

Clase: \_\_\_\_\_ Nombre: \_\_\_\_\_

**INTRODUCCIÓN****¿Qué quieren comunicar?**

Comprender textos es una importante competencia que debes aprender a desarrollar durante los años que estudias en el colegio, y la cual debes seguir ejercitando por toda tu vida. Son muchos los tipos de textos con los que te puedes relacionar, desde los más cotidianos como una noticia en un periódico o un anuncio publicitario, hasta otros más complejos como un texto expositivo o un poema. Para poder comprender los mensajes que estos quieren comunicar es necesario conocer algunos aspectos como sus estructuras textuales, es decir, el modo en que organizan la información que presentan, así como identificar las ideas que quieren comunicar.

Sin embargo, otro aspecto de importancia en el proceso de comprensión textual es el que se refiere al contexto o situación comunicativa en donde se usan los textos, ya que a partir de éste se pueden generar hipótesis o hacer aproximaciones con respecto a su contenido.

Lee con atención los siguientes textos y responde las preguntas que encontrarás después de ellos, comparte las respuestas con tus compañeros de clase:

***CANTA PAJARITO (poema)***

Canta, canta pajarito,  
canta, canta tu cantar,  
que el buen tiempo se acerca,  
podrás salir a volar.

Cuando pases por mi casa,  
me vendrás a visitar,  
me asomaré a la ventana  
y escucharé tu cantar.



Fig. 001







2. Explica el significado e intención comunicativa que tuvo el poema "Canta Pajarito" en cada una de las dos situaciones comunicativas en que apareció en el recurso. Justifica tus respuestas.

---

---

---

3. Explica si, después de ver el recurso, crees que hubo un cambio en el significado e intención comunicativa del anuncio publicitario.

---

---

---

### Objetivos

1. Comprender la idea global de un texto.
2. Comprender textos a partir de procesos de inferencias.
3. Comprender mensajes de la publicidad.





## ACTIVIDAD 1

### ¿Cómo se construyen esos textos?

Cada texto organiza la información que comunica a través de un esquema de organización o estructura textual, la cual le permite transmitir sus ideas y construir su sentido. Como seguramente habrás podido notar, un cuento se escribe de manera diferente que un poema o una noticia, es decir, cada uno tiene una estructura textual diferente; inclusive, un anuncio publicitario tiene su propia estructura textual.

Por lo tanto, aprender a conocer las estructuras textuales es fundamental para poder interpretar adecuadamente las ideas que quieren transmitir los textos y, por lo tanto, poder construir un sentido global de los mismos.

Un poema es un texto que se escribe en verso que busca expresar las emociones o sentimientos de la persona que lo escribe; dentro de los poemas es común el uso de la rima y otras herramientas del lenguaje. Los poemas pueden tratar diferentes temas como el amor, la naturaleza, la belleza, los diferentes sentimientos y estados de ánimo que experimentan las personas, entre otros. El aspecto más importante de los poemas es su escritura, es decir, los recursos que usa el autor para darle expresividad al mensaje que transmite (rima, ritmo, verso, estrofa)

Un anuncio publicitario es un texto que combina el lenguaje escrito con el visual, con el fin de mostrar un producto o servicio y convencer a las personas para que lo adquieran. El mensaje publicitario se caracteriza por ser breve, ya que es importante que se pueda comunicar y recordar fácilmente; además, las palabras e imágenes que usa deben impactar o causar un efecto de interés en la persona que lee el mensaje, por lo cual es importante que el lenguaje usado en el anuncio publicitario se adecúe a las personas que van a recibir el mensaje. Otra característica importante de los anuncios publicitarios es que se pueden transmitir en diferentes medios de comunicación como la televisión, la radio, la prensa, la internet, entre otros.

