

Universidad San Francisco de Quito USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de comunicación páginas de emoción para fomentar la lectura infantil en niños/as en su primera etapa de educación inicial.

Mireya Belén Conlago Pisuña

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 22 de mayo de 2021.

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Campaña de comunicación páginas de emoción para fomentar la lectura infantil en niños/as en su primera etapa de educación inicial.

Mireya Belen Conlago Pisuña

Nombre del profesor, Título académico

María José Enríquez Cruz, PhD

Quito, 22 de mayo de 2021

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Mireya Belen Conlago Pisuña.

Código: 00123532.

Cédula de identidad: 1721828646.

Lugar y fecha: Quito, diciembre de 2020.

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA

*Yo Mireya Belen Conlago Pisuña, dedico el presente trabajo a Dios por darme la fuerza para poder culminarlo, a mi hija **Dalila Montserrat Quiña Conlago** por ser mi inspiración a diario, a mi ángel del cielo mami Rosa Matilde Quinchimbla Anago quién me ha cuidado y protegido siempre, a mis padres Luis Orlando Conlago y Erlinda Pisuña por su apoyo incondicional para poder lograr este gran triunfo, a mi hermano Jimmy Conlago por su confianza, a Belen Campaña quién ha sido una guía y un apoyo en cada momento, puesto que sin su ayuda no habría podido llegar a culminar mi etapa Universitaria.*

RESUMEN

La presente investigación está enfocada en fomentar la lectura infantil desde su etapa inicial, mediante la correcta enseñanza-aprendizaje de lectura comprensiva. El objetivo de este trabajo es plantear la necesidad de acercar a los niños al mundo lector, a través de actividades lúdicas, recreativas y sobre todo modificar el método tradicional de enseñanza. Para esta investigación se analizaron temas relacionados a la base fundamental: hábitos de lectura comprensiva, método tradicional, y cómo comunicar para que se dé un cambio social fundamentado en estrategias y campañas comunicacionales. El método de investigación es cualitativo, ya que se investiga y, a la vez se realizan análisis de libros, teorías, conceptos y la recopilación de datos a nivel nacional que demuestren que el fomentar la lectura infantil es necesaria. A partir de las investigaciones teóricas, se diseñó y ejecutó una propuesta de comunicación llamada: Páginas de Emoción, cuyo objetivo es el fomentar la lectura infantil en niños y niñas de 2 a 5 años de edad en su primera etapa de educación inicial y el involucrar a la familia.

Palabras clave: lectura infantil, educación-economía, comunicación para el desarrollo

ABSTRACT

This research is focused on promoting children's reading from its initial stage, through the correct teaching-learning of comprehensive reading. The objective of this work is to raise the need to bring children closer to the world of reading, through playful and recreational activities and above all to modify the traditional teaching method. For this research, issues related to the fundamental basis were analyzed: comprehensive reading habits, traditional method and how to communicate so that there is a social change based on communication strategies and campaigns.

The research method is qualitative, since it is investigated and, at the same time, analyzes of books, theories, concepts and the collection of data are carried out at the national level that demonstrate that it is necessary to promote children's reading. Based on the theoretical research, a communication proposal called: Pages of Emotion was designed and executed, whose objective is to promote children's reading in boys and girls from 2 to 5 years of age in their first stage of initial education and to involve to the family.

Keywords: children's reading, education-economics, communication for development.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| Introducción..... | 10 |
| Capítulo I: La importancia de la lectura infantil..... | 12 |
| 1.1 La lectura infantil en el contexto ecuatoriano | 14 |
| 1.2 Instituciones de educación frente a la lectura infantil | 15 |
| 1.3 Beneficios de la lectura infantil..... | 16 |
| 1.4 Niveles de lectura infantil | 20 |
| 1.5.1 Sub-silábicas | 21 |
| 1.5.2 Silábica | 22 |
| 1.5.3 Vacilante | 22 |
| 1.5.4 Corriente | 22 |
| 1.5.5 Expresiva | 23 |
| 1.5.6 Combinada..... | 23 |
| Capítulo II: Estrategias para fomentar la lectura infantil | 24 |
| 2.1 Estrategias educativas para fomentar la lectura infantil..... | 24 |
| 2.2 La lectura dialógica como estrategia para fomentar la lectura en la familia | 26 |
| 2.3 La familia y la lectura infantil..... | 27 |
| 2.4 La educación y lectura infantil..... | 28 |
| 2.5 Metodología de enseñanza para la lectura infantil..... | 29 |
| 2.5.1 Sintético | 29 |
| 2.5.2 Alfabéticos..... | 30 |
| 2.5.3 Fonético | 31 |
| 2.5.4 Silábico | 31 |
| Capítulo III: Comunicación para un cambio social | 33 |
| 3.1 Comunicación para el desarrollo..... | 33 |
| 3.2 Comunicación para gestionar un cambio y para la educación | 36 |
| 3.3 La importancia de la comunicación para motivar la lectura infantil. 37 | |
| 3.4 Campañas comunicacionales para fomentar la lectura infantil en el Ecuador..... | 38 |
| 3.5 Estrategias de comunicación para concientizar sobre la importancia de la lectura infantil | 40 |
| Capítulo IV: Campaña de comunicación | 42 |
| 4.1 Antecedentes | 42 |
| 4.1.1 Introducción: | 42 |
| 4.2 Pertinencia de la Campaña:..... | 45 |
| 4.2.1 Importancia: Fomentar..... | 45 |
| 4.3 Problema social:..... | 46 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.1 Causa Social:..... | 46 |
| 4.4 Territorio en acción:..... | 46 |
| 4.4.1 Fundación Benéfica: | 47 |
| 4.5.1 Alcance de la causa social: | 47 |
| 4.5 Diagnóstico de Comunicación | 47 |
| 4.6 Concepto de la Campaña: | 48 |
| 4.6.1 Nombre de la campaña: | 48 |
| 4.7.1 Misión y Visión | 48 |
| 4.8.1 Eje de comunicación:..... | 48 |
| 4.9.1 Mensaje Clave: | 49 |
| 4.7 Gráfica y colores corporativos | 50 |
| 4.8 Públicos:..... | 50 |
| 4.9 Fases y estrategias de la campaña..... | 53 |
| 4.10 Tácticas | 69 |
| 4.11 Alianzas estratégicas | 70 |
| 4.12 Cronograma | 70 |
| 4.13 Presupuesto | 78 |
| 4.14 Indicadores de gestión | 78 |
| 4.15 Logros alcanzados..... | 78 |
| 4.16 Metas inesperadas | 79 |
| Conclusiones | 80 |
| Referencias Bibliográficas | 81 |

INTRODUCCIÓN

La lectura y comprensión lectora no son habilidades innatas, estas se las van adquiriendo conforme el individuo va creciendo. Por lo tanto, es necesario que se implemente esta actividad desde la etapa inicial del infante ya que es de gran importancia para la adquisición de la lectura. Asimismo, es importante que las técnicas, estrategias, métodos y actividades a desarrollar deban iniciarse desde la primera instancia. (Andino, 2015)

Por otro lado, considerando a la lectura como un instrumento de aprendizaje, que sirve para adquirir el código escrito implica también el desarrollo de habilidades cognitivas fundamentales como argumentar, definir, debatir, etc. Cassany explica “Quién aprende a leer eficientemente y lo hace con constancia desarrolla en parte su pensamiento, así que el tratamiento didáctico que se le dé a la lectura repercutirá en los niños de tal manera que los acercará o alejará para siempre de los libros” (1994, p. 193). Por lo tanto, el implementar estrategias y actividades que refuercen y motiven a los infantes ayudara a marcar una diferencia positiva y significativa.

Es importante recalcar que, en el proceso de aprendizaje, el vínculo afectivo es fundamental debido a que cuando este se establece da sentido a lo que hace el infante, además, de que todo aquello que aprendan los niños tendrá un objetivo y una funcionalidad y empezará a ser significativo para ellos. Por lo tanto, es ahí cuando realmente aprenderán. (Criollo, 2017)

Es así que en busca de fomentar la lectura en los niños abrirá diferentes espacios fundamentales para la práctica de la misma. Asimismo, implementar actividades lúdicas que ayuden a crear un vínculo afectivo para que sientan comodidad al leer. (Pesantes, 2019) A través, de esta investigación se requiere resaltar la importancia de modificar el

método de enseñanza-aprendizaje para la animación de la lectura, mismo que resulta ser el modelo que motiva a desarrollar el siguiente trabajo investigativo.

El trabajo de investigación titulado: “Campaña de comunicación para fomentar la lectura infantil” persigue el objetivo de determinar estrategias para motivar a los infantes a leer y a su vez crear hábitos de estudio que facilitaran su desempeño académico.

En el capítulo I se desarrollarán temas como: la importancia de la lectura infantil, datos estadísticos de la población lectora en el Ecuador, como actúan las instituciones educativas frente a esta actividad. Además, de los niveles y beneficios que tiene el practicar la lectura.

En el capítulo II se abordarán argumentos que ayuden a los niños a un mejor entendimiento como: estrategias educativas para fomentar la lectura infantil, la lectura dialógica, un proceso de aprendizaje diferente al tradicional, cómo influye el entorno familiar y educativo, por otro lado, la metodología de enseñanza para realizar esta actividad.

En el capítulo III se enfoca en el uso de la comunicación teniendo en cuenta los siguientes conceptos: comunicación para el desarrollo, herramienta para gestionar el cambio y la educación, la importancia de su intervención para motivar a los niños a leer. Además, de campañas comunicacionales y estrategias de comunicación para concientizar sobre la importancia de la lectura infantil.

Finalmente, al tener conocimiento sobre la importancia de aprender a leer desde tempranas edades y realizarlo de la manera correcta ayudara a que los infantes puedan desarrollar hábitos de lectura comprensiva.

CAPÍTULO I: LA IMPORTANCIA DE LA LECTURA INFANTIL

La lectura es una oportunidad de nuevas posibilidades donde interactúan personajes, paisajes, mundos, historias, héroes, entre otros (Macías & Zambrano, 2020). Por otro lado, dentro de la referencia anterior se manifiesta que los primeros años de vida son críticos para incursionar en hábitos correctos que fomentan el desarrollo de la habilidad de lectura. Es decir, es importante que un niño en su etapa inicial pueda empezar a familiarizarse con su primer libro. Aunque, durante esta etapa la comprensión del libro no se la realiza a profundidad, más bien crea un lazo que permite integrar este hábito dentro de la vida del infante por décadas e incluso posibilita la opción de transmitir oralmente a otros (Macías & Zambrano, 2020).

Este hábito permite influir directamente en el futuro desarrollo cognitivo y emocional de los infantes. En la etapa inicial, la lectura se considera una herramienta poderosa que contribuye en la construcción de una identidad, que permite potenciar drásticamente la competencia lectora, a través de la interacción y el mensaje que proporcionan (Macías & Zambrano, 2020).

La lectura en los niños debe ser motivada desde su etapa inicial ya que sus beneficios se verán reflejados en los buenos hábitos de estudio que construyan durante el proceso de aprendizaje y, además puede facilitar la adquisición de conocimientos. Es un paso importante para descubrir nueva información cultura, de tradiciones, fantasía, entre otros. Aunque, inicialmente la incorporación de la lectura es un reto para los niños, esta habilidad está dentro de su alcance por ello, es necesario seguir un proceso para impulsarlos dentro de esta área. Además, los padres tienen un rol importante para motivarlos y lograr que los infantes encuentren un gusto en la lectura (Macías & Zambrano, 2020).

Zambrano (2020) describe que:

La lectura es un proceso cognoscitivo consistente en la interpretación de signos mediante la imaginación a una realidad que no se ve. A lo cual menciona es importante ejercitar, aun considerando que dicha capacidad de la imaginación es nata del ser humano, más, sin embargo, se trata de una función cerebral y al no ser ejercitada antes de los catorce años, el niño no se habría acostumbrado a leer, por tanto, da lugar a perder el interés y la lectura se vuelve una actividad negativa. (p. 161)

Sin embargo, en Ecuador uno de los principales problemas de aprendizaje ha sido la falta de importancia brindada a la lectura comprensiva, debido al escaso hábito de lectura, esto se demostró por medio de una prueba realizada por la UNESCO denominada Segundo Estudio Regional Comparativo y Explicativo (SERCE) en el año 2009 (Torres C., 2018).

Mediante los resultados obtenidos de la prueba realizada por la Unesco, se puede afirmar que en las instituciones educativas no realizan un buen proceso de iniciación de la lectura en la etapa básica, por ello es necesario realizar una investigación profunda sobre los procesos y metodologías de enseñanza de lectura que ayuden a las instituciones a fomentarla (Torres C., 2018).

Por otro lado, la práctica de la lectura contribuye con el buen desarrollo de una salud integral. Además, facilita la obtención de información, fomenta la creatividad, permite compartir las emociones en distintos grados, entre otros beneficios (Fundación Carlos Slim, 2009).

En este capítulo hablaremos también sobre los niveles de lectura ya que es importante diferenciarlos y estudiarlos.

1.1 La lectura infantil en el contexto ecuatoriano

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), en el año 2019, detalló que en el área rural existe un porcentaje del 43,8 % de pobreza y 17,9 % de pobreza extrema (INEC, 2019). Es altamente preocupante los resultados de este estudio debido a que se puede observar que muchas personas no pueden acceder a una educación de calidad. En América Latina, uno de los países con el índice más bajo en lectura es el Ecuador, ya que muy poca gente lee por gusto y la gran mayoría lo realiza por obligación (Torres C., 2018).

