numerosos ejemplos de lugares convencionales –y otros no tanto– que se han utilizado en promoción de la lectura: desde escuelas hasta cárceles, tal y como se verá más adelante.

Uno de los espacios más **recurrentes** es el de las escuelas, ya sea en la biblioteca del plantel, en el auditorio o en el aula misma. Esto se debe a que la promoción lectora usualmente va de la mano de la educación: las instituciones escolares buscan formar individuos lectores. Sin embargo, y esto es muy importante, en la práctica la escuela no es la principal promotora de la lectura. Las personas se aproximan a un texto por la influencia de familiares o amigos; claro que un docente puede resultar una figura de relevancia para los hábitos lectores de algún estudiante, pero rara es la ocasión en que dicha influencia se extiende a la totalidad del grupo escolar.

Otro sitio frecuentemente utilizado son los cafés. Esto se debe en parte al carácter intelectual de algunos de estos establecimientos, los cuales a lo largo de la historia han permitido el intercambio libre de ideas entre filósofos, artistas e intelectuales. En muchos de estos cafés, los poetas realizan lectura de sus últimas o más celebradas creaciones; también se realizan concursos o performances. Obviamente, el público al cual va dirigido los eventos en estos sitios es de un **cariz** intelectual, amantes de la literatura y conocedores del mundo de la lectura.

Las plazas públicas son sitios que han permitido acercar a la comunidad con la lectura. Al ser lugares en donde circulan hombres, mujeres y niños de las más diversas clases sociales, los eventos de promoción de la lectura han resultado de gran éxito al momento de acercar al público con las obras literarias. Para ello, se ha recurrido a una enorme variedad de estrategias: obras de teatro callejeras, performances, ciclos de cine literario al aire libre, recitales y otras actividades.

Por otra parte, las ferias del libro se han popularizado, atrayendo a un público muy amplio y no sólo los lectores **empedernidos**. Prueba de ello es la Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara, el evento más



GLOSARIO

Recurrente: Que vuelve a ocurrir o a aparecer, especialmente después de un intervalo.

Cariz: Aspecto que presenta un asunto o negocio.

Empedernido: Obstinado, tenaz, que tiene un vicio o costumbre muy arraigados.

abc

GLOSARIO

Lucro: Ganancia o provecho que se saca de algo.

Reinserción: Que se vuelve a integrar en la sociedad a alguien que estaba condenado penalmente o marginado.

importante de las letras en español que reúne a más de 2000 editoriales y a cientos de miles de asistentes cada año. Para la realización de estas ferias se requiere de espacios muy amplios que pueden ser rentados por los organizadores o presentados por el gobierno municipal o estatal (dependiendo de la infraestructura y el poder de convocatoria de cada evento).

En los últimos años, han aparecido proyectos de lectura de gran interés, como aquellos que van dirigidos a públicos olvidados, como son los ancianos, los niños huérfanos y los presos. Por una parte, han aparecido varios grupos que se encargan de ir a los asilos a leer a personas de la tercera edad que ya no se encuentran en condiciones de hacerlo por sí mismos. Esto ha encontrado eco en los grupos –principalmente de jóvenes– que realizan labores de cuentacuentos o de obras con títeres en los orfanatos. Por otra, encontramos los proyectos de grupos sin fines de **lucro** que buscan contribuir a la **reinserción** de los presos, a través del acercamiento con la lectura o, incluso, con el proceso creativo a través de talleres de creación literaria.

Asimismo, la aparición de alternativas a los proyectos de promoción tradicional ha derivado en cambios en los espacios de lectura. Ejemplo de ello es el *slam*, evento poético que acostumbra llevarse a cabo en bares o sótanos de iglesia.

En Colombia, hace unos años la Coordinación de programas de lectura en espacios no convencionales puso en marcha un proyecto de puestos de lectura en plazas de mercado, que consiste en que los vendedores y clientes de los mercados puedan parar en estos puestos para leer o llevarse un libro a préstamo. El proyecto no se limitaba a los asistentes de estos lugares sino que incluía también a los vecinos de las zonas aledañas.

Como se puede observar, existe una infinidad de sitios en los que las personas se pueden congregarse a leer. Únicamente se requiere de un buen proyecto, una forma atractiva de promocionarlo y un lugar adecuado para llevarlo a cabo.

Los eventos de promoción de lectura

Hasta ahora, has realizado algunas actividades de promoción de lectura en pequeña escala, donde los participantes han sido tú y tus compañeros, pero estamos llegando a la recta final de la TAE y tu proyecto se va acercando cada vez más, por lo que necesitas pensar a mayor escala, pues esta vez serán otros los participantes y tú y tus compañeros, los promotores.