Algunos aspectos que definen la estructura textual de los poemas y de los anuncios publicitarios impresos son:



<b>ESTRUCTURAS TEXTUALES</b>	
<b>POEMA</b>	<b>ANUNCIO PUBLICITARIO IMPRESO</b>
<p><b>Título</b></p> <p>Todo poema debe tener un título, que por lo general es corto, en el cual puede o no mencionarse el tema del cual va a tratar éste.</p>	<p><b>Títular o encabezamiento</b></p> <p>Es el texto que permite identificar el producto que se promociona. Generalmente se ubica en la parte superior central del anuncio.</p>
<p><b>Versos</b></p> <p>El verso es la menor división estructurada que tiene un poema, es decir, las frases u oraciones cortas que se escriben en cada una de sus líneas.</p>	<p><b>Ilustración o imagen</b></p> <p>Generalmente es la parte del anuncio que más espacio ocupa, ya que por medio de ésta se intenta captar la atención de las personas. La imagen debe mostrar el producto</p>
<p><b>Estrofas</b></p> <p>Es el conjunto de versos cuya forma se repite a lo largo de un poema. A veces dentro de un poema no todas las estrofas tienen el mismo número de versos; dentro de la estructura de un poema se reconocen porque terminan en punto y aparte y van separadas por un espacio.</p>	<p><b>Cuerpo de texto</b></p> <p>Por medio de un texto se describe o desarrolla lo mostrado por el titular; generalmente en el cuerpo de texto se dan los detalles o características del producto promocionado.</p>
<p><b>Datos del autor y fecha de publicación</b></p> <p>Todo poema debe especificar, al final, el nombre de la persona que lo escribió, así como la fecha en que fue escrito.</p>	<p><b>Marca o firma del producto</b></p> <p>Es la parte del anuncio en donde se muestra el nombre y logotipo de la marca que fabrica el producto que se muestra en el anuncio; adicionalmente, se puede incluir un eslogan relacionado con éste.</p>

**LOGOTIPO:** imagen, gráfico o diseño distintivo con el que se puede reconocer una marca, una empresa o un producto.

**ESLOGAN:** frase corta que acompaña en nombre y marca de un producto, la cual permite recordarlo con facilidad.







## ACTIVIDAD 2

### Construyendo el significado de un texto

Los textos se construyen a partir de ideas, las cuales se encargan de transmitir los contenidos que éste pretende comunicar; estas ideas se organizan en una estructura textual, la cual cambia dependiendo del tipo de texto.

Para comprender adecuadamente un texto es necesario recurrir a dos tipos de información. El primero tiene que ver con la información que presentan las ideas del texto, la cual puede ser leída por el lector de manera directa, ya que es transmitida a través de palabras, oraciones y párrafos. El segundo tipo tiene que ver con aquellos elementos que dan pistas acerca de los posibles contenidos del texto, por ejemplo, el tema, el título, el tipo de texto, el autor, las imágenes, la organización del mensaje, los conocimientos que tiene el lector, entre otros. Este último tipo de información se puede leer de manera preliminar, sin adentrarse por completo a la lectura completa del texto y es la que permite formular hipótesis de lectura.



Fig. 002

Una importante habilidad presente dentro de la competencia de lectura es la que refiere a la formulación de hipótesis de lectura. Una hipótesis es una afirmación que se hace con base a un hecho, la cual puede ser comprobada posteriormente. Para el caso de la comprensión de textos se refiere a la capacidad que tiene un lector de conocer el contenido o mensaje de un texto sin necesidad de haberlo leído por completo; en otras palabras, poder construir el sentido del texto de manera

anticipada. Para realizar este proceso es necesario hacer una buena lectura de la información que presenta pistas sobre el contenido del texto.

Cada vez que se formula una hipótesis de lectura ésta debe ser verificada o comprobada, de tal modo que se pueda llegar a una construcción completa del sentido global del texto.

Para crear una hipótesis de lectura debes seguir los siguientes pasos:

**1. Formulación de la hipótesis:** es decir, anticipar o prever algunos aspectos del contenido del texto que vas a leer, a partir de tus conocimientos previos.