En el 2012, se realizó estudios a través del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), demostrando que el 43 % de la población es lectora, valor porcentual alarmante en comparación a otros países. Este porcentaje muestra un nivel bajo de personas que leen debido a la falta de interés, falta de tiempo, entre otros (Criollo, 2017). Por otro lado, en octubre del 2012 por medio del INEC se da a conocer un informe sobre hábitos de lectura en ciertas partes del Ecuador. El estudio se realiza en cinco ciudades: Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. En la cual se da los siguientes porcentajes 26,5 % las personas dijeron no tener hábitos de leer, el 56, 8 % dijo falta de interés en la lectura y el 31, 7 % falta de tiempo (INEC, 2012).

En otro estudio llevado a cabo por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, Ciencia y Cultura (OEI), desarrollado en 16 países, se encontró que Ecuador aproximadamente lee 3 textos al año en comparación a Argentina y México que leen de cinco y seis libros respectivamente (Matamoros, 2019).

A raíz de esto, durante la presidencia de Rafael Correa se fomentó el hábito mediante el Plan Nacional del libro y “José de la Cuadra”. Con el objetivo principal de integrar la lectura en el área básica se facilitó el acceso y la difusión de patrimonios literario e incluso el rescate de saberes ancestrales orales, para de esta manera motivar la construcción del gusto por la lectura y compartir obras de índole cultural, familiar y comunitarias

(Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2018). Este plan empezaría a desarrollarse en el año 2018, sin embargo, debido a la falta de planificación, el proyecto no fue puesto en marcha (Torres C., 2018).

Con este contexto, es importante considerar estos porcentajes dado que, son un indicador poderoso de las deficiencias en el sistema educativo e incluso podría limitar el aprendizaje dentro del Ecuador. Por ello, es de suma importancia generar hábitos correctos en infantes para potenciar su aprendizaje.

1.2 Instituciones de educación frente a la lectura infantil

La lectura es el pilar fundamental de la educación (Rodríguez Zambrano, Rodríguez Zambrano, Molina Sabando, & Montero Macías, 2018). Es decir, que es una tarea importante el aprenderla durante la etapa académica. Sin embargo, el modelo de enseñar la lectura y la escritura en escuelas presenta ciertas deficiencias que pueden ser reparadas (Rodríguez Zambrano et al., 2018). Estos errores se presentan en las instituciones educativas porque la malla curricular presenta una visión general en el proceso de enseñanza, y con ello su práctica pedagógica, ciertas habilidades que requieren de mayor tiempo o esfuerzo se ignoran. Existe la creencia de que la lectura es una actividad mecánica y únicamente instrumental, cuyo aprendizaje depende casi exclusivamente del individuo, de la memorización, y cuya única función es registrar datos a los cuales el estudiante podrá acudir más tarde (Rodríguez Zambrano et al., 2018). Es decir, que en las escuelas manejan un proceso de mecanización para el aprendizaje de la lectura, sin desarrollar a mayor profundidad esta habilidad, se enseña que la lectura es una herramienta para obtener notas por medio de la transcripción, sin mostrarles hermosa experiencia que puede aguardar dentro de un libro.

Uno de los principales problemas con respecto al aprendizaje de la lectura, es que en las instituciones educativas suelen permitir la copia o transcripción textual en

documentos, asignaciones y esto no fomenta el aprendizaje. De hecho, al requerir el mínimo esfuerzo, los estudiantes la descartan debido a que consideran que es una acción demasiado sencilla de desarrollar.

Proceso erróneo que limita al niño solamente a la mecanización mas no al análisis. Otro error frecuente, es que dentro de la malla académica se responsabiliza únicamente a materias como el lenguaje para desarrollar la lectura, esto puede brindar una concepción de que esta habilidad no es tan importante en comparación a otras que suelen ser más exigentes como la matemática (Rodríguez Zambrano et al., 2018).

La lectura cumple una función específica en distintas áreas académicas y cotidianas. Por ejemplo, para la geografía, la lectura es una herramienta para la comprensión de herramientas cartográficas. En cambio, en la historia facilita la lectura de archivos históricos. En tanto, para la biología nos permite generar una idea de los mecanismos y procesos biológicos cotidianos (Rodríguez Zambrano et al., 2018). La lectura como bien menciona el autor cumple un rol fundamental para el aprendizaje de todas las materias estudiadas durante la etapa académica.

Para que se cumple el objetivo de este trabajo de investigación es importante conocer los beneficios de la lectura infantil ya que en muchas ocasiones las personas los desconocen.

1.3 Beneficios de la lectura infantil

La lectura infantil es importante porque brinda beneficios específicos que ayudan a desarrollar la capacidad de comprensión de los niños. La lectura infantil para los niños se convierte en una actividad entretenida y a su vez contribuye en el desarrollo cognitivo y emocional, además, de potenciar su nivel intelectual, su imaginación, aumentar su léxico y formas de expresión (Macías & Zambrano, 2020).

Algunas de las capacidades que desarrollan los niños por la lectura son:

- Con respecto a la memoria: fomenta su desarrollo y comprensión; además, contribuye positivamente en la construcción de un razonamiento lógico.
- Ampliación del Lenguaje: permite enriquecer su vocabulario al familiarizarse con nuevas palabras y, además desarrolla un léxico más formal y no redundante. Cabe recalcar, que es de gran importancia integrar el proceso de lectura y una oportunidad para su desarrollo es a través, trabajo de este hábito tanto en el hogar como en las instituciones académicas.
- Mayor concentración: al desarrollar el hábito de lectura permite mantener activa la mente. Por ejemplo, si los niños leen libros de cuentos de personajes, este material captará rápidamente su atención e influenciará en la motivación para culminar el libro sin interrupciones o lapsos de pérdidas de atención.
- Creatividad: permite desarrollar una imaginación más amplia y no influenciada directamente por el entorno (Macías & Zambrano, 2020).

La lectura es importante ya que su aprendizaje influye a corto, mediano y largo plazo en los seres humanos. En niños, la lectura en específico permite:

1.- Desarrollar una relación más estable entre el adulto y el infante

Esta relación cumple un rol específico para el aprendizaje de la lectura debido a que, los padres por lo general son los modelos principales en la construcción de hábitos en infantes, ellos, por lo tanto, poseen la responsabilidad de mostrar la riqueza y misterio que representa cada libro. Además, pueden demostrar que la lectura es una experiencia única y que cada libro tiene la capacidad de envolverlos en distintos ambientes. E incluso, es una actividad que permite mejorar la relación entre los padres e hijos a través, del diálogo.

2.- Generar una relación afectiva hacia los textos

Cuando los niños incursionan el ambiente de la lectura desde una edad temprana, se relacionan rápidamente con la importancia de la lectura y el rol que ejerce sobre la sociedad actual. Y, además comprenden que es una actividad indispensable en niveles superiores y por su interacción temprana con libros, incluso podría desarrollar un interés por ellos.

4.- Contribuye en el desarrollo de nuevas capacidades mentales y sociales en los infantes.

Por ejemplo, la discusión de cuentos, historias entre otras; permite a los infantes generar temas de conversación o mejorar su capacidad de comprensión. Y mediante la lectura en voz alta el niño podrá aprender palabras complejas. Además, con el apoyo de los padres pueden mejorar considerablemente su capacidad de interpretación. Por otro lado, ayuda a desarrollar una capacidad de abstracción en el cual, el niño puede establecer una relación entre los objetos que observa en su entorno y las ilustraciones representadas en texto.

Con respecto a la imaginación, la lectura contribuye a que el infante pueda crear una percepción propia de cualquier tema en base a la imagen real y un texto (Macías & Zambrano, 2020).

Asimismo, mediante la lectura los niños pueden aumentar su creatividad y abrir una puerta a nuevas experiencias. Para que un niño adquiera estos beneficios, primero se debe motivarlos y crear un ambiente de apoyo familiar. Además, es obligatorio que los padres, dispongan de tiempo y en conjunto con los infantes repasen lecturas. Es necesario, la presencia de los padres ya que ciertos estudios revelan que los niños leen con mayor facilidad y comodidad cuando se encuentran junto a ellos (Fundación Carlos Slim, s. f.).

Cabe recalcar, que los textos que un niño debe incursionar deben ser especiales es decir contener menos texto y más imágenes, también deben contener colores llamativos

que puedan atraer la atención del infante. De ser posible, el lenguaje y el tema debe ser de acorde a la edad (Macías & Zambrano, 2020). Es decir, que hay que facilitar al niño un libro no muy complejo el cual, le permita familiarizarse rápidamente. Por otro lado, estudios revelan que la lectura infantil contribuye con funciones específicas que ayudan al desarrollo cognitivo, emocional y social de los niños, por ejemplo: Una de las funciones de la lectura es que es una competencia cultural, un elemento de comunicación y una herramienta para adquirir nueva información, es decir, que nos ayuda a analizar la posición y perspectivas de otros autores. Además, de poder ampliar y aportar con nuestra propia crítica (Rodríguez Zambrano et al., 2018).

Por otro lado, la lectura es un proceso, producto, experiencia, ejercicio, instrumento, habilidad que permite refinar, cultivar y desarrollar un mejor lenguaje (Rodríguez Zambrano et al., 2018).

Rodríguez, Rodríguez, Molina, y Montero (s/f) afirman que “además de servir como un instrumento de aprendizaje y comunicación la lectura tiene funciones sociales y emocionales (Tabla I)” (p. 36)

Tabla I. Funciones de la lectura

| Instrumental | Social | Emocional-individual |
|---|--|--|
| Herramienta de comunicación | Descubrir el pensamiento de otros | Fuente de recreación |
| El desarrollo de las capacidades humanas | Facilitar el desenvolvimiento en el mundo | Ampliar los horizontes individuales |
| Ejercicio de habilidades cognitivas | Entender la divergencia, ampliar apropiarse y contrastar ideas y experiencias de otros. | Confrontar y comunicar la visión que tenemos del mundo y la vida |
| Conocer la realidad histórica, actual y perspectivas del futuro | “Integrarnos a una cultura democrática”. Proporciona una aportación para el desarrollo social y un aumento económico | |

Fuentes: (Rodríguez Zambrano et al., 2018)

La lectura infantil no solo nos brinda beneficios que nos ayudan a desarrollar un buen hábito, sino que también cumplen con funciones que son importantes en distintas áreas de la vida cotidiana.

1.4 Niveles de lectura infantil

Para realizar un análisis correcto de un texto es importante desarrollar una buena capacidad de comprensión del mensaje que presentan los autores y a su vez, interpretar las palabras con las que describen una perspectiva y no confundirlas (Andino, 2015). Los niños cuando están aprendiendo a interpretar textos escritos pasan por tres niveles de lectura la pre silábica, silábica y alfabética.

Los niveles de lectura mencionados anteriormente presentan dos aspectos importantes, el cualitativo y cuantitativo, sin embargo, en cada nivel puede presentarse la ausencia de una de ellas.

Cualitativo: aspecto fundamental que se basa en los sonidos de las letras. Una vez que los infantes poseen la habilidad de diferenciar los sonidos, empiezan a comprender las letras y vocales presentes en las palabras y las relacionan con la realidad.

Cuantitativo: aspecto fundamental que hace referencia a la escritura de las palabras. Donde, comienzan a generar un análisis de cómo está estructurada.

En el nivel pre silábica se observa la ausencia de ambos aspectos fundamentales debido a que el infante no es capaz de entender los significados de las palabras. Dentro, del nivel silábica el niño entiende el aspecto cualitativo. Por último, el nivel alfabético considera ambos aspectos fundamentales (Rodríguez Zambrano et al., 2018).

A continuación, se detalla que función cumple cada nivel:

1.- Nivel pre silábico

Los niños empiezan a incursionar en la lectura y van integrando de poco a poco las letras del alfabeto mediante los sonidos. Sin embargo, en este nivel al pedirle al infante que interprete un texto o una imagen lo realizara conforme a su imaginación (Briceño & Niño, 2009).

2.- Nivel silábico.

Aquí los infantes empiezan a desarrollar relaciones entre los caracteres y sonidos, además, empiezan a diferenciar el tamaño de las palabras y su significado dentro de un texto. Es importante, que el niño pueda manejar correctamente este nivel para poder continuar al siguiente nivel (Briceño & Niño, 2009).

3.- Nivel alfabético.

En este nivel, el infante puede formar palabras completas mediante la práctica de sonidos de las letras y vocales. Es decir, poseen la capacidad de leer lo que se encuentra en un texto y a entenderlos hasta cierto punto (Briceño & Niño, 2009).

En el proceso para desarrollar la capacidad de comprensión de un texto mientras mayor sea la práctica mayor será su calidad de lectura que puede desarrollar. Para continuar con el aprendizaje de la lectura es necesario realizar un estudio para evaluar su calidad lectora y fomentarlo de acuerdo al nivel que presenta (Moscoso, s. f.). En la siguiente parte se describirá los conceptos de los tipos de lectura que existen:

1.5.1 Sub-silábicas

Sub-silábica o también conocida como fonemática es aquella que hace referencia al deletreo, en donde los niños realizan su lectura letra por letra, misma que se facilita el aprendizaje del alfabeto (Moscoso, 2010).