La base de la promoción de la lectura consiste en emplear acciones que difundan la obra escrita y la acerquen al público potencial. Estas acciones abarcan diversos ámbitos y gradaciones: pueden ser tan sencillas como recomendar un libro a un amigo o tan complejas como organizar una feria del libro; asimismo, cabe la posibilidad de que sean completamente lúdicas al estilo de los *slam* poéticos o, por el contrario, formales en un sentido más tradicional, como los recitales.

Estas actividades también encuentran sus diferenciaciones en el público al cual van dirigidas: hay infantiles como el cuentacuentos, de adolescentes y adultos como ocurre en los círculos de lectura, para personas de la tercera edad en las lecturas en asilos, etc. También hay acciones dirigidas exclusivamente para mujeres, para estudiantes o para fanáticos de determinado género o saga.

Lo cierto es que todas estas actividades comparten un fin: la formación, atención o recuperación de lectores; de allí que algunas de ellas puedan adaptarse para un grupo distinto al que originalmente fue pensado.



Actividad 2. Preparándome para mi evento

Propósito

Prepara su actividad de promoción de lectura.

Modalidad

Presencial.

Producto de aprendizaje

Texto donde se justifique la selección de la actividad de promoción lectora.



Instrucciones

1. Durante la sesión presencial, lean en equipo el texto “*Actividades de promoción lectora*”.
2. Una vez identificadas todas las actividades de promoción lectoras, tu equipo deberá elegir qué tipo de actividad de promoción llevará a cabo durante el festival de lectura. Para ello, tu asesor te propondrá lo siguiente: círculo de lectura, *slam* poético o stand de exhibición de obras literarias, entre otros. La cantidad de actividades que se llevarán a cabo durante el festival dependerá del tamaño de tu grupo. Un aspecto a destacar es que esta vez no participarás como lector sino como organizador o moderador en los eventos.
3. Una vez seleccionada la actividad, deberán repartirse las funciones a realizar y diseñar un medio de difusión para su actividad. Para el *slam* (y concursos), se redactará una convocatoria. Puedes basarte en los ejemplos que aparecen en el portal del SEMS (www.sems.udg.mx); sólo escribe “convocatoria” en el buscador y los hallarás. Para el resto de las actividades, los miembros del grupo realizarán carteles a fin de promocionar su evento.
4. Distribuyan los carteles y la convocatoria para que su público potencial se entere del evento. Pueden hacerlo físicamente o por medios electrónicos.
5. En un documento de Word, redacta en mínimo media cuartilla un texto en el cual se mencione qué actividad van a realizar tú y tu equipo y por qué la seleccionaron. Anexa la convocatoria o una fotografía del cartel que crearon.
6. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.



Criterios de evaluación

Fondo

- La convocatoria (o el cartel, según sea el caso) cumple con los requerimientos planteados en el texto “Los eventos de promoción de la lectura”.
- El texto de justificación se basa en criterios de argumentación.

Forma

- La justificación abarca una extensión mínima de media cuartilla.
- La redacción tanto de la convocatoria como de la justificación cumplen con las normas de redacción y ortografía.



Recursos y materiales de apoyo.

Actividades de promoción lectora

Las actividades cuya finalidad sea la promoción o motivación lectora presentan gran diversidad, dependiendo de los recursos, lugares o público potencia. A continuación, se presentan algunos ejemplos de acciones que se pueden llevar a cabo para la difusión de la lectura.

Cuentacuentos

Ésta es, probablemente, la actividad de promoción lectora más conocida. Usualmente se enfoca en el público infantil –aunque no es exclusivo de él– y consiste en la narración oral de un texto. Dicha narración es producto de: 1) la lectura en voz alta del cuento o 2) la narración de memoria del mismo, sin consultar el texto. Es necesario destacar que el segundo tipo de narración es la más habitual en el cuentacuentos pues permite mantener contacto visual con el público.

La persona que se dedica a contar el cuento debe acudir a diversas estrategias para captar y mantener la atención de su público y, para ello, cuenta con una serie de herramientas: voz, gestos, expresión corporal, entre otros. Debe ser lo suficientemente expresivo y, de ser posible, capaz de proporcionar de una voz única a cada personaje, permitiendo así diferenciar los diálogos y pensamientos de cada uno de los caracteres que representa.

Asimismo, el cuentacuentos se puede apoyar en vestuario, utilería y escenografía para mantener la atención de sus oyentes: escenarios de fondo, animales hechos de **foami** u otro material, sombreros, capa de mago, entre otros elementos resultan de relevancia para mantener la atención del niño. Aunque es importante recordar: la historia en sí misma y la forma en la cual se narra es lo fundamental en la labor del cuentacuentos; lo demás es ornamental, un apoyo.