Ejemplo:

Imagina que lees un texto cuyo título es “El lagarto está llorando”, puedes anticipar que se trata de un texto en el que se habla de un lagarto, que posiblemente en su personaje principal; adicionalmente, que dicho personaje llora, está triste o atraviesa una dificultad en algún momento del texto. Otra información que puedes anticipar con el título es que ese texto puede ser un cuento, un mito, una fábula o tal vez un poema y que difícilmente puede llegar a ser una noticia o un informe científico; además, si ese texto tiene alguna imagen resultará más fácil aún formular la hipótesis.

**2.** Comprobación de la hipótesis: consiste en comprobar, mediante la lectura del texto, de aquello que has supuesto. La información que presenta el texto de manera directa es la que te permite realizar esta comprobación.

### ***El lagarto está llorando***

El lagarto está llorando.  
La lagarta está llorando.  
El lagarto y la lagarta  
con delantalitos blancos.

Han perdido sin querer  
su anillo de desposados.  
¡Ay, su anillito de plomo,  
ay, su anillito plomado!

Un cielo grande y sin gente  
monta en su globo a los pájaros.  
El sol capitán redondo,  
lleva un chaleco de raso.

¡Miradlos qué viejos son!  
¡Qué viejos son los lagartos!  
¡Ay cómo lloran y lloran, ¡ay!,  
¡ay!, cómo están llorando!

Federico García Lorca (1922)

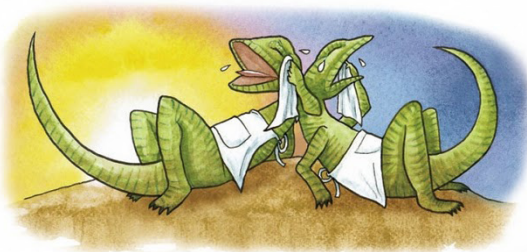


Fig. 003

Ejemplo:

Si consideramos que has leído el texto “El lagarto está llorando” podrás comprobar si realmente la hipótesis que formulaste era verdadera; además, después de empezar a leerlo podrás comprobar que se trata de un poema y no de otro tipo de texto.

**3.** Construcción del sentido global del texto a partir de la hipótesis de lectura: una vez que consigues comprobar que la información propuesta en la hipótesis se corresponde con la presentada de manera directa en el texto, puedes unir ambas informaciones para crear un esquema de construcción del sentido global del mismo.

Ejemplo:

Como ya sabes que se trata de un poema, cuyo personaje es un lagarto que está llorando, te puedes centrar en el contenido del texto, es decir, las ideas que permiten construir su sentido global, por ejemplo, saber por qué está llorando el lagarto, identificar otros personajes o situaciones de importancia dentro del texto.



Algunas recomendaciones para realizar hipótesis de lectura son:

- a.** Leer muy bien el título del texto, ya que en éste se entiende muchas veces de manera clara el tema del mismo; sin embargo, es muchas veces el subtítulo el que no da un mensaje más claro o completo.
- b.** Generalmente, las imágenes que acompañan o explican el texto pueden guiarnos con facilidad a su contenido.
- c.** Si ya conoces al escritor o has leído otras obras suyas puedes llegar a anticipar el contenido, sentido o finalidad del texto.
- d.** Al ver elementos como la portada del texto, la forma en que se organiza el texto, el tamaño o color de la letra, el tipo de imágenes que contiene, puedes saber si se trata de un libro infantil, juvenil o para público adulto.
- e.** Conocer las estructuras textuales te permite identificar también el contenido del texto; por ejemplo, identificar, a partir de la organización del texto, cuando se trata de un poema, una noticia, un cuento o un anuncio publicitario.

Recuerda que puedes formular hipótesis de lectura para cada tipo de texto que leas, sin importar su tipo.