1.5.2 Silábica

La lectura se practica a través del manejo de sílabas con sus respectivas entonaciones y reglas de escritura. Además, este tipo de lectura permite comprender la construcción de las palabras a través del manejo de sílabas. Este nivel de lectura se presenta en aquellos niños que están empezando a leer. La lectura silábica es muy importante debido a que comprende una etapa indispensable para entrar al mundo de la lectura. Es decir, se desarrolla hasta cierto punto la lectura de palabras completas y como es la relación que se dará con otras palabras según el contexto que se presente (Moscoso, s. f.).

Además, esta lectura es necesaria para que el niño pueda comprender de mejor manera los contextos y a su vez el modo adecuado de leer y luego escribir correspondientemente. Mediante este nivel, los infantes obtienen herramientas que permiten potenciar su léxico de forma adecuada (Moscoso, 2010).

1.5.3 Vacilante

Este tipo de lectura, surge cuando el lector no respeta los signos de puntuación que se encuentran en la lectura y su lectura ignora completamente estas normas, por lo tanto, al no seguir las reglas se ve envuelto en una confusión y posiblemente, requiera de varios intentos de lectura para comprender el mensaje (Moscoso, 2010).

1.5.4 Corriente

En este tipo de lectura, la calidad lectora es mayor en comparación a los niveles anteriores y la acción de leer se desarrolla considerando la mayoría de las normativas gramáticas como, por ejemplo, los signos de puntuación, la buena pronunciación y leer detenidamente (Moscoso, 2010).

1.5.5 Expresiva

La lectura expresiva consiste en que, al momento de leer se desarrolla cierta “expresividad” al tratar de interpretar los sentimientos y emociones que mantuvo el autor durante la escritura del texto. (Moscoso, 2010).

1.5.6 Combinada

Por último, la lectura combinada que es una combinación de varios grados de lectura, por ejemplo:

- La lectura Silábica y vacilante

- La lectura vacilante y corriente

- La lectura corriente y expresiva.

Es importante reconocer los tipos de lectura para un correcto aprendizaje.

CAPÍTULO II: ESTRATEGIAS PARA FOMENTAR LA LECTURA INFANTIL

En el capítulo dos se hablará de cómo se puede fomentar la lectura en los infantes mediante estrategias educativas que ayuden al correcto aprendizaje de la misma. Además, se recomendará la inclusión de la lectura dialógica en la educación como nueva estrategia para modificar el proceso de aprender de los niños.

Por otro lado, el participar la familia en este proceso de aprendizaje será fundamental para que los niños aprendan a dominar la lectura comprensiva. En la educación es importante implementar nuevos mecanismos que ayuden a reforzar la lectura de los infantes para un mejor entendimiento de textos en un futuro. En el proceso de aprendizaje-enseñanza existen métodos que ayudan a comprender la lectura como el método sintético, alfabético, fonético y silábico. Cada uno de estos métodos presentan procesos a seguir antes de continuar con el siguiente.

2.1 Estrategias educativas para fomentar la lectura infantil

Las estrategias de enseñanza se denominan a los procesos o recursos que son utilizados por el profesor para lograr aprendizajes significativos en los infantes. Es importante que las instituciones educativas implementen destrezas, que ayuden a fomentar la lectura infantil desde la etapa inicial, ya que esta actividad ayuda al desarrollo cognitivo y emocional del infante. Por otro lado, esta táctica de enseñanza ayudara formar buenos hábitos de lectura en un futuro. (Peña González, 2000)

En cuanto al proceso de aprendizaje de los niños, la lectura es una parte fundamental para la formación de su conocimiento. Motivar a que los infantes lean, es un trabajo complejo que requiere de mucha paciencia, constancia y personalización ya que se va forjando a que se establezca una relación entre el infante y los libros. Las estrategias son un conjunto de acciones planificadas que cumplen un objetivo o meta. Estas

estrategias al aplicarlas en el infante, permiten regular o abandonar determinadas acciones que dificulten llegar a cumplir el objetivo, que es aprender a leer. (Llamazares & Maria, 2016)

“Las estrategias son sospechas, inteligentes, aunque arriesgadas, acerca del camino más adecuado que hay que tomar”. (Peña González, 2000)

Es decir, que las estrategias ayudan mejorar la calidad lectora en los infantes y en un futuro desarrollar buenos hábitos de lectura comprensiva.

Las estrategias poseen tres características principales como:

- Autodirección: Esta consiste en que se plantee un objetivo y que este sea conocido.
- Autocontrol: Se basa netamente en el seguimiento o supervisión del comportamiento y que vaya de la mano con el objetivo establecido.
- Flexibilidad: esta se refiere a realizar diferentes modificaciones en el comportamiento para guiarlos a cumplir con los objetivos establecidos. (Peña González, 2000)

Cabe recalcar, que para realizar estrategias educativas que fomenten la lectura infantil deben contener las tres características principales autodirección, autocontrol y flexibilidad. Los conocimientos y la experiencia que vaya adquiriendo en el proceso de aprendizaje más una buena estrategia educativa, permitirá que el lector vaya construyendo cada vez más su comprensión lectora. (Llamazares & Maria, 2016)

Asimismo, en la práctica de lectura una estrategia es “un amplio esquema para obtener, evaluar y utilizar información”, es decir que, estas estrategias son utilizadas como evaluadores de información relevante que serán utilizados inmediatamente o en un futuro como fundamentos de adquisición de nueva información. (Peña González, 2000)

Por otro lado, es necesario entender que la práctica de estrategias educativas depende también del material o textos proporcionados al infante. Es decir, que un texto debe reunir ciertas condiciones como la información contenida debe ser clara, el léxico, sintaxis y que la estructura le sea familiar (libros de acuerdo a la edad). En esta parte no se trata de que los niños lectores mecanicen el contenido del texto del libro, sino que adquiera conocimientos previos y que pueda asociarlos más adelante con otras lecturas. (Llamazares & Maria, 2016)

2.2 La lectura dialógica como estrategia para fomentar la lectura en la familia

¿Qué es la lectura dialógica?

Es una nueva manera de aprender a leer. La lectura dialógica se basa netamente en una metodología de lectura compartida, es decir, que mediante ella se puede aumentar la interacción en actividades desarrolladas para fomentar el aprendizaje de la lectura. Además, esta lectura presenta varios cambios en el mecanismo de enseñanza tradicional, en el cual su principal cambio es el papel que ejercen los actores. Es decir, si bien es cierto que el mecanismo tradicional que se ha utilizado durante varios años, el adulto hace el papel de lector mientras que el infante asume el papel de escucha. Pero con la práctica de la lectura dialógica, estos papeles intercambian. El infante asume el papel de lector y el adulto el de escucha activa, en esta práctica el adulto también puede realizar preguntas, añadir información o indicar nuevas descripciones al niño. (Soler-gallart, 2015)

Por otro lado, la práctica la lectura dialógica no se limita al espacio en las aulas, sino que abarca diversos espacios como la biblioteca, el hogar, centros educativos, entre otros. Además, se enfoca en la participación de todas aquellas personas que interactúan en el proceso de aprendizaje de lectura del infante. (Soler-gallart, 2015)

Este tipo lectura posee características muy importantes que ayudan a mejorar el dominio de lectura comprensiva:

- Interacción: esta motiva al infante a que sea el quien termine de contar una historia con sus propias palabras.
- Promueve a la reflexión crítica: es decir que aumenta la comprensión lectora en el infante y a entender lo que está leyendo.
- Motivadora: esta exige al adulto mayor preparación para aumentar el aprendizaje del niño. (Soler-gallart, 2015)

Asimismo, la lectura dialógica brinda beneficios que enriquecen al desarrollo y formación del infante como: aumenta el desarrollo del lenguaje, aumenta la comprensión lectora, y mejora la expresión emocional. (Soler-gallart, 2015)

Al utilizar esta metodología en la familia ayudamos a impulsar al infante a tener un gusto por la lectura y que esta sea aprendida por más tiempo.

2.3 La familia y la lectura infantil

En el proceso de aprendizaje- enseñanza de la lectura, es importante la participación de la familia debido a que los infantes se sienten más cómodos al aprender si los padres están presentes y es probable que los niños desarrollen un gusto por la lectura y no se sientan obligados a practicarla. “Es en el entorno familiar donde se sientan las bases para la formación de los gustos y aficiones” (González Álvarez, 2000). Es decir, que la participación del entorno familiar juega un papel importante dentro de este proceso porque es ahí donde inicia este largo recorrido. La familia debe ser un buen modelo de lectura dentro del hogar para que los infantes aprendan a ellos. Por ejemplo, si en casa existen libros y la familia practica lecturas a diario, el niño automáticamente tratara de aprender a relacionarse con los textos para interactuar con ellos. (Cortés & Garcia, 2017)

Asimismo, se debe implementar actividades con el fin de motivar al niño a leer, y estas pueden estar acompañadas de diálogos, pregunta, analogías y hasta un poco de humor. Cabe recalcar, que el aprender a leer tiene como objetivo principal que el infante

tenga un aprendizaje de éxito y comprenda un texto fácilmente. Es recomendable, que los padres faciliten a los niños lecturas como cuentos, poesías infantiles, historias, libros que contengan ilustraciones atractivas y estos textos pueden ser con o sin texto. (Cortés & Garcia, 2017)

Además, después de la práctica de cada lectura se puede complementar con actividades lúdicas como:

- El realizar un dibujo basado en lo que acabaron de leer
- Comentar si les gusto o no el libro ¿Por qué?
- Comentar los nombres de las ilustraciones vistas en el texto
- Detallar las características de cada personaje (alto, gordo, feo, etc.)

(González Álvarez, 2000)

El desarrollo de estas actividades ayudará a complementar las prácticas de lectura del infante y mediante estas actividades pondrá a trabajar su mente. Asimismo, es importante que los padres organicen un tiempo de estudio para los niños, estos pueden ser de 20 a 30 minutos máximo y no alargarlo mucho debido a que los infantes tienden a distraerse y perder la concentración. (González Álvarez, 2000)

2.4 La educación y lectura infantil

Para poder fomentar la lectura infantil en la educación es importante tener en cuenta que la constancia es un factor principal, debido a que el aprender a leer es un proceso complejo y largo, en el cual lleva mucho tiempo dominarlo. “En el fomento de la lectura desde el centro escolar hay que desconfiar del éxito inmediato, de los resultados espectaculares que provienen de la aplicación de un gran número de técnicas motivadoras, lúdicas y festivas de animación a la lectura, sobre todo cuando no forman parte de un proyecto de más largo alcance”. (González Álvarez, 2000) Es decir, que aquellas actividades que se realicen como el día del libro, elaboración de un libro, entre otras, no

ayudará a que los infantes desarrollen un gusto por la lectura; este será un evento en el cual todos participen, pero no crearán hábitos lectores. (Pesantes, 2019)

En la educación es necesario implementar estrategias de lectura infantil a largo plazo y que estas sean constantes. Además, se requiere de un trabajo en equipo y de la participación autoridades del centro educativo. Las personas que sean partícipes de este proceso deben tomar en cuenta lo siguiente:

- Ser pacientes
- Entender que los resultados no serán inmediatos
- Trabajar conjuntamente
- No presionar a que los niños lean cantidades de libros
- Facilitar textos fáciles (Llamazares & María, 2016)

La educación y la lectura infantil van de la mano es por esa razón que se debe implementar estrategias que ayuden a formar un mejor aprendizaje dentro de las aulas. Un punto muy importante es saber seleccionar los libros infantiles, mismos que ayuden a motivar la lectura en los alumnos, si los niños tienen acceso a libros con los que se familiaricen rápidamente, se logrará que las experiencias que tengan con libros sean atractivas, valiosas y sobre todo entretenidas. (Pesantes, 2019)

2.5 Metodología de enseñanza para la lectura infantil

Estos métodos de enseñanza aparecen desde mucho tiempo atrás ya que es una práctica más fácil de enseñar a leer a los infantes. Existen diferentes métodos de la lectura infantil entre los principales tenemos al método sintético, alfabético, fonético y silábico. (Vega & Estalayo, 2003)

2.5.1 Sintético

El método sintético es uno de los primeros métodos en aparecer y se enfoca en dar preferencia al proceso de aprendizaje, mas no a un resultado. En este método se parte de

las unidades básicas del aprendizaje, es decir las estructuras lingüísticas como grafema, fonema y sílaba; luego pasar a formar unidades más complejas como son las palabras, frases, etc. (Pesantes, 2019) Además, se debe tomar en cuenta varias características como:

- En la primera etapa es importante la identificación de las letras, el infante puede identificar las vocales y consonantes para formar una sílaba
- Las sílabas que vaya formando, las uniré para formar palabras
- Adquiere más conocimiento y el infante pasa a la lectura oral
- Lecturas sencillas en las que ya identifiqué aquellas palabras aprendidas anteriormente.(Pesantes, 2019)

La práctica de este método parte del elemento inicial que es letra, fonema y sílaba.