Ciclos de cine literarios

Una herramienta importante para acercar a las personas con un determinado mensaje es el cine, ya que existe una gran variedad de temáticas dentro del denominado séptimo arte: la ecología, la Historia, la tecnología, el **folklore** y, por supuesto, la literatura, entre otros.

En un ciclo de cine, antes de la proyección de cada película, un miembro del comité organizador da una introducción a la misma a fin de que el público sea consciente del porqué se eligió esa cinta; posteriormente, se proyecta la película para que, al finalizar la misma se realice un intercambio de opiniones entre el público.



GLOSARIO

Foami: Polímero termoplástico conformado por unidades repetitivas de etileno y acetato de vinilo.

Folklore: Conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc., tradicionales de un pueblo.



GLOSARIO

Sinopsis:

Exposición general de una materia o asunto, presentados en sus líneas esenciales.

Rasgos generales de la historia de un libro, película, etc.

Para organizar un ciclo de cine literario se requiere:

1. Seleccionar la temática. Aunque ya contamos con un tema en general –las adaptaciones literarias en el cine–, el universo de películas a utilizar es muy amplio, por lo que se recomienda elegir filmes que compartan una temática o un género cinematográfico en específico. Para llevar a cabo este paso, se puede acordar la temática al interior del comité organizador o utilizar encuestas entre el público potencial para ver cuáles son sus intereses.
2. Elegir las películas a exhibir. Resulta indispensable seleccionar cintas de calidad, pues la idea de estos ciclos es animar al público para que lea la obra literaria. Sin embargo, hay otros dos aspectos relevantes al momento de decidir cuáles filmes utilizaremos: por un lado, las películas deben resultar entretenidas para nuestro público potencial y, por otro, se recomienda alternar la exhibición de películas que gozan de cierta popularidad con otras que no son tan conocidas por el público en general (y es que, si ya las vieron, ¿para qué entrar a nuestro ciclo?).
3. Difundir el ciclo entre la comunidad. Para esto, lo primero a hacer consiste en elaborar un programa en donde se mencione el nombre del ciclo, la ficha técnica de la película (título en español y en su idioma original, país, duración, nombre del director y de los actores, como mínimo) y la **sinopsis** de la misma. Posteriormente, se debe difundir entre la comunidad. Esta promoción puede venir acompañada de carteles, invitaciones personalizadas, promoción en medios de comunicación locales, etc.
4. Preparar el espacio. Se debe adaptar un espacio pertinente para realizar el ciclo de cine. Para ello, el lugar tiene que reunir las siguientes condiciones: ser amplio, con buena acústica, con ventilación pero posibilitado para poder oscurecerse como una sala de cine, entre otros aspectos.

Montaje de stands

Más allá de las actividades que puedan atraer a todo público está la esencia de la lectura: el libro. En las ferias literarias, se encuentran stands en donde el público puede adquirir un ejemplar, aunque también los hay de únicamente exhibición. Usualmente, dichos stands se encuentran divididos por editoriales, por ejemplo: existe un stand para Tusquets editores, otro para grupo Santillana, otro para Fondo de Cultura Económica, etc.

El objetivo del montaje de stands es simplemente acercar a las personas con la literatura aunque, como es de suponer, para ello muchas veces se tiene que recurrir a cierto tipo de actividades que atraigan la atención del público: firma de libros por parte de autores importantes, sorteo de libros u objetos promocionales, cuentacuentos o lectura en voz alta, entre otros.

Para montar un stand se puede recurrir desde algo muy sencillo como un par de mesas y una marquesina hasta elementos más complejos como son las estructuras que simulan libreros. También resulta común la creación y utilización de carteles que promuevan un libro o a un autor en concreto; asimismo, otras formas de publicitar el stand es a través de volantes y trípticos o folletos.

Finalmente, en lo correspondiente al trato humano, hay algunos aspectos a considerar: debe existir un acercamiento con las personas que visitan el stand, platicar con ellas, informarles acerca de algunas de las obras que se exhiben o venden a fin de fomentar la lectura de esos libros. Una forma básica de llamar la atención es que todos los expositores (las personas que se encuentren en el stand) vayan vestidas de la misma forma. Pero lo más importante siempre será la forma de abordar a la gente.

Biblioteca ambulante

Las bibliotecas son lugares de conocimiento, sitios en los que las personas se aproximan a los libros sin tener que desembolsar dinero, pues los volúmenes son extraídos en condición de préstamo. Esto los convierte en los recintos favoritos para promover la lectura. Sin embargo, en las últimas décadas ha existido un distanciamiento por parte de las nuevas generaciones, por lo que se han creado las bibliotecas ambulantes.