Revisa el recurso correspondiente a la actividad 2, ya que en él podrás proponer una hipótesis de lectura a partir de la de un texto que vas a leer. Antes de ir allá, responde las siguientes preguntas y luego sí ve al recurso.

### **Preguntas actividad 2**

¿Qué te sugiere el título el título del texto: Viajando por un libro? ¿De qué crees que va a tratar trata el texto?

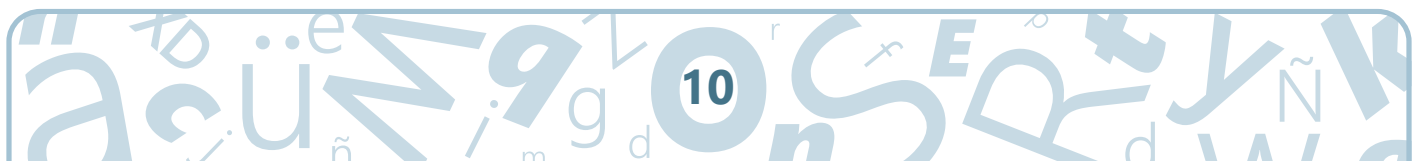
-----

---

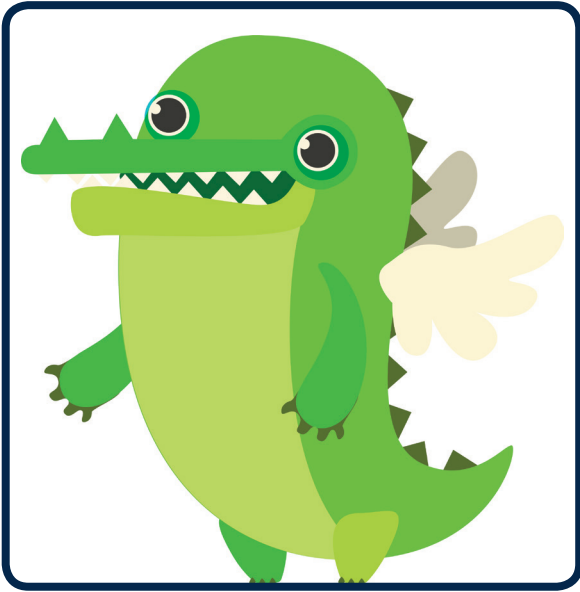
---

---

---



2. ¿Qué son y quiénes pueden ser ellos? ¿Qué función pueden cumplir dentro del texto? Intenta describirlos lo más detalladamente posible.



---

---

---

3. Si te dijeran que los grillos se visten con pañales y las mulas se pueden subir a una grúa para pintar el cielo, qué dirías:

---

---

---

Ahora, formula una hipótesis de lectura sobre el texto que vas a leer en el recurso:

---

---

---



**Ahora sí ve al recurso y completa la actividad. No olvides regresar después al material del estudiante para verificar tu hipótesis de lectura y terminar la actividad.**

**4.** Explica con tus propias palabras qué dice cada una de las estrofas del poema.

**Estrofa 1**

**Estrofa 2**

**Estrofa 3**

**Estrofa 4**

Reflexiona:

¿El tema, contenido y mensaje transmitidos por el texto tuvieron relación con lo que escribiste en tu hipótesis de lectura? Qué descubriste después de leerlo con relación a lo que te habías imaginado antes de hacerlo. Justifica tu respuesta.