2.5.2 Alfabéticos

A este método se lo denomina “alfabético” debido a que su proceso de enseñanza se basa en seguir el orden del alfabeto. Además, predomina en la memorización y en la comprensión del infante, a través de sonidos; hacen uso de las vocales y consonantes para la formación de palabras. (Pesantes, 2019)

El método alfabético se rige a un proceso de enseñanza, el cual presenta los siguientes pasos:

1. Se debe seguir el orden alfabético para continuar con el aprendizaje
2. Cada letra del alfabeto se pronuncia utilizando su nombre
3. La lectura y escritura de las letras van de la mano en la enseñanza
4. Se debe realizar ejercicios de combinación con vocales y consonantes
5. Posteriormente, se realizan formaciones de palabras con las combinaciones
6. Se practica la lectura expresiva y comprensiva

El método alfabético se encarga del estudio de letras, su forma, su valor y se enfoca en la combinación de las mismas para luego formar palabras, frases, etc.(Pesantes, 2019)

2.5.3 Fonético

En el método fonético se aprende las vocales y consonantes acompañados de una ilustración que ayude a reforzar el aprendizaje. Este método es mucho más básico y racional que el método anterior y evita completamente el deletreo. Además, es mucho más fácil aprenderlo porque la pronunciación y escritura son similares, es decir que se lee como está escrito. (Pesantes, 2019)

Además, se enfoca en explotar todos los beneficios adquiridos en el método alfabético con respecto al sistema de la escritura, es decir, que el aprendiz pasa a aprender los grafemas y fonemas e inicia a relacionarlos entre sí. Este método de enseñanza de lectura considera que el método alfabético debe ser presentado de manera explícita, sistemática y temprana.

- Explícita: el docente ayuda al aprendiz a comprender la relación que existe entre grafemas y fonemas.
- Sistemática: es decir que se rige a seguir un orden establecido en el proceso de aprendizaje de lectura; uso de teorías y prácticas.
- Temprana: se basa en el código alfabético, mismo que debe ser presentado antes de comenzar con el proceso de aprendizaje.

Este método lo que busca es el dominio del sistema y a su vez brindar al infante una herramienta “leer” que le permitirá entender más adelante cualquier texto, idea o palabra que encuentre.(Vega & Estalayo, 2003)

2.5.4 Silábico

Este método se basa en la instrucción de la lectoescritura y consiste en el aprendizaje de la sílaba, en esta parte el infante ya maneja bien cuáles son las vocales y

consonantes con las que puede formar una sílaba. Una de las ventajas de este método es que sigue un orden lógico y los niños lo captan rápido. (Pesantes, 2019)

Por otro lado, es importante recalcar las ventajas que tiene el uso de este método:

1. Es un proceso de enseñanza-aprendizaje rápida que se aprenderá en un lapso de tiempo corto.
2. Ayuda a un mejor entendimiento y evita por completo el deletreo
3. Los sentidos captan rápidamente las sílabas porque son sonoras
4. Sigue un orden lógico y ayuda a la organización de ejercicios
5. Al ser una lengua fonética, se adapta al idioma castellano
6. La práctica no es compleja y los infantes pueden enseñar a otros
7. Este método no requiere de actividades previas ni de un material didáctico

Este es un método sintético, que empieza de unidades básicas para luego ir afrontando lentamente unidades más complejas. (Vega & Estalayo, 2003)

Es importante implementar estrategias que impulsen al infante a realizar un correcto aprendizaje sobre la lectura, tanto en el hogar como en los centros educativos. Pero es más necesario saber cómo comunicar estas tácticas para poder obtener resultados positivos en los niños y que vayan desarrollando hábitos de lectura en un futuro. Por esta razón, mediante este trabajo de investigación se concluirá que la comunicación es la mejor herramienta para fomentar la lectura infantil.

CAPITULO III: COMUNICACIÓN PARA UN CAMBIO SOCIAL

Este capítulo se enfoca en la importancia de la comunicación como una herramienta que ayudará a impulsar la lectura infantil dentro de los hogares y centros educativos en el Ecuador.

A continuación, se definirá que significa la comunicación para el desarrollo y cómo esta influye para generar un cambio dentro de la sociedad. Además, recalcar que este tipo de comunicación abre espacios para que la sociedad sea partícipe de un diálogo y donde puedan expresarse libremente.

Posteriormente, se resaltarán a la comunicación como una herramienta indispensable para poder generar un cambio social positivo y también generar un cambio dentro del sistema de educación tradicional.

Por último, reiterar la importancia de crear campañas comunicacionales e implementar estrategias que ayuden a fomentar la lectura infantil, con la finalidad de que se genere un cambio en el método tradicional sobre la enseñanza-aprendizaje de la lectura.

3.1 Comunicación para el desarrollo

La comunicación es la manera correcta de entender a la sociedad, debido a que está presente siempre en todo lo que el humano realiza. A través de ella es posible transmitir emociones con palabras, actitudes y en lo racional. La comunicación es parte natural de las especies ya que necesitan comunicarse para expresar ideas, conocimientos, pensamientos y recibir respuestas, además, influye de manera sustancial en como una persona se desarrolla. (Franco, 2020)

De igual manera, la comunicación es un proceso en el cual las personas asumen el papel de emisores, quienes transmiten mensajes con el fin de que este sea escuchado, descifrado y comprendido por los receptores y así generar interacción entre los sujetos.

Por otro lado, la comunicación significa realizar también una investigación de campo que da inicio a la identificación y al aporte de creación de estrategias comunicacionales con el objetivo de realizar tareas que ayuden a generar un cambio social. (Franco, 2020)

Partiendo de una definición general de lo que significa la comunicación en sí, a continuación, encontramos a la comunicación para el desarrollo que nace de la necesidad de responder la falta de información y el poder comunicarse aquellas personas alejadas y vulnerables. Además, se recalca que puede desempeñar el papel de empoderamiento hacia quienes necesariamente deben influir en la toma de decisiones que afecten a su vida. El hacer uso de ella, es uno de los modos más importantes para ampliar el acceso a nuevas oportunidades. (Sala, 2017)

El concepto de esta surge del seno de agencias de las Naciones Unidas, es un área específica que parte de la comunicación social y que marca la diferencia en el desarrollo humano. Además, da prioridad a las personas en aquellos sistemas y procesos de comunicación. (UNESCO, 2011)

Según la Organización de las Naciones Unidas, la comunicación para el desarrollo (CDP) se enfoca en apoyar sistemas de comunicación bilateral que impulsen al diálogo y que los grupos más vulnerables puedan manifestarse, expresando sus ideas, intereses, aspiraciones y sobretodo sean partícipes en aquellas decisiones para su desarrollo. Asimismo, se enfoca en las prácticas de la comunicación en cuanto a procesos de participación ciudadana. (UNESCO, 2011)

El objetivo principal es fomentar, desarrollar e implementar estrategias y programas que ayuden a mejorar la vida de las personas. Además, la CDP es una estrategia esencial que ayuda a poner en práctica el diálogo como herramienta fundamental para la negociación.

De igual manera, la comunicación para el desarrollo incluye todo tipo de proceso o herramientas de comunicación que de manera directa e indirecta contribuyen a los procesos de desarrollo en la cual se busca el beneficio común. Asimismo, este proceso comunicacional está enfocado en la práctica de una serie de actitudes, valores y habilidades que permiten la definición de una personalidad reflexiva, crítica y solidaria. (Servaes, 2012)

Es importante recalcar, que al gestionar comunicación para el desarrollo implica tomar en cuenta la comprensión de las personas, las creencias, valores y las normas sociales y culturales. (Sala, 2017)

La CDP, es:

- Una correlación de tres áreas: la comunidad social, educacional e institucional
- Un proceso de movilización, el cual se enfoca en dar apoyo a personas o comunidades, con el objetivo de analizar los problemas que presenten y generarles confianza en ellos para que puedan manejarlos. (Sala, 2017)
- Es importante que medios de comunicación de masas participen en este proceso, sobre todo aquellos medios locales debido a que el beneficio de los proyectos se enfoca en lo local. Otros medios que también podrían contribuir en este proceso para garantizar el éxito son el teatro, música y danza. (Sala, 2017)

La comunicación para el desarrollo se enfoca en aquellos grupos vulnerables, en la cual se trabaje de manera consiente sobre los problemas que presenten cada grupo y sobretodo las opciones de cambio que tienen ante estos problemas, además, de llegar a acuerdos, resolver conflictos y colaborar con diseño de planes de acción que promuevan cambios y un desarrollo sostenible. (UNESCO, 2011)

3.2 Comunicación para gestionar un cambio y para la educación

Antes de continuar es necesario definir el concepto de lo que significa generar un cambio social y como la comunicación interviene para lograr este cambio.

¿Qué es el cambio social?

Es una serie de modificaciones a lo real, es decir, cambiar, mudar, transformarse, entre otros. Estas son palabras que deberían estar presentes de manera consciente en todo momento. Por lo cual, todos somos partícipes de un mundo cambiante que nos lleva a encontrarnos en un medio de constante creación donde la creatividad y la adaptación va mucho más allá del entender. (Franco, 2020)

Por otro lado, para generar este cambio dentro de la sociedad es necesario utilizar herramientas que ayuden a moldear el comportamiento de los individuos con la finalidad de tener una vida mejor.

La comunicación es una herramienta fundamental para generar cambios relevantes ya que a través de ella podemos enviar mensajes claros y coherentes que ayuden a persuadir a las personas y puedan mejorar su estilo de vida. Una de los mayores retos es que el cambio que se gesta tenga alta potencialidad para que pueda comunicarse a círculos cada vez más amplios y alcance su pleno desarrollo. El proceso del cambio y la comunicación van de la mano, es decir que los dos deben ir paralelos para que la efectividad de la transformación pueda ser conocida, aceptada y asumida por el público al que nos dirigimos. (Servaes, 2012)

De igual manera, es importante recalcar que la comunicación se encuentra en el núcleo de aquellos procesos dirigidos al cambio. Es decir, que es indispensable realizar un buen manejo de esta herramienta para que exista un cambio social. De tal manera que se pueda modificar el modo de hacer las cosas y el modo de pensar de las personas. En nuestra vida personal estamos expuestos a ciertos cambios a los que debemos adaptarnos en todo momento y esto se puede observar en niños, amigos, etc. (Franco, 2020)

En fin, la sociedad está expuesta a varios cambios a los que deben adaptarse rápidamente. Sin embargo, estos cambios son efectivos debido a que ayudan a regenerar la vida de los individuos partiendo de las necesidades que presenta

Partiendo de la definición anterior podemos decir que la comunicación es una parte esencial para generar un cambio social. Por lo tanto, dentro de esta investigación esta herramienta es necesaria para fomentar la lectura infantil con la finalidad de generar ese cambio. El implementar estrategias de comunicación y saberlas comunicar de la mejor manera ayudará a corregir la enseñanza de la lectura. De igual manera, el buscar generar acciones de integración e inclusión que promueven sociedades activas y comprometidas con la transformación social.(Franco, 2020)

En el ámbito educativo, la comunicación no se limita a la función de ser informativa, sino que la calidad de esta herramienta parte de las funciones de igual importancia, la efectiva y la reguladora. Además, el proceso de enseñanza-aprendizaje es un acto de comunicación de calidad en el cual profesores y alumnos interactúan con el fin de cumplir objetivos educacionales. (Borroto, Vicedo & Cires, 2014)

Por lo tanto, una buena comunicación es necesaria para lograr que se dé un cambio en la educación tradicional, pues mediante esta herramienta lograremos comunicarnos de manera efectiva con los infantes e implementar estrategias y acciones integradoras que aportarían al correcto aprendizaje de la lectura en tempranas edades. (Borroto, Vicedo y Cires, 2014)

3.3 La importancia de la comunicación para motivar la lectura infantil

Es importante la comunicación porque la necesitamos para poder entendernos y relacionarnos entre sí, además, consiste en una destreza que va mucho más allá de una simple palabra e incluye el lenguaje no verbal. Esta continúa un proceso complejo donde

involucra a un emisor que inicia un mensaje, un canal por el cual se transmite este mensaje y un receptor que lo decodifica. (Fernández, 2012)

De igual manera, la comunicación es denominada como una herramienta fundamental para tratar causas sociales que necesitan ser estudiadas, mismas que estén afectando a un grupo significativo de personas o causando algún impacto en la sociedad.

Socialmente, la falta de interés por la lectura se catalogada como un problema a nivel educacional debido al alto porcentaje de personas que no les gusta leer o lo realizan por obligación. Es así, que a través de la comunicación podemos fomentar la lectura en los niños, dando a conocer los beneficios que brinda el realizar esta práctica y como esta influye en formar hábitos de estudio desde edades tempranas. (Franco, 2020)

Por esta razón, este trabajo investigativo hace énfasis en la comunicación, misma que motive a los infantes a desarrollar hábitos de lectura y sobre todo generar un cambio en la educación tradicional. (Ramirez, 2016)

3.4 Campañas comunicacionales para fomentar la lectura infantil en el Ecuador

¿Qué es una campaña comunicacional?

Es un conjunto de estrategias planificadas y coordinadas en un lapso de tiempo y que tienen un objetivo determinado. Es un plan de comunicación que carece de una serie de tácticas diferentes con un tema en particular y la difusión de mensajes en medios. Al hablar de campaña nos referimos a diseños de estrategias para lograr un objetivo en particular. (Lengua, Fajardo, & Gamboa, 2019)

El plan de campaña se presenta después de haber desarrollado una investigación profunda del campo donde queremos generar un cambio. Además, para crear el diseño de una campaña comunicacional se debe considerar varios factores como son el plan de comunicación, el público objetivo, el presupuesto, entre otros factores. (Lengua et al., 2019)

Para desarrollar una buena campaña de comunicación se debe regir a las siguientes normas:

- Investigación y análisis: en esta parte se debe recolectar toda la información relevante que pueda ayudar a conocer el campo.
- Determinación de los objetivos: luego de haber realizado un análisis de la situación y haber diagnosticado las necesidades; se pasa a establecer objetivos comunicacionales de dicha campaña.
- Determinar un público objetivo: este es un punto importante ya que se definirá el tipo de lenguaje que se utilizará para transmitir el mensaje.
- Estrategias o plan de campaña: se definirá las características del mensaje, mismo que debe ser claro y entendible, esta se enfoca en la propuesta de valor, beneficios, aspectos diferenciales, etc.
- Plan de medios: la función que tiene esta es colocar el mensaje ante una audiencia meta.
- Además, se debe valorar un presupuesto, es decir la cantidad que posiblemente será invertida en llevar a cabo la campaña.
- Asignar responsables para la gestión de la campaña; detallando las distintas acciones que compondrán.
- Por último, se debe preparar instrumentos adecuados de medición y control, mismos que ayudan a mostrar los resultados de la campaña. (Lengua et al., 2019)

Seguir este proceso ayudará a crear una campaña de comunicación exitosa, mismo que podrá ser entendida por el público objetivo y sobre todo generar este cambio en la sociedad.