Bajo la premisa de “si Mahoma no va a la montaña que la montaña vaya a Mahoma”, las bibliotecas ambulantes constituyen una herramienta para acercar a los jóvenes con la lectura, además de que son un instrumento de apoyo muy importante para las comunidades que se encuentran lejos de este tipo de recintos.

Para crear una biblioteca ambulante no se necesita mucho: únicamente algunos libros para préstamo, un carrito donde transportarlos, una bitácora que permita llevar un control acerca de los préstamos y, claro está, un buen promotor de lectura que anime a las personas a leer y contagie su entusiasmo por la palabra escrita. No obstante, la creatividad puede resultar trascendental para atraer a los lectores: adornar el carro de manera atractiva o referente a una obra popular fácilmente identificable puede llamar la atención de más personas; también ha resultado efectivo cantar frases de libros de manera creativa, convirtiéndolos en temas de géneros musicales de moda.



GLOSARIO

Certamen:

Concurso abierto para estimular con premios determinadas actividades o competiciones.

Concursos literarios

Los **certámenes**, ya sea por creación, lectura o análisis de obras literarias son una manera eficiente de premiar a aquellas personas que se encuentran interesadas en las obras literarias; a diferencia de las anteriores actividades de promoción, los concursos usualmente no tienen la finalidad de atraer nuevos lectores sino de premiar a los que ya lo son.

Para llevar a cabo un certamen, se requiere: un comité organizador, una convocatoria en la cual se encuentren establecidas las bases para el concurso, un espacio donde llevar a cabo la premiación, jueces que decidan al ganador de forma objetiva y con base en criterios establecidos y los premios a entregar al o a los ganadores.

Como en todos las actividades de promoción de la lectura, se requiere de publicidad, ya sea impresa, digital o de las dos a fin de difundir e interesar a los miembros de la comunidad.

Cierre de módulo

El anteproyecto de promoción de la lectura

Ya conoces a tu público, tu espacio, has especificado en qué parte del evento participarás y has experimentado la realización de dos actividades de promoción de la lectura (el círculo de lectura y el *slam* poético); todo eso es perfecto, pero recuerda que se necesita una planeación muy detallada antes de llevar a la práctica un proyecto de lectura, en especial si lo vas a presentar ante un público externo, ya sea estudiantes de otros planes de estudios o miembros de tu comunidad.



Esta planificación recibe un nombre: anteproyecto de promoción de la lectura. En él, detallamos qué vamos a hacer, por qué, que se requiere para llevarlo a cabo, cómo estará dividido en cuanto a tiempo y en cuanto a personas, entre otros aspectos.

La elaboración de un anteproyecto te facilitará la planeación del evento de promoción, pues delimitarás lo que tienes que hacer y te precisará el tiempo del que dispones para llevarlo a la práctica. Asimismo, te permitirá organizar el proyecto sin sorpresas en cuanto a los recursos materiales que necesitas.

El avance que viene a continuación te permitirá realizar este anteproyecto, así es que presta mucha atención a lo que debes hacer, lee el texto correspondiente y trabaja en equipo, porque ya estamos acercándonos al cierre de la TAE y, si todos los avances anteriores eran de suma importancia para la realización del proyecto integrador, éste es el más importante de todos.



Avance 3. Mi anteproyecto

Propósito

Diseña un anteproyecto de una estrategia de promoción de lectura.

Modalidad

Presencial.

Producto

Anteproyecto de promoción de la lectura.



Instrucciones

1. De forma individual, lee el texto “*Cómo planificar un proyecto de promoción de la lectura*” y redacta en tu cuaderno una breve explicación de cada una de las partes del anteproyecto.
2. En equipo, construyan el primer borrador de su anteproyecto con cada una de sus partes:
3. Presenten el primer borrador ante el resto del grupo y esperen retroalimentación de sus compañeros y su asesor.
4. Modifiquen su anteproyecto a partir de las sugerencias de sus compañeros y asesor.
5. En un documento de Word, de forma individual, redacta la versión final del anteproyecto y agrega una conclusión de media cuartilla en la que reflexiones acerca de lo aprendido.
6. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.



Criterios de evaluación

Criterios	Sí (1)	No (0)	Observaciones
El anteproyecto tiene una extensión mínima de 3 cuartillas.			
La portada cuenta con la siguiente información: datos generales de la escuela, nombre del proyecto, nombre de los integrantes y fecha de elaboración.			
El cuerpo del texto se encuentra redactado en letra Arial tamaño 12 con interlineado 1.5.			
El objetivo cumple con todos los elementos descritos en la lectura “Cómo planificar un proyecto de promoción de la lectura”.			
La justificación explica los motivos por los cuales resulta necesario implementar esa actividad de promoción lectora en el contexto específico.			
La justificación tiene una extensión mínima de media cuartilla.			
Las actividades propuestas enlistan los pasos a seguir para su realización.			
Las actividades propuestas son viables para realizarse en ese contexto específico.			
Se mencionan los recursos materiales indispensables para la realización de las actividades.			
La conclusión evidencia una reflexión personal por parte del estudiante acerca de lo aprendido hasta el momento.			

Total: _____



Recursos y materiales de apoyo

Cómo planificar un proyecto de promoción de la lectura

Difundir el bello acto de leer es muy sencillo dentro del contexto familiar: compras o consigues libros e invitas a los miembros a que se **zambullan** en la magia de la literatura. O, en la cena, abordas el tema del “libro que adquiriste recientemente” y desde ese momento, motivas a los demás a leer.

Sin embargo, cuando la promoción lectora abarca un universo más grande –la escuela, la comunidad, el municipio–, las acciones no son en lo absoluto sencillas por lo que se requiere de una organización que va de menor a mayor complejidad, dependiendo del tipo de proyecto que se desea llevar a cabo. En cualquier caso, para realizar estos proyectos se necesita de una planificación que contemple los tiempos, razones, presupuesto y acciones del evento.

Pero, ¿cómo se planifica? No existe un solo modelo para esto, pues la presentación –y algunos elementos– varían según las necesidades del proyecto o los requerimientos de la institución a la cual éste se presenta. A continuación, se da un ejemplo de cómo hacerlo.

Paso 1. Delimitación del proyecto

Existen numerosas formas de difundir la lectura entre la comunidad; todas ellas dependen del tipo de público al cual se dirige. Para seleccionar qué proyecto vamos a llevar a cabo debemos ser conscientes de cuáles son los gustos y limitaciones de las personas a las cuales buscamos atender. Por ejemplo: si el ambiente resulta **adverso** a la lectura, conviene un proyecto de aproximación inicial a través de los gustos e intereses de la comunidad (si son jóvenes que acostumbran jugar X-box, Playstation o cualquier otra consola, se puede acercar a la lectura a través de las novelas basadas en videojuegos); por el contrario, si se trata de una comunidad lectora, resulta necesario utilizar lecturas que impliquen un reto para ellos, siempre atendiendo sus gustos lectores particulares.

A partir de esta identificación del público, elegiremos el proyecto a realizar y lo delimitaremos, pues no resulta **factible** implementar una actividad a todo un municipio –a menos de que se cuente con amplia experiencia y **vastedad** de recursos materiales y humanos–. Se debe considerar nuestras limitantes para elegir un nombre para nuestro proyecto. Algunos ejemplos son:

Labor de cuentacuentos en la escuela primaria Basilio Vadillo.

Montaje teatral “Romeo y Julieta” en la plaza de la liberación.

Lectura a personas de la tercera edad en el asilo Villa Santa Anita.

Paso 2. Objetivo

Ahora que contamos con un proyecto delimitado, se debe establecer un objetivo, es decir: una meta que se pretende alcanzar. La redacción de estos objetivos se basa principalmente en 3 componentes:

Un verbo de desempeño claramente evidenciable: establecer, describir, analizar, organizar, desarrollar, etc.

Un objeto, es decir el qué de la cuestión, la actividad a realizar o lo que se pretende que se establezca, describa, analice, organice o desarrolle.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de objetivos:

Organizar una feria medieval en la escuela.

Difundir una obra literaria en un círculo de lectura.

Desarrollar competencias lectoras en estudiantes de primero de secundaria.

Paso 3. Justificación del proyecto

Usualmente, cuando elegimos un proyecto y lo delimitamos (paso 1), ya contamos con una noción clara de las necesidades que buscamos cubrir con nuestro proyecto; sin embargo, resulta imprescindible dar a conocer la importancia de dicha actividad (justificarla) a los demás a través de un texto que contextualice a la comunidad en la que se busca implementar el proyecto.

Para ello, se recomiendan los siguientes aspectos:

Explicar a quién va dirigido: sus edades, hábitos, si gustan de leer o no, situación cultural y socioeconómica. Se sugiere no profundizar ni dedicar más de media cuartilla en la descripción de este aspecto.

Justificar, a partir de la identificación del público, el por qué esa actividad de promoción lectora (cuentacuentos, obra de teatro, títeres, ciclo de cine, etc.) resulta más efectiva en comparación con cualquier otra. No se necesitan mencionar las demás a detalle, pero sí hacer énfasis en las bondades de la actividad seleccionada.