Las campañas comunicacionales para fomentar la lectura infantil en nuestro país son una buena estrategia para crear hábitos de lectura desde tempranas edades y a través de

ellas dar a conocer sus beneficios. Además, el fomentar la lectura infantil mediante campañas comunicacionales tiene como objetivo principal motivar a los niños para que realicen esta actividad y se convierta en un hábito rutinario. (Ramirez, 2016)

3.5 Estrategias de comunicación para concientizar sobre la importancia de la lectura infantil

“Lo que no se comunica no existe” (Rius, 2000). Las estrategias dentro de la comunicación es una parte fundamental debido a que mediante esta podremos generar cambios positivos. Una estrategia comunicacional, es una herramienta de planificación sistematizada, integral y coherente de objetivos, instrumentos, mensajes y demás, mismos que la organización usara para transmitir a la sociedad. (Lengua et al., 2019)

La estrategia es un plan que integra varios factores como objetivos, políticas y las secuencias accionarias importantes de las entidades de un todo coherente. (Viteri, 2018) Es decir que es la manera de plasmar lo pensado, partiendo de objetivos planteados.

Además, las estrategias deben tratarse desde una representación integral. Según Sanz es un conjunto de reglas de decisión y líneas de acción que influyen para progresar de manera ordena y estructurada hacia los objetivos establecidos. (Viteri, 2018) Para el autor la estrategia de comunicación es una fuente de cambios en comparación a la forma de comunicar.

Una excelente estrategia de comunicación es aquella que da a conocer una imagen clara de quienes son y que ofrecen. Es importante establecer estrategias que permitan a la organización mantener un marco de las prácticas y actividades que realizan, además, es útil desarrollarlas y tener claro lo que se quiere lograr con ella. (Lengua et al., 2019)

La estrategia comunicacional se enfoca en:

- Brindar ayuda para alcanzar los objetivos de la campaña
- La participación efectiva con las diferentes partes interesadas

- Exhibir el éxito del trabajo realizado
- Que el público entienda de lo que trata la campaña comunicacional
- Cambiar la percepción y comportamiento del usuario. (Lengua et al., 2019)

Las estrategias de comunicación diseñadas para concientizar sobre la importancia que tiene el correcto aprendizaje de la lectura ayudara a que los infantes implementen métodos de estudio efectivos. Además, podrán manejar la lectura comprensiva de la mejor manera y sin ninguna dificultad. (Lengua et al., 2019)

Finalmente, se puede decir que las estrategias de comunicación son una guía que compila las tácticas de comunicación, posee un patrón o modelo a largo plazo que parte de objetivos concretos y bien establecidos. (Viteri, 2018)

Por esta razón, atreves de este trabajo investigativo, se ha creado una campaña de comunicación, en la cual se busca fomentar la lectura infantil mediante un correcto aprendizaje y dejando atrás el método tradicional, impartiendo el mensaje de crear hábitos de estudio y desarrollando una buena práctica de lectura comprensiva.

CAPITULO IV: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

4.1 Antecedentes

4.1.1 Introducción:

La lectura es una actividad completa e indispensable para la vida del ser humano, es talvez un recurso cognitivo por naturaleza que debe ser forjado de manera correcta desde la niñez. El proceso de aprendizaje de esta actividad inicia en el hogar y se refuerza en las escuelas, colegios, etc. A raíz de los datos estadísticos alarmantes proporcionados en el año 2012, este un tema cuya investigación ha ido incrementándose, siendo a partir de ahí donde se refleja el mayor auge, ligado al estudio y aprendizaje de la comprensión lectora, la formación de hábitos de lectura, métodos de lectura y los programas educativos.

Es así que, la lectura es una actividad fundamental en la vida cotidiana de las personas. Además, es importante recalcar que no nacemos con una habilidad lectora, sino que se necesita un inmenso esfuerzo en tiempo y dedicación (Sweet & Snow, 2003). Por otro lado, para desarrollar la comprensión lectora, se debe regir a un proceso complejo que no se basa precisamente en estrategias de comprensión. Sino que también hay otros espacios, aspectos que pueden afectar el aprendizaje de la lectura, sobre todo cuando esta responde a los cambios culturales y construcciones sociales, económicas y tecnológicas, etc (Ferreiro, 2002; Cassany, 2006).

En este sentido, una de las grandes preocupaciones es que las personas tengan un aprendizaje forzoso y sin materiales de apoyo, mientras que, Solé (2012) afirma que el proceso de aprendizaje de lectura debe enfocarse en la comprensión y el análisis de un texto mediante diferentes acciones que permitan activar los conocimientos previos con la finalidad de poder construir ideas, destacar la información importante, hacer pausas cuando lo necesite e incluso pueda regresar y reflexionar; lo que implica generar espacios

para una lectura individual pero sin descartar la posibilidad de abrir diálogos y discusiones. En el siguiente orden de ideas, en el contexto académico la lectura es de mayor importancia y sobre todo tiene un valor fundamental en donde se debe participar más activamente de los procesos de aprendizaje continuo.

De igual manera, la lectura tiene su propio espacio, sin embargo, existen países como el Ecuador en el cual las cifras son preocupantes, según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos en el año 2012. En el estudio realizado por el (INEC), en octubre del 2012, dan a conocer los siguientes datos sobre los hábitos de lectura en una parte del Ecuador. El estudio se realizó a un grupo de personas en cinco ciudades del Ecuador (Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato). En la cual se da los siguientes porcentajes 26,5 % las personas dijeron no tener hábitos de leer, el 56, 8 % dijo falta de interés en la lectura y el 31, 7 % falta de tiempo.

Asimismo, según el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), estudios realizados en el mismo año, muestra que el Ecuador tiene un 43 % de población lectora el cual posee un porcentaje muy bajo comparada a otros países de Latinoamérica.

La Constitución de la República del Ecuador evidencia que la educación es un derecho humano, que se alinea con el Objetivo de Desarrollo sostenible, número 4 el cual es: “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos, donde los estudiantes especialmente los niños tengan las herramientas necesarias para poner en práctica la lectura dentro de casa”. (ONU, 2015)

Por esta razón, el Gobierno Nacional de turno realiza el Plan Nacional de Promoción del libro y la lectura José de la Cuadra 2017-2021, el cual aborda la problemática relacionada con la necesidad de fomentar los comportamientos lectores y

los consumos de la lectura en la cual se busca promover una sociedad equitativa y soberana basándose como lo determina la ley Orgánica de Cultura 120 y 126.

El Plan Nacional de Promoción del libro y la lectura del Ecuador (PNPLL) 2017-2021, se fundamenta en una política pública que abarca los principales problemas relativos al estímulo de la lectura en el Ecuador, este plan se enfoca en tres ámbitos principales de acción como: estímulo al lector, fortalecimiento bibliotecario y fomento del sector editorial.

La falta de capacidad lectora puede influir en el rendimiento escolar y consigo atrae varias dificultades en la formación académica de los niños como: mala ortografía, la falta de vocabulario, la dificultad de analizar y comprender textos y sobre todo el no entender cuando alguien le explica un determinado tema, en ocasiones esto puede generar que los estudiantes se frustren y no deseen aprender más y su aprendizaje sea lento. (Fregoso G, 2005, p. 35)

Cortés y García (2017), plantean que los niños que inician el proceso de aprendizaje de lectoescritura, requieren de experiencias textuales reveladoras que los incentiven para seguir avanzando en el proceso; en este sentido, es primordial que los padres de familia y docentes tengan la debida preparación para entender el comportamiento o actitud de los niños.

Para tal efecto se ha observado que la comunicación sirve como una estrategia que permite solucionar el problema planteado, es por esto que, mediante una campaña, impartiremos talleres a través de plataformas digitales y así poder promover la lectura en las y los infantes de la parroquia Tumbaco, especialmente en los hogares y a su vez instituciones educativas.

4.2 Pertinencia de la Campaña:

4.2.1 Importancia: Fomentar

Este trabajo tiene como objetivo principal, promover y motivar la lectura infantil en nuestro país, debido a como lo mencionamos anteriormente, el Ecuador se encuentra con un porcentaje del 43 % mismo que es demasiado bajo comparada con otros países de Latino América. Y para ello es necesario tener un aprendizaje adecuado desde la etapa inicial del infante.

Al realizar nuestra investigación cualitativa, como estudiantes, vimos que esta problemática, puede ser resuelta a través de la comunicación, impartiendo una campaña en la cual se fomente la lectura infantil, pero con un diferenciador, el cual es que, nuestra campaña no solo se enfocará en los niños y docentes, sino que también incluirá a los padres de familia y la comunidad que los rodea debido a que son un pilar fundamental dentro del aprendizaje de los infantes.

Como se mencionó anteriormente que nuestra campaña se alinea a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, número 4 “Educación de Calidad”. Por esta razón, nos basaremos en este objetivo, para que los niños, docentes y padres de familia aprendan juntos, proporcionando talleres con actividades lúdicas a través de plataformas digitales en el cual se les brinde la información necesaria y tips de cómo iniciar este camino lector dentro de casa, además, de ir desarrollando hábitos de lectura.

Como comunicadora, la campaña que realizaré, nos ayudará en varios aspectos, uno de ellos es el psicológico, debido a que nos permite crecer como personas y profesionales de la comunicación, por lo que, se busca generar cambios positivos e impactos en la sociedad.

Dentro del ámbito académico, mediante una investigación cualitativa, se muestra que la comunicación es una disciplina que está vinculada con otras y por la cual se nos

permite diseñar estrategias de comunicación para la motivación y el cambio, y es en este marco, en donde la campaña tiene un espacio que se relaciona con la práctica y la teoría.

4.3 Problema social:

Promover la práctica lectora en los niños/as en su primera etapa de educación inicial de 2 a 5 años.

4.3.1 Causa Social:

La campaña se enfoca en la motivación, educación y comunicación, dirigido a niños, para fomentar la lectura infantil desde casa, institutos educativos y sociedad.

Esta campaña está pensada para proponer talleres educativos con actividades lúdicas para los niños y capacitaciones para los padres de familia del Centro Infantil “Dulce Hogar” y que sea replicada en los demás centros infantiles de la parroquia Tumbaco, trabajando conjuntamente con los educadores de la misma institución, es decir, como parte de la estrategia de relaciones públicas.

Por esta razón, trabajaremos conjuntamente con profesionales en el tema de lectoescritura, quiénes nos ayudarán, a impartir y capacitar correctamente acerca de los mecanismo y procesos a seguir para la enseñanza- aprendizaje de lectura.

4.4 Territorio en acción:

Nuestro territorio de acción es específicamente, la parroquia de Tumbaco y el objetivo es que sea replicada en todas las parroquias rurales de Quito, un espacio en territorio digital, uniendo así a la ciudad con la periferia. El porqué de nuestro territorio de acción es porque según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, el área rural tiene el 43, 8 % de pobreza, un porcentaje que puede influir en la educación de los niños. Es por esa razón que se trabajara con la parroquia Tumbaco con el fin de que este factor no sea un impedimento para tener una buena práctica lectora.

4.4.1 Fundación Benéfica:

Centro Educativo Infantil Dulce Hogar

4.5.1 Alcance de la causa social:

La campaña “Páginas de Emoción”, busca generar impacto y brindar conocimiento e información acerca de la importancia de la lectura infantil en la primera etapa de educación inicial, niños de 2 a 5 años de edad, padres de familia, profesores, centros infantiles y comunidad en general de la parroquia Tumbaco.

4.5 Diagnóstico de Comunicación

| FODA | |
|--|--|
| Fortaleza | Oportunidades |
| <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con centros infantiles y grupos de lectura. • Presencia en medios de comunicación • Apoyo de expertos académicos sobre el tema de Lectura Infantil. | <ul style="list-style-type: none"> • Interés de mediadores de lectura infantil. • El tema de la educación es tendencia en el contexto del Covid-19 • Alianza con Gobierno Parroquial de Tumbaco para llegar a toda las comunidades. |
| Debilidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> • No poder realizar eventos presenciales • Falta de interés y entendimiento de la autoridades. | <ul style="list-style-type: none"> • Desinterés por falta de conocimiento • Rechazo por parte de los padres de familia. |

4.6 Concepto de la Campaña:

El concepto de Páginas de Emoción es socializar la importancia de la lectura en edades tempranas e involucrar a la familia con el fin de que juntos lean, es importante que los padres lean a sus hijos para que desde pequeños se inculque la lectura infantil.

4.6.1 Nombre de la campaña:

Páginas de emoción

4.7.1 Misión y Visión

Misión:

Forjar bases firmes de lectura en la primera etapa de educación inicial.

Visión:

En 5 años, lograr que el modelo de nuestra campaña tenga un impacto a nivel nacional y que el concepto principal de promover sea replicado en las parroquias rurales y urbanas, para fomentar un correcto método de aprendizaje-enseñanza dentro de los hogares y sistemas educativos del país, con el objetivo principal de forjar bases firmes de lectura en la etapa inicial en los niños y niñas de nuestro país.

4.8.1 Eje de comunicación:

Páginas de emoción es una campaña que se enfoca en promover la lectura infantil. Incentivamos a que se inicie la lectura en los niños y niñas de 2 a 5 años en su primera etapa de educación inicial e involucrar a la familia dentro de este aprendizaje. Apuntamos aquellos grupos vulnerables porque es ahí donde se desconoce sobre la importancia de la misma.

| Estrategia | Propósito | Público | Táctica | Actividades |
|---|---|---|--|---|
| Promover la lectura infantil en grupos vulnerables e involucrar a la familia dentro de este proceso de aprendizaje. | Concienciar e informar a la familia sobre la importancia de la lectura en edades tempranas. | Niños/as de 2 a 5 años de edad. Padres de familia. Educadores | Difusión de capacitaciones mediante redes sociales con profesionales académicos y expertos en temas de lectura. A través de estos espacios de aprendizaje inducir a que exploren el mundo de la lectura, con la finalidad de que desde niños desarrollen hábitos de leer. | 1.- Buscar expertos académicos que sean parte de nuestras capacitaciones. 2.- Establecer un plan de redes sociales para generar engagement, promocionar nuestros espacios de aprendizaje y motivación. 3.- Definir calendario de capacitaciones. 4.- Generar alianzas con empresas privadas. |

4.9.1 Mensaje Clave:

El nombre “Páginas de emoción”, surge de la acción que genera leer un libro, cuento, etc., en cual el objetivo es transmitir el mensaje de motivación y aprendizaje a través de la lectura, además de que al leer cada página de un texto podemos experimentar diferentes emociones. Y a raíz de esto poder forjar bases firmes de lectura durante la primera etapa de educación inicial de una manera divertida, acompañada y fomentada en el entorno en el que el niño se desarrolla.

4.7 Gráfica y colores corporativos



¡SI QUIERES UNA AVENTURA, ANÍMATE A LEER!

4.8 Públicos:

Públicos Beneficiados

Niños y padres de familia del Centro Infantil Dulce Hogar

Públicos estratégicos y aliados

Unidades educativas:

- Centro Infantil Dulce Hogar
- Comunidad Tola Grande

Públicos de Interés

- Niños y niñas del Centro Infantil Dulce Hogar
- Padres de Familia
- Profesores
- Comunidad de la Parroquia Tumbaco
- Medios de Comunicación e Influencia de Páginas de Emoción:

| Vinculación e influencia de Páginas de Emoción | Actores |
|--|---|
| Medios de comunicación | Radio Metro Quito Radio La Poderosa Anpagora TV Ciudad Tv/Politeka Radio Casa de la Cultura |
| Influencers | Cristopher Escaleras (Cantante) |
| Líderes de Opinión | Nanki Saant (Emprendedor e Innovador Social) Alejandra Soria (Abogada) |
| Líderes Barriales | Floresmilo Simbaña (Presidente de las comunidades de Tumbaco) Carlos Guamán (Presidente Barrio Tola Grande) Alexandra Gallardo (Coordinadora de Centros Infantiles Tumbaco) |
| Líderes Rurales | Lorena Brito (Presidenta del GAD de Tumbaco) Blanca Sacancela Juliana Echeverria (Reina de Tumbaco) |

Objetivo general de la campaña

Diseñar una campaña para fomentar la lectura infantil en la etapa inicial, por medio de estrategias de comunicación y educación, en el sector de la parroquia Tumbaco, en un periodo de tres meses.

Objetivos específicos

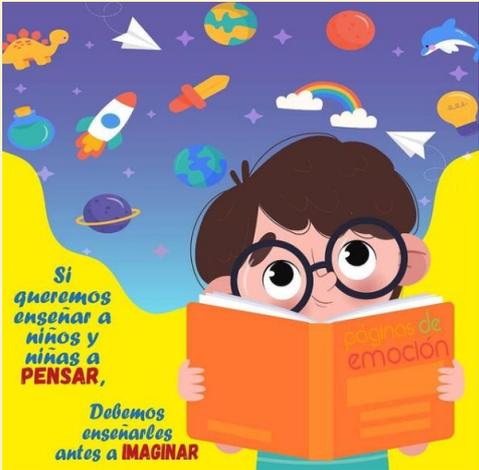
- Informar al público objetivo sobre la importancia de realizar esta actividad en casa, en un periodo de dos meses.
- Concienciar al público objetivo sobre el método de usar actividades lúdicas que motiven a los infantes a realizar la actividad, en un periodo de dos meses.
- Diseñar estrategias digitales para socializar el mensaje de fomentación de la campaña en un periodo de dos meses.
- Difundir en medios masivos de comunicación la razón de ser de la campaña, en un periodo de un mes.

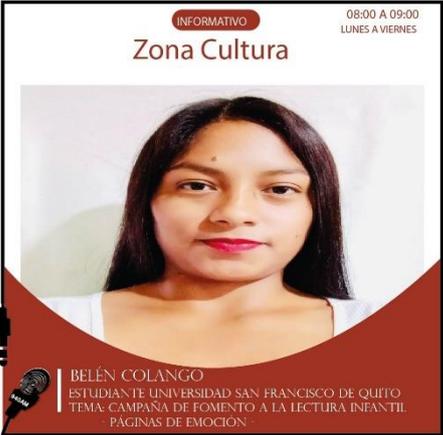
4.9 Fases y estrategias de la campaña

| ATRAER | | |
|--|---|----------------------|
| Táctica | Acción | Medios |
| Lanzamiento de la campaña sin logo, pero brindando la información necesaria sobre el objetivo de nuestra campaña. ¿Páginas de emoción? Y creación del #AnímateALeer | Publicaciones de diferentes tipos de cuentos y como hacerlos más atractivos para los niños. | Instagram y Facebook |
| Gira de medios con el fin de dar a conocer la campaña al público en general | Publicaciones sobre la fecha y hora de la presencia en medios de comunicación. | Instagram y Facebook |
| Publicaciones de influencers, invitando al público y a nuestros seguidores a que se unan a la campaña | Publicación de los videos, de los influencers o líderes de opinión | Instagram y Facebook |
| Publicaciones de contenido relevante. | Uso del ¿Sabías qué? | Instagram y Facebook |
| Contenido Audiovisual | Publicación de video, presentando a la creadora de la campaña y el objetivo de la misma. | Instagram y Facebook |

| FOTO | INDICADORES INSTAGRAM | INDICADORES FACEBOOK |
|--|--|---|
|  | <p>Número de interacciones 23</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> | <p>Número de interacciones 5</p> <p>Numero de Alcance 27</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 16</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Numero de Alcance 27</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
| | <p>Número de interacciones 22</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> | <p>Número de interacciones 17</p> <p>Numero de Alcance 18</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> |

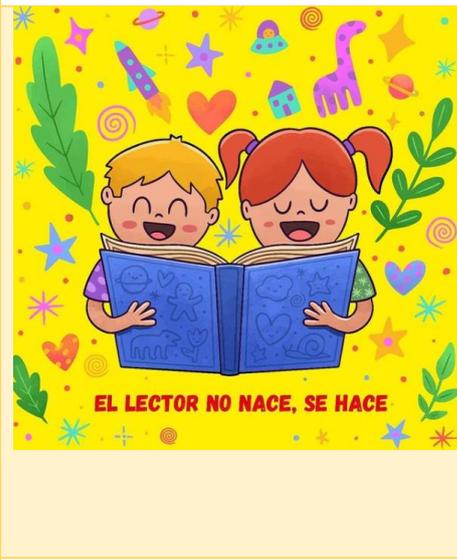
| | | |
|---|--|---|
|  | | <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones</p> <p>Número de reproducciones 67</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Numero de Alcance 18</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 18</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 5</p> <p>Numero de Alcance 53</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
| | <p>Número de interacciones 0</p> | <p>Número de interacciones 3</p> |

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>Número de reproducciones 149</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> | <p>Número de Alcance 68</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 8</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Número de Alcance 27</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 67</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Número de Alcance 27</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |

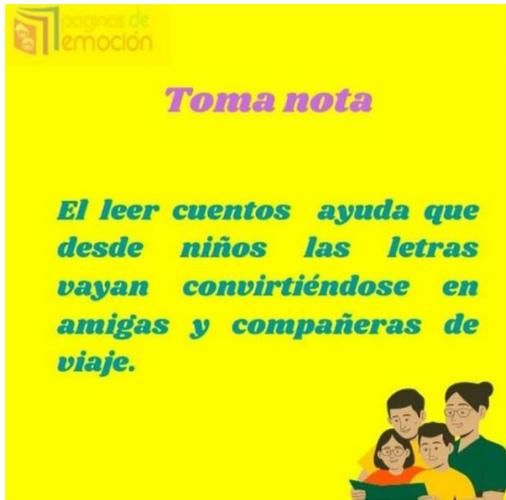
| | | |
|--|--|---|
|  | <p>Número de interacciones 16</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 2</p> <p>Número de Alcance 27</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 16</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> | <p>Número de interacciones 8</p> <p>Número de Alcance 56</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |

| CONVERTIR | | |
|---|---|----------------------|
| Táctica | Acción | Medios |
| Informar la importancia de la participación de los padres en prácticas lectoras | Diseño de Publicación para informar al público en general | Instagram y Facebook |
| Lanzamiento del logo oficial | Lunes 13 de Abril (Día del maestro ecuatoriano). | Instagram y Facebook |
| Capacitaciones | Profesionales en lectoescritura. | Instagram y Facebook |
| Giveaway | Se realizará un giveaway. | Instagram y Facebook |
| Publicaciones de contenido informativo | Artes informativos de cómo los padres deben guiar a los niños durante la lectura. | Instagram y Facebook |
| Publicaciones de contenido audiovisual | Capacitaciones por IG. Live | Instagram y Facebook |

| FOTO | INDICADORES DE INSTAGRAM | INDICADORES DE FACEBOOK |
|--|--|---|
|  <p>¿SABIAS QUÉ?</p> <p>Ecuador solo tiene un 43% de población lectora</p> <p>comparada con otros países de Latinoamérica.</p> | <p>Número de interacciones 11</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de Alcance 40</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  <p>páginas de emoción</p> <p>¡SI QUIERES UNA AVENTURA, ANÍMATE A LEER!</p> | <p>Número de interacciones 13</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Número de Alcance 26</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  <p>Leer a los niños hoy</p> <p>para que lean mañana.</p> <p>páginas de emoción</p> | <p>Número de interacciones 22</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Número de Alcance 46</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
| | <p>Número de interacciones 6</p> | <p>Número de interacciones 14</p> |

| | | |
|---|---|---|
|  | <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de Alcance 220</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 5</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> |
|  | <p>Número de interacciones 8</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de Alcance 50</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 8</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 5</p> <p>Número de Alcance 36</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
| | <p>Número de interacciones 16</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de Alcance 35</p> |

| | | |
|---|--|---|
| <p>¿Sabías qué? La lectura en voz alta es una de las estrategias principales para poder fomentar la lectura en el hogar.</p>   | <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 0</p> <p>Número de reproducciones 31</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 2</p> | <p>Número de interacciones 18</p> <p>Número de Alcance 68</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 11</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> |
|  | <p>Número de interacciones 17</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 11</p> <p>Número de Alcance 95</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 2</p> <p>Número de respuestas 0</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | | Número de comentarios 2 |
|  | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 5</p> <p>Número de Alcance 66</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 6</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de Alcance 29</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 11</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
| | <p>Número de interacciones 8</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 2</p> <p>Número de Alcance 23</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 11</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |

| | | |
|---|--|---|
|  | | |
|  | <p>Número de interacciones 46</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de Alcance 29</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  | <p>Número de interacciones 8</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 23</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de Alcance 19</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
| | <p>Número de interacciones 6</p> <p>Número de reproducciones 0</p> | <p>Número de interacciones 6</p> <p>Número de Alcance 23</p> |

| | | |
|--|---|--|
|  <p>Toma nota</p> <p>✗ <i>La escuela se encarga de forjar hábitos lectores</i></p> <p>✓ <i>Los hábitos lectores se desarrollan antes de ir a la escuela junto a la familia</i></p> | <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  <p>Toma nota</p> <p>✗ <i>Los niños que leen demasiado pronto tendrán problemas de aprendizaje.</i></p> <p>✓ <i>La lectura en la etapa inicial activa el cerebro, potencia la atención, la concentración y la permanencia en la misma.</i></p> | <p>Número de interacciones 8</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 2</p> <p>Número de Alcance 28</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  <p>Tema: Mediación de lectura en la primera infancia</p> <p>FECHA: LLNES 3 DE MAYO</p> <p>HORA: 1:30 PM</p> <p>LIVE</p> <p>TANYA BENÍTEZ ACTRIZ, GESTORA CULTURAL Y MEDIADORA DE LECTURA</p> <p>zoom Link: https://usfq.zoom.us/j/88670107977 ID de reunión: 886 7010 7977</p> | <p>Número de interacciones 6</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 12</p> <p>Número de Alcance 1061</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 5</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 3</p> |
| | <p>Número de interacciones 9</p> <p>Número de reproducciones 0</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Número de Alcance 56</p> |