Exponer cómo se busca impactar en los hábitos lectores de la comunidad seleccionada.

La justificación debe ser un apartado relativamente extenso dentro del cuerpo de texto del anteproyecto, de entre una y dos cuartillas.

Paso 4. Descripción del proyecto

El paso que sigue consiste en la descripción detallada de la actividad de promoción lectora a realizar: en qué consiste, para qué cantidad de público se dirige, en qué lugar se llevará a cabo, qué textos literarios se utilizarán, etc. En este apartado se presenta, además, la división de trabajo en el equipo, es decir: se especifica qué hace cada quién.

Esta sección se considera también relativamente larga; dependiendo de la complejidad del proyecto, puede abarcar una o dos cuartillas.

Paso 5. Cronograma

En este apartado, se plasma la organización del tiempo a través de un cronograma, es decir: un cuadro en el que se establecen los tiempos de realización de la actividad, desde su preparación hasta su realización. La función de este cuadro consiste en establecer pequeñas metas que ayudarán a su vez a la realización de la mayor (el objetivo) y asignarles un tiempo específico para su cumplimiento.

A continuación, se presenta un ejemplo de cronograma de actividades para un proyecto a realizar en junio:

Fase	Actividades	ener	feb	marz	abr	may	jun
Consejo de consultivo	Reunión 1: proponer textos a leer	x					
	Reunión 2: definir espacios		x				
	Reunión 3: evaluación del evento						x
Organización del evento	Invitar a los participantes		x				
	Solicitud de prestadores de servicio social		x				
	Compra de insumos: papelería y abarrotes					x	
	Gestión de espacios			x			
	Capacitación de prestadores de servicio social				x	x	
	Gestión de trámites				x		
Difusión	Diseño de carteles			x			
	Impresión					x	
	Distribución					x	



Para finalizar

El camino que comenzaste cinco semanas atrás está llegando a su fin para la sexta semana. Todas las actividades que has realizado hasta el momento y cada uno de los tres avances de proyecto, te han conducido hasta este punto.

Por tanto, es necesario que recapitemos lo realizado hasta el momento: has identificado los hábitos lectores de miembros de tu comunidad para diferenciarlos dentro de dos tipologías distintas y localizado los espacios de lectura más convenientes; has practicado la lectura en voz alta y has conocido lo básico para la organización de eventos de promoción lectora, aplicándolo en un anteproyecto. Asimismo, has realizado dos pequeños proyectos (en este caso, los avances) de promoción lectora: un círculo de lectura y un *slam* poético.

Ahora, reunirás todo lo trabajado con anterioridad para la organización de tu evento de promoción de lectura. En esta ocasión, organizarás un festival de la lectura en donde exhibas libros, organices un *slam* de poesía y un círculo de lectura. Y, si tu grupo es lo suficientemente amplio, podrás llevar a cabo más actividades. Lo importante es que ahora demostrarás ante un público más amplio los conocimientos que has adquirido y las habilidades que has desarrollado hasta el momento.

A continuación, encontrarás las instrucciones, recursos necesarios e instrumento de evaluación para llevar a cabo tu proyecto integrador. **¡Adelante y éxito!**

Proyecto integrador. Nuestro festival de lectura

Propósito

Desarrolla un festival de lectura.

Modalidad

Presencial.

Producto

- Festival de lectura.
- Documento de cierre de proyecto.



Instrucciones

1. De forma grupal, construyan el programa del festival de lectura.
2. A partir del anteproyecto de tu equipo, distribúyanse las funciones, estableciendo qué tipo de actividades realizará cada miembro y dividiéndose el material necesario para realizar su actividad de promoción. Hagan llegar a su asesor la división de responsabilidades.
3. Inviten a más personas para que asistan a su festival. Si lo creen necesario, utilicen más medios para difundir el evento (Internet, volanteo, invitación personal).
4. Diseñen una encuesta para que los asistentes a su evento puedan evaluar y retroalimentar la actividad.
5. El día del festival de lectura, instalen todo lo necesario para llevar a cabo su actividad y comiencen a desarrollarla. No olviden tomar fotos y video del evento.

6. En un documento de Word, redacta un documento de cierre de proyecto, el cual dividirás en 4 secciones:
 - Informe de resultados. En un mínimo de una cuartilla, presentarás los resultados de tu actividad, destacando fortalezas, áreas de oportunidad, imprevistos y aspectos que consideres importante mencionar.
 - Encuesta. Anexa las preguntas que tu equipo diseñó para la encuesta
 - Conclusión acerca del evento. En media cuartilla, a modo de conclusión, explica qué impacto tuvo en los asistentes este festival y justifícalo.
 - Apreciación personal. En media cuartilla, da tu opinión acerca de la importancia de la lectura de textos literarios y cuál es el papel que desempeñan este tipo de textos en el arte. Redacta, además, tu apreciación acerca de estos textos desde un punto de vista estético.
7. Entrega tu producto de acuerdo a las indicaciones de tu asesor.



Recursos y materiales de apoyo

Lectura “Actividades de promoción lectora” de la actividad 8.



Criterios de evaluación

Criterios	Óptimo (5)	Avanzado (4)	Suficiente (3)	Básico (2)	Insuficiente (1)
Organización del evento	<p>La actividad programada por los estudiantes se realizó en tiempo y forma, contando con la suficiente cantidad de recursos y materiales apropiados.</p> <p>El integrante del equipo desempeñó de forma pertinente las actividades que se le asignaron.</p> <p>El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.</p>	<p>La actividad programada por los estudiantes se realizó en tiempo y forma, contando con los recursos y materiales apropiados pero en cantidad insuficiente.</p> <p>El integrante del equipo desempeñó de forma pertinente las actividades que se le asignaron.</p> <p>El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.</p>	<p>La actividad programada por los estudiantes se realizó en tiempo y forma, contando con la suficiente cantidad de recursos y materiales apropiados.</p> <p>El integrante del equipo desempeñó más del 80% de las actividades que se le asignaron.</p> <p>El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.</p>	<p>La actividad programada por los estudiantes se realizó en tiempo y forma, contando con la suficiente cantidad de recursos y materiales apropiados.</p> <p>El integrante del equipo desempeñó todas las actividades que se le asignaron, pero presentó deficiencias en algunas de ellas.</p> <p>El estudiante se presentó con puntualidad para el montaje.</p>	<p>La actividad programada por los estudiantes no se realizó en tiempo y forma o no contó con la suficiente cantidad de recursos y materiales apropiados.</p> <p>El integrante del equipo no desempeñó de forma pertinente más de la mitad de las actividades que se le asignaron.</p> <p>El estudiante no se presentó con puntualidad para el montaje.</p>
Informe de resultados	<p>En el texto, mencionas estos 3 aspectos y los justificas: fortalezas, áreas de oportunidad, imprevistos del evento. Asimismo, se mencionan los aspectos que consideras importantes.</p>	<p>En el texto, mencionas 2 de estos 3 aspectos y los justificas: fortalezas, áreas de oportunidad, imprevistos del evento. Asimismo, se mencionan los aspectos que consideras importantes.</p>	<p>En el texto mencionas estos 4 aspectos: fortalezas, áreas de oportunidad, imprevistos y aspectos que consideres importante contar acerca del evento.</p>	<p>En el texto, mencionas 3 de estos aspectos: fortalezas, áreas de oportunidad, imprevistos y aspectos que consideres importante contar acerca del evento.</p>	<p>En el texto, mencionas menos de 3 de los siguientes aspectos: fortalezas, áreas de oportunidad, imprevistos y aspectos que consideres importante contar acerca del evento.</p>



Encuesta	Las preguntas permiten obtener una valoración acerca de la efectividad del evento y su redacción es clara.	Más del 80% de las preguntas permiten obtener una valoración acerca de la efectividad del evento y su redacción es clara.	Más del 60% de las preguntas permiten obtener una valoración acerca de la efectividad del evento y su redacción es clara.	Las preguntas hacen referencia al evento y su redacción es clara.	Las preguntas no permiten obtener una valoración acerca de la efectividad del evento ni/o su redacción es clara.
Conclusión	Interpreta el impacto de su evento en los asistentes, a partir del análisis de resultados de la encuesta y emplea argumentos para defender su interpretación	Interpreta el impacto de su evento en los asistentes y emplea argumentos para defender su interpretación	Interpreta el impacto de su evento en los asistentes, a partir del análisis de resultados de la encuesta. No argumenta.	Hace mención de los resultados de la encuesta, pero no interpreta ni argumenta.	No emplea argumentos para defender su interpretación del impacto del evento.
Apreciación personal	En el texto, se argumenta acerca de la importancia de la lectura de textos literarios y su relación con el arte, valorando sus cualidades estéticas.	En el texto, se argumenta acerca de la importancia de la lectura de textos literarios y su relación con el arte.	En el texto, se argumenta acerca de la importancia de la lectura de textos literarios.	En el texto, se explica la relación de los textos literarios con el arte.	En el texto, no se argumenta acerca de la importancia de la lectura de textos literarios ni de su relación con el arte.