| | | |
|---|--|--|
|  <p>Lectura comprensiva</p> <p>Este tipo de lectura es la clave en la educación de los niños, se trata de lograr comprender lo que se lee.</p>  | <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> |
|  | <p>Número de interacciones 36</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 7</p> <p>Número de Alcance 104</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 2</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 1</p> |

| CERRAR | | |
|-----------------------------------|---|----------------------|
| Táctica | Acción | Medios |
| Creación de contenido informativo | Publicaciones libros infantiles de acuerdo a su edad. | Instagram y Facebook |
| Creación de contenido informativo | Publicación de contenido informativo, sobre los beneficios de la lectura en instancias tempranas. | Instagram y Facebook |
| Creación de contenido audiovisual | Publicación de Instagram Tvs de tips informativos para los padres de familia. | Instagram y Facebook |

| FOTO | INDICADORES DE INSTAGRAM | INDICADORES DE FACEBOOK |
|--|---|---|
|  <p>¿Sabías qué?</p> <p>Los tres grandes mediadores son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Padres • Profesores • Bibliotecarios <p><small>logos de emoción</small></p> | <p>Número de interacciones 6</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 2</p> <p>Numero de Alcance 20</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  <p><small>logos de emoción</small></p> <p>"Si quiere hacer descubrir el placer de la lectura, no enseñe nada, SÓLO TRANSMITA SU PASIÓN"</p> <p><small>Michele Peroni (2003)</small></p> | <p>Número de interacciones 5</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 3</p> <p>Numero de Alcance 16</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> |
|  <p><small>logos de emoción</small></p> <p>A los niños hay que darles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leche • Amor • Literatura <p><small>Evelio Cabrejo</small></p> | <p>Número de interacciones 5</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Numero de Alcance 43</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> |

| | | |
|---|----------------------------|--|
| | | Número de comentarios 0 |
|  | Número de interacciones 5 | Número de interacciones 2 |
| | Número de reproducciones 0 | Numero de Alcance 67 |
| | Número de respuestas 0 | Número de reproducciones o compartidos 1 |
| | Número de comentarios 0 | Número de respuestas 0 |
| | | Número de comentarios 0 |

| DELEITAR | | |
|-----------------------|---|----------------------|
| TÁCTICA | ACCIÓN | MEDIOS |
| Contenido Audiovisual | <p>Publicación de video recopilatorio mostrando el proceso de nuestra campaña y personas que se unieron a la misma.</p> <p>Con el fin de transmitir y dejar plasmado el mensaje de nuestra campaña.</p> | Instagram y Facebook |

| FOTO | INDICADORES DE INSTAGRAM | INDICADORES DE FACEBOOK |
|---|---|---|
|  | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Número de reproducciones 0</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 0</p> | <p>Número de interacciones 4</p> <p>Numero de Alcance 75</p> <p>Número de reproducciones o compartidos 1</p> <p>Número de respuestas 0</p> <p>Número de comentarios 2</p> |

4.10 Tácticas

Las tácticas que se llevaron a cabo para posicionar a Páginas de Emoción en el público fueron las siguientes:

- Creación de contenido de valor y difusión de los mismos a través de Instagram y Facebook sobre la campaña, los beneficios que tiene la lectura desde tempranas edades y testimonios de las personas que dedican su tiempo a leer.
- Capacitaciones gratuitas e interactivas con 3 expertos académicos dentro de nuestra fase informativa denominada “Vive más de una aventura” en la cual, se menciona diferentes técnicas de aprendizaje de lectura para motivar a los niños a practicarla en casa.
- Presencia en medios de comunicación con la finalidad de dar a conocer nuestra campaña y los servicios que se darán para poder promover la lectura infantil en los más pequeños y que la familia participe dentro de este proceso de aprendizaje.

4.11 Alianzas estratégicas

- Medios de comunicación
- Centros Infantiles
- Influencers/Líderes de Opinión
- Profesionales en Educación y temas de Lectura.

4.12 Cronograma

| Fecha | Hora | Formato y tipo | Tribu/Nicho | Social Copy/Lead Sumario |
|--------------------|----------|--|---|--|
| 27 de Marzo | 18:00 pm | Arte expectativa de presentación de la campaña. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | ¡Próximamente! Páginas de emoción. Es una campaña que busca fomentar la lectura infantil en niños/as en su etapa inicial dentro de casa y resaltar la importancia y beneficios de practicarla juntos en familia. Más adelante te seguiremos informando más acerca de nuestra campaña. |
| 29 de Marzo | 9:00 am | Fotos de nuestra primera entrevista en la radio | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Sintonízanos en Cuidad Tv/ Politeka y CONOCE nuestra campaña. Recuerda Páginas de emoción |
| 29 de marzo | 13:00 pm | Afiche informativo sobre entrevista en la radio. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Hoy conéctate 20:00 pm en Quito Metro Radio. SINTONÍZANOS |
| 31 de Marzo | 9:00a m | Video Influencers | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Cristopher Escaleras se unió a nuestra campaña!!! ¡Tú qué esperas!!! RECUERDA @paginasdeemocion_ec |
| 2 de Abril | 14:00 pm | Afiche informativo ¿Sabías que? | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Los niños que tienen problemas para aprender a leer son, generalmente, los que nunca han visto leer a sus padres |

| | | | | |
|-------------------|----------|--|---|--|
| 2 de Abril | 9:00 am | Fotos de segunda entrevista en la radio. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Un poco de nuestra segunda entrevista. Conócenos y únete a nuestra campaña. |
| 2 de Abril | 9:00am | Arte Informativa ¿Sabías que? | Padres de familia, Niños/as y educadores. | A la escuela corresponde enseñar a leer, pero los padres pueden preparar el camino y sentar las bases de la afición a la lectura durante la Educación Infantil |
| 2 de Abril | 9:00am | Video de Alejandra Soria Abogada penal y madre de familia. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Alejandra Soria, se unió a nuestra campaña. Recuerda Páginas de emoción. |
| 2 de Abril | 14:00 pm | Arte informativo Frase | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Si queremos enseñar a los niños a pensar, debemos enseñarles antes a imaginar. Recomendación de 6 cuentos cortos para niños. |
| 2 de Abril | 9:00 am | Video de Nanki Saant | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Muchas gracias @nankisaant por su apoyo! Recordemos que el apoyo de la familia es fundamental y necesaria para ir desarrollando hábitos lectores desde la etapa inicial. Recuerda: @paginasdeemocion_ec |
| 3 de Abril | 9:00 am | Fotos de la entrevista programa Radio La Poderosa | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Únete a nuestra campaña. #PáginasDeEmoción ¡Sintonízanos! |
| 5 de Abril | 9:00 am | Arte de nuestra entrevista en radio. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Un pequeño espacio para agradecer. A Radio Casa de La Cultura Ecuatoriana por su apoyo y permitirnos comunicar la campaña Páginas de Emoción. Sintonízanos mañana a través de: https://radiocce.com/ |

| | | | | |
|--------------------|----------|--|---|---|
| 8 de abril | 9:00 am | ¿Sabías qué? | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>¿Sabías qué?</p> <p>El Ecuador tiene el 43% de población lectora.</p> <p>Según un informe de indicadores de lectura de la Cerlalc, el Ecuador tiene un bajo porcentaje de población lectora frente al 92% en España o al 77% en Colombia.</p> <p>Fuente: Cerlalc 2012</p> |
| 13 de Abril | 10:00 am | Presentación del logo de campaña | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Hoy celebramos el día del maestro ecuatoriano y queremos hacer la presentación de nuestro logo oficial. |
| 13 de abril | 2:00 pm | Afiche informativo | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>Los padres de familia, deben conocer que se debe empezar a practicar la lectura con los niños y niñas en sus primeros años de vida. Fomentar el hábito de la lectura en los niños es una de las formas más seguras y eficaces que existen para estimular y despertar sus capacidades y habilidades destacó el especialista Ignacio González.</p> <p>Fuente: La División de Neurociencias del Centro de Investigación Biomédica de Occidente.</p> |
| 13 de Abril | 9:00a m | Afiche informativa Invitación a la capacitación con la Docente de preescolar Roxana Guzmán vía Zoom. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>No te puedes perderte este jueves 15 de abril nuestra charla con Roxana Guzmán, Máster en Educación.</p> <p>Conocerás sobre la importancia de fomentar la lectura en niños y niñas en su primera etapa de educación inicial.</p> |

| | | | | |
|--------------------|----------|---|---|---|
| | | | | Además, conoceremos tips para lograr una buena lectura comprensiva |
| 13 de Abril | 4:00 pm | Arte felicitando a los maestros ecuatorianos en su día. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Hoy rendimos homenaje a todos los maestros del Ecuador. Queremos agradecer y celebrar a todos esos profesores que con su vocación y buena disposición hacen nuestros procesos de aprendizaje más gratos y únicos. ¡Su trabajo es esencial para la sociedad! ¡Feliz día del maestro ecuatoriano! |
| 14 de abril | 16:00 pm | Afiche informativo sobre estadísticas. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | ¿Sabías qué? Promover en los niños la lectura es la llave fundamental de la información, la cultura, el mundo de la ficción, la fantasía, es la puerta principal de la imaginación y los prepara positivamente para el rendimiento escolar futuro. Además, leer es un derecho de todas y todos los ciudadanos de un país. La lectura nos ayuda a formarnos como personas, nos permite acceder a un mejor nivel educativo y, por lo tanto, a crecer más libres. Fuente: Unicef (2018) |
| 15 de Abril | 9:00a m | Video de la campaña Páginas de Emoción, con la creadora de la campaña | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Presentación de la vocera |
| 16 de Abril | 17:00 pm | Capacitación con la Licenciada Roxana Guzmán profesional en lectoescritura. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Tema: ¿Cómo motivar a los niños en su etapa inicial a realizar la lectura? |

| | | | | |
|--------------------|----------|--------------------|--|---|
| 16 de Abril | 16:00 pm | Arte informativo | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>El cuento es la mejor manera de acercar a los niños al placer por la lectura. Si desde pequeños aprenden que los libros ofrecen muchas cosas, cuando crezcan estarán más dispuestos a aprender.</p> <p>Lejos de las prisas y de las obligaciones diarias, contar cuentos a las hijas e hijos es un tiempo para disfrutar, para estar juntos, y algo fundamental: permite ver cómo poco a poco se van definiendo los gustos, sus ganas de acercarse a los libros y las inquietudes.</p> |
| 20 de Abril | 18:00 pm | Afiche afirmativo | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>Una metodología nacida de la investigación científica y que busca maximizar los beneficios de la lectura temprana en términos de adquisición del lenguaje y de habilidades pre-lectores o de alfabetización emergente. Una estrategia utilizada que ayuda a fomentar la lectura en niños y niñas en su primera etapa de educación inicial. Aprendamos juntos...!!</p> |
| 21 de Abril | 9:00am | Afiche informativo | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>Lo fundamental para que la actividad sea un éxito es crear un ambiente lúdico y acogedor, que facilite la concentración y motive a los niños a pedir más, ya sea repitiendo el mismo cuento o empezando otro nuevo. Dejar que vean la portada y su interior y atender a sus comentarios. Si surgen dudas durante la lectura del cuento,</p> |

| | | | | |
|--------------------|----------|---|---|--|
| | | | | podemos hacer una pausa para resolverlas. Fuente: Unicef (2018) |
| 21 de Abril | 10:00 am | Capacitación con Erika Pila Psicóloga Clínica minor Psicología Infantil | Padres de familia | Tema: La lectura Dialógica |
| 23 de Abril | 18:00 pm | Afiche Informativo Día mundial del libro | Padres de familia | Cada 23 de abril se celebra el Día Mundial del libro y de los derechos de autor, esto fue decretado por la UNESCO con el objetivo principal de fomentar la lectura, además de dar a conocer el derecho de la propiedad intelectual para autor de su propia obra literaria. Fuente: UNESCO |
| 26 de Abril | 17:00 pm | Video de nuestra capacitación con Erika Pila | Padres de familia | Les dejamos una parte de lo que fue nuestra charla el día viernes 23 de abril, sobre la importancia de conocer esta nueva metodología. En este espacio queremos agradecer a Erika Pila por su apoyo y también a todas las personas que asistieron. Además, agradecer también al Gobierno Autónomo Descentralizado de Tumbaco por su apertura para llevar a cabo esta proyecto. |
| 26 de Abril | 18:00 pm | Giveaway | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Recordemos que: La creatividad de cada narrador y encontrar los elementos que dispone para narrar cuentos, libros, etc. son elementos fundamentales porque con la narración alentaremos a los niños y niñas a participar, a involucrarse y lograr un clima donde |

| | | | | |
|--------------------|----------|--|--|---|
| | | | | todos sean parte de la actividad. |
| 27 de Abril | 10:00 am | Artes “Toma nota” | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>Hoy les compartimos algunas percepciones de las personas ante la práctica de la lectura.</p> <p>✘ Incorrecto: La escuela se encarga de forjar hábitos lectores.</p> <p>✔ Correcto: Los hábitos lectores se desarrollan antes de ir a la escuela junto a la familia.</p> <p>Juntos aprendemos...!!!!</p> |
| 28 de Abril | 10:00 am | Arte: “Toma nota” | Padres de familia, Niños/as y educadores. | <p>Ahora les contamos otra de las percepciones:</p> <p>✘ Incorrecto: Los niños que leen demasiado pronto tendrán problemas de aprendizaje.</p> <p>✔ Correcto: La lectura en la etapa inicial activa el cerebro, potencia la atención, la concentración y la permanencia en la misma.</p> |
| 29 de Abril | 18:00 pm | Afiche invitando nuestra capacitación con Tanya Benítez cofundadora del proyecto “Yo amo leer” | Padres de familia, Niños/as y educadores. | No te pierdas nuestro ig Live junto con Tania Benítez Yo amo Leer. |
| 3 de Mayo | 10:00 am | Arte informativo: Las lectura comprensiva | Padres de familia, Niños/as y educadores. | La lectura comprensiva se basa en comprender lo que se lee, es un proceso que empieza desde aprender a juntar algunas palabras en frases sencillas. Por lo tanto, se hace necesario inculcarles desde pequeños el valor de entender los textos, evitando de esta forma problemas que podrían surgir más adelante. |

| | | | | |
|-------------------|-------------|--|---|--|
| | | | | Aprendamos juntos...!!! |
| 4 de mayo | 5:00p m | Video de lo que fue nuestra capacitación con Tanya Benítez | Padres de Familia | Mediación de Lectura en la primera Infancia Queremos agradecer en este espacio a Tanya Benítez por tan enriquecida charla del día de ayer y a todas las personas que se conectaron con nosotros. Gracias Tanya por apoyar a nuestra campaña @paginasdeemocion_ec |
| 6 de mayo | 18:00 pm | ¿Sabías qué? | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Toma nota.!!!! Un mediador es alguien que lee, te guía y te acerca a un mundo lector. Aprendamos juntos!!!! |
| 7 de Mayo | 9:00p m | Arte: Frase | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Les dejamos una gran frase expuesta por nuestra invitada Tanya Benítez el día Lunes 3 de Mayo. |
| 10 de mayo | 5:00p m | Arte: Frase | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Les compartimos una gran frase de Evelio Cabrejo quién nos compartió en nuestra charla Tanya Benítez el día Lunes 3 de Mayo. |
| 12 de Mayo | 14:00 pm | Arte: ¿Cómo elegir un libro para los chicos según la edad? | Padres de familia, Niños/as y educadores. | ¡Toma nota...!!! Es importante elegir un libro de acuerdo a la edad de un niño. Aprendamos juntos..!!!! |
| 13 de Mayo | 18:00 pm | Video de agradecimiento. | Padres de familia, Niños/as y educadores. | Proceso de la campaña y agradecimiento de las personas que se unieron a la misma. |

4.13 *Presupuesto*

Nuestro presupuesto fue obtenido gracias a la alianza con una empresa privada y a un emprendimiento en la cual recibimos donaciones de: 2 computadoras marca Lenovo en buen estado y la donación de un kit escolar.

| Gastos campaña vinculados | |
|----------------------------------|-------------------------|
| 2 computadoras Lenovo | Valoradas en 445 \$ c/u |
| Kit escolar | 40 \$ |
| Diseñador Gráfico | 40 \$ |
| TOTAL DE GASTOS | 970 \$ |

4.14 *Indicadores de gestión*

| | |
|---|--|
| Alianza estratégica con: Centros Infantiles Aliados y grupos Líderes de opinión | Relaciones públicas y medios de comunicación: tradicionales y digitales de la campaña Páginas de Emoción. |
| Relaciones públicas Páginas de Emoción contó con el apoyo de influencers y líderes de opinión, que ayudaron a posicionar la campaña a nivel nacional. | Posicionamiento de la campaña dar capacitaciones y entrega de donativos a centros infantiles de la zona rural Tumbaco. |

4.15 *Logros alcanzados*

- Páginas de emoción logró posicionar y dar a conocer la campaña a 7 centros infantiles de la parroquia Tumbaco.
- La campaña logró tener en Facebook a 73 seguidores integrales y 66 me gusta
- Páginas de emoción tiene 140 seguidores integrales
- La campaña Paginas de emoción se manejó de forma tradicional y digital
- Páginas de emoción brindó capacitaciones y ayuda a nuestros públicos objetivos, con el apoyo de expertos académicos sobre el tema abordado.

- Creación y posicionamiento del hashtag #ánimatealeer en Instagram

4.16 *Metas inesperadas*

- La campaña Páginas de Emoción logró generar una alianza con estratégica con el Ministerio de Inclusión Económica y Social y conjuntamente, se llevó a cabo las capacitaciones con más de 70 oyentes y participantes de las diferentes comunidades de la Parroquia Tumbaco.
- Generamos alianzas para brindar capacitaciones a los seguidores de las páginas y centros infantiles con expertos académicos como Roxana Guzmán quien es Master en educación, Erika Pila Psicóloga con mención clínica y minor en educación y Tanya Benítez cofundadora del proyecto “Yo amo leer”.
- Logramos que la Ministra de Educación Monserrat Creamer, conozca sobre la campaña “Paginas de Emoción”
- Generamos alianzas con la empresa Metropolitan Touring quién apoyo la campaña con dos computadoras marca Lenovo.
- Otra de las alianzas, con el emprendimiento la Fortuna quien nos apoyó con un kit escolar para donar a los centros infantiles.
- Generamos alianzas y logramos que la red de Profesores Ecuador en Facebook conozca nuestros objetivos.
- Logramos vincular nuestra campaña Paginas de Emoción con la campaña Yo amo leer.

CONCLUSIONES

A raíz de toda esta investigación se puede concluir que la lectura infantil tiene una gran importancia en el proceso de desarrollo y maduración en los infantes, por lo cual es necesario crear hábitos de lectura desde tempranas edades. Por otro lado, se pudo recalcar que la lectura y el rendimiento escolar tiene una estrecha relación por lo tanto es necesario estudiarlo e impulsarlo.

La lectura constituye un proceso de aprendizaje, para el desarrollo de la inteligencia, asimismo, para la adquisición conocimiento y educación de voluntad. El realizar esta práctica también genera desarrollo y perfeccionamiento del lenguaje, oral y escrita.

El proceso de enseñanza- aprendizaje es una conexión entre conocimientos previos o adquiridos mediante un mediador, es decir el educador. En el cual, dicho proceso se encuentra relacionado con la capacidad que todos los seres humanos tenemos, mismo que tiene como objetivo el desarrollar destrezas y actividades.

Dentro del sistema educativo, el método de enseñanza debe ser mejorado con el objetivo de que los infantes establezcan una relación afectiva con los libros desde su etapa inicial. Asimismo, la participación de la familia es esencial dentro de este aprendizaje ya que el crear buenos hábitos de lectura empieza desde casa y se refuerza en los centros educativos. Las actividades lúdicas son una buena estrategia para incentivar a los niños a que exploren el mundo de lectura de manera voluntaria y no obligatoria.

La comunicación es una herramienta de apoyo que podría intervenir en la lectura infantil ya que a través de ella podemos generar que los niños practiquen desde muy pequeños esta actividad y evitar que más adelante tengan problemas en su rendimiento escolar. Asimismo, mediante campañas y estrategias comunicacionales podremos persuadir para que los niños entiendan el valor de aprender a leer y comprender un texto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andino, A. (2015). *Estudio de comprensión lectora y su influencia en el aprendizaje significativo de los alumnos de 6to año paralelo "A" de educación básica de la Unidad Educativa Brotaren*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Beltrán, L. (2011). *El promotor internacional de la comunicación para el cambio social*. Chasqui, 12-16.
- Borroto, E., Vicedo, G., & Cires, E. (2014). *La comunicación en el proceso Enseñanza-Aprendizaje*. Edición: Bernaza, G. La Habana.
- Briceño, L., & Niño, M. (2009). *Conozcamos El mundo de Willy: Una propuesta para favorecer el desarrollo de los procesos de la lectura y escritura de los niños y las niñas del nivel preescolar a través de estrategias didácticas basadas en el uso de los cuentos infantiles*. Universidad Nacional de Colombia.
- Cassany, D., Luna, M., y Sanz, G. *Enseñar Lengua*. Barcelona: Editorial Grao, 1994. 576 p. ISBN: 8478271007.
- Centro Europeo de Posgrado. (2019). *La Comunicación en la Negociación*. Obtenido de CEUPE: <https://www.ceupe.com/blog/la-comunicacion-en-la-negociacion.html>
- Cortés, A., & Garcia, G. (2017). Estrategias pedagógicas que favorecen el aprendizaje de niñas y niños de 0 a 6 años de edad en Villavicencio- Colombia. *Revista Interamericana de Investigación, Educación y Pedagogía, RIIEP*, 10(1), 125–143. <https://doi.org/10.15332/s1657-107x.2017.0001.06>
- Criollo, F. (2017). *La lectura es un hábito en construcción en el Ecuador*. Recuperado 31 de octubre de 2020, de El Comercio website: <https://www.elcomercio.com/tendencias/lectura-ecuador-libro-habitos-cultura.html>
- Fernández, L. (2012). *La comunicación y la negociación como herramientas estratégicas en la gestión de las relaciones públicas*. Quórum Académico, 296-314.
- Franco, F. (2020). Comunicación y cambio. *Akrab Juara*, 5(1), 43–54. Recuperado de <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/919>
- Fundación Carlos Slim. (2009). Beneficios de la lectura en niños. Recuperado 31 de octubre de 2020, de <https://educacioninicial.mx/beneficios-de-la-lectura-en-ninos/>
- González Álvarez, C. (2000). Estrategias y procedimientos para fomentar la lectura en la familia y en la escuela. *Lenguaje y textos*, (15), 71–80.
- INEC. (2012). 3 de cada 10 ecuatorianos no destinan tiempo a la lectura. Recuperado 31 de octubre de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/3-de-cada-10ecuatorianos-no-destinan-tiempo-a-la-lectura/>
- INEC. (2019). Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo. Recuperado 31 de octubre de 2020, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/201906_PobrezayDesigualdad.pdf
- Lengua, Y., Fajardo, V., & Gamboa, G. (2019). Análisis de estrategia y plan

- comunicacional: Campaña contra el Cáncer de Mama de la FALP. *Revista Pensamiento Académico*, 2(1), 43–56. <https://doi.org/10.33264/rpa.201901>
- Llamazares, M., & Maria, A. (2016). *Educación infantil (I)*. 71(I), 151–168.
- Macias, C., & Zambrano, E. (2020). Importancia de la lectura infantil en los Centros Hospitalarios: Caso Hospital Verdi Cevallos Balda Portoviejo, Manabí, Ecuador. *Revista Cognosis*, V, 153–166. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/2784/2881>
- Matamoros, I. (2019). *¿Cuánto se lee en Ecuador?* Recuperado de <https://www.vistazo.com/seccion/ciencia-y-tecnologia/ciencia/cuanto-se-lee-enecuador>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2018). Las estrategias del Plan Nacional del Libro y la Lectura acercarán el libro a la comunidad. Recuperado 31 de octubre de 2020, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/las-estrategias-del-plan-nacional-del-libro-y-la-lectura-acercaran-el-libro-a-la-comunidad/>
- Moscoso, X. (2010). *Calidad lectora*. Recuperado de http://www.institutolasalle.cl/PDFs/psicopedagogia/Calidad_lectora.pdf
- Peña González, J. (2000). Las Estrategias de Lectura: Su Utilización en el Aula. *Educere*, 4(11), 159–163.
- Pesantes, T. (2019). *Estrategias metodológicas para fomentar la lectura en los niños de 05 años del nivel inicial*. Universidad Nacional De Tumbes.
- Ramirez, Y. (2016). *La Incidencia De Los Medios De Comunicación En La Promoción De La Lectura Para La Formación Del Hábito Lector En El Grado 3º*. 1–58. Recuperado de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3622/LA_INCIDENCIA_DE_LOS_MEDIOS_DE_COMUNICACIÓN_EN_LA_PROMOCIÓN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rius, M. (2000). *Relaciones Públicas: perspectiva empresarial*. Editorial: Gestión.
- Rodríguez Zambrano, A. D., Rodríguez Zambrano, F. G., Molina Sabando, K., & Montero Macías, D. (2018). Enseñanza y animación de la lectura: prácticas escolares y actividades de un colectivo civil en un entorno rural. *UNIVERSIDAD, CIENCIA y TECNOLOGÍA*, 04(Especial), 34–42. Recuperado de <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/4>
- Sala, C. (2017). *La Comunicación para el Desarrollo : conceptos , aproximación histórica y características generales*.
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 17(0). https://doi.org/10.5209/rev_ciyc.2012.v17.39256
- Soler-gallart, M. (2015). *Lectura dialógica. La comunidad como entorno alfabetizador*. Recuperado de http://redes.cepindalo.es/file.php/10/ARTICULOS_INCLUSIVIDA/PonenciadeDaMartaSolerGallart.pdf
- Torres C., W. B. (2018). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DEDICADA A INCENTIVAR*

LA LECTURA INFANTIL UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018 (Tecnológico Superior Cordillera). Tecnológico Superior Cordillera. Recuperado de

https://repositorio.idep.edu.co/bitstream/handle/001/1697/Lectura_y_escritura_como_procesos_transversales_p_11-30.pdf?sequence=1

UNESCO. (2011). COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. *Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo*, 142. Recuperado de

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf

Vega, R., & Estalayo, V. (2003). *Método de lectura de Glenn J Doman*.

Viteri, P. (2018). *Auditoría de comunicación y propuestas de campañas comunicacionales internas y globales para la Firma Lexim Abogados Pamela Nicole Viteri Carrera Pamela Nicole Viteri Carrera*. Universidad San Francisco de Quito.