Puntuación:

22-25 Óptimo

17-21 Avanzado

12-16 Suficiente

7-11 Básico

1-6 Insuficiente

Resultado: _____

Evaluación de la UAI

Autoevaluación

Instrucciones:

Instrucciones: Has llegado al final de la TAE de Promoción de la lectura, la cual marca el fin de tu bachillerato. Es importante que descubras cuál ha sido, hasta ahora, el logro que has tenido de las competencias del curso.

Responde al siguiente instrumento y espera la retroalimentación de tu asesor.

Marca con una (X) el nivel que consideras has logrado en cada una de las competencias del curso ahora que ha concluido.

Escribe, en el espacio de observaciones, la razón por la cual consideras que te encuentras en ese nivel.

Competencia	Logrado (3)	En proceso (2)	No logrado (1)	Observaciones
Valoro la literatura como manifestación de la belleza y expresión de ideas, sensaciones y emociones.				
Participo en prácticas relacionadas con la literatura y la promoción de la lectura.				
Valoro y el papel de la literatura y su impacto en mi comunidad.				
Implemento estrategias de promoción de lectura, tomando en cuenta los hábitos y tipos de lectores.				
Utilizo la lectura en voz alta, a través de un correcto manejo de la voz, la expresión facial, la postura y los movimientos, para aplicarla en proyectos de promoción.				
Desarrollo proyectos de promoción de la lectura, a partir de anteproyectos sustentados en hábitos de lectura, tipos de lectores y espacios pertinentes, con la finalidad de integrarlos en un evento.				



Coevaluación

Nombre del estudiante: _____

Escuela preparatoria: _____ Grupo: _____

Instrucciones:

Evalúa el desempeño de tus compañeros de equipo. Escribe el nombre de cada uno de los integrantes de tu equipo, considera lo que cada uno de ellos realizó a lo largo de la TAE y evalúalos. Agrega los comentarios que creas pertinente, siempre y cuando se den en un marco de respeto.

CRITERIOS	Nombre del integrante		Nombre del integrante		Nombre del integrante	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
	Mostró disposición a la hora de realizar las actividades, avances y el proyecto integrador.					
Escuchó las ideas de los compañeros de equipos, considerando sus puntos de vista.						
Aportó ideas para la elaboración de los productos, avances y el proyecto integrador						
Aplicó ideas propias y ajenas en la elaboración de los productos, avances y el proyecto integrador						
Invirtió el tiempo necesario para la elaboración del proyecto integrador						

Comentarios:

Heteroevaluación

Este tipo de evaluación se llevará a cabo al final de la UAI y se compondrá por un examen transversal.

Bibliografía

Bonet, L., Castañer, X. y Font, J. (2010) Gestión de proyectos culturales. España: Ariel.

Colomer, T. (2011). Andar entre libros. México: FCE.

Coronas, M. (2005) Animación y promoción lectora en la escuela. Disponible en: http://www.oei.es/fomentolectura/animacion_promocion_lectura_escuela_coronas.pdf

Ferreiro, E. (2008). Narrar por escrito desde un personaje. México: FCE.

Garrido, F. (2004). Para leerte mejor. México: Planeta.

Goldin, D. (2006). Los días y los libros. México: Paidós.

Goodman, K. (2015) Sobre la lectura. España: Paidós.

Morales, O. et al. (2005) Consideraciones pedagógicas para la promoción dentro y fuera de la escuela. Revista de teoría y didáctica de las ciencias sociales. 10, 195-218. Disponible en: http://www.oei.es/fomentolectura/consideraciones_pedagogicas_promocion_lectura_escuela.pdf

Pardo, E. (2004). Leer cuento y novela. México: Paidós.

Paredes, J. (2005) Animación a la lectura y TIC: creando situaciones y espacios. Disponible en: http://www.revistaeducacion.mec.es/re2005/re2005_19.pdf

Patte, G. (2008). Déjenlos leer. México: Fondo de Cultura Económica.

Sainz, L. (2005) La importancia del mediador: una experiencia en la formación de lectores. Disponible en: http://www.oei.es/fomentolectura/importancia_mediador_formacion_lectores_sainz.pdf

Teixidor, E. (2007). La lectura y la vida. Barcelona: Ariel.

Wolf, M. (2008). Cómo aprendemos a leer. Barcelona: Ediciones B.

Universidad de Guadalajara

Sistema de Educación Media Superior

Secretaría Académica

Dirección de Educación Continua, Abierta y a Distancia

Guadalajara, Jalisco. México

Esta obra se terminó de editar en septiembre de 2022