---

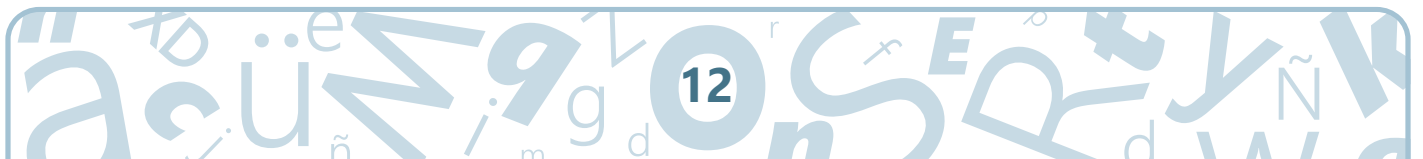
---

---

---

---

---





## ACTIVIDAD 3

### Textos con sentido

Cada uno de los textos que lees comunica su contenido mediante ideas que se organizan a través de su estructura textual. Algunos textos, como el cuento o la noticia, se organizan en párrafos, mientras que otros en estrofas, como es el caso del poema. Sin embargo, en el caso de textos que organizan su contenido mediante la combinación de lenguaje escrito y visual, como sucede con el anuncio publicitario, resulta más complicado hacer una lectura de las ideas o contenidos que quiere transmitir.

La unión de las diferentes ideas principales y complementarias del texto permite construir el sentido global del mismo. Una idea principal es aquella que transmite un contenido completo, independiente, es decir, que no necesita de otra idea para tener un sentido propio dentro del texto; mientras que las ideas complementarias son las que completan o apoyan el sentido expresado por las ideas principales.

En el caso del poema y del anuncio publicitario es importante partir del reconocimiento de sus estructuras textuales particulares, para poder llegar a identificar sus ideas y, por lo tanto, comprender sus sentidos globales.

En ese sentido, algunas recomendaciones que se puede seguir al momento de interpretar este tipo de textos son:

<b>POEMAS</b>	<b>ANUNCIOS PUBLICITARIOS</b>
<p>El <b>título</b> del poema presenta la mayoría de las veces información de importancia con respecto al contenido del texto, por lo tanto es un buen punto para empezar a buscar ideas principales dentro del texto.</p> <p>No olvides que al analizar el título puedes, además, identificar el posible tema o contenidos que va a transmitir el texto.</p>	<p>Dado que los anuncios publicitarios combinan el lenguaje escrito con el visual y muchas veces se le da más importancia al segundo, es importante que identifiques la función y el significado que tienen las diferentes <b>imágenes</b> que aparecen dentro del anuncio publicitario.</p> <p>En algunas ocasiones un anuncio publicitario puede construirse únicamente por medio de imágenes, así que préstales mucha atención y trata de identificar el significado que puede tener cada una dentro de la construcción del <b>sentido global del texto</b>.</p>



<b>POEMAS</b>	<b>ANUNCIOS PUBLICITARIOS</b>
<p>Cada una de las estrofas del poema plantea en sí una idea principal, por lo tanto es recomendable analizar inicialmente cada estrofa por separado.</p> <p>Del mismo modo que cada estrofa contiene una idea central, también tiene unas ideas secundarias o complementarias. Generalmente las ideas secundarias refieren a circunstancias, personajes, lugares o eventos que están relacionados con el contenido propuesto en la idea central y que, por lo tanto, permiten ampliar su explicación.</p> <p>Presta atención en especial a la primera estrofa del poema, ya que ésta sirve muchas veces como introducción al contenido del poema; la última estrofa, por el contrario, suele presentar una conclusión o reflexión sobre el mensaje comunicado.</p>	<p>El titular del anuncio publicitario es una de las partes más importantes de éste y junto con el eslogan, en los casos que aparece dentro del anuncio, presentan ideas centrales que te permite entender el sentido que quiere comunicar el texto.</p> <p>En ese mismo sentido, presta atención al cuerpo de texto del anuncio, pues ésta es la parte del anuncio que está encargada de transmitir la mayor cantidad de información del mensaje que se quiere comunicar. Si ves que en un anuncio publicitario predomina el uso de texto, por encima de las imágenes, fíjate muy bien en lo que éste quiere comunicar.</p>
<p>A través de las diferentes ideas halladas en cada estrofa es posible construir una idea general acerca del <b>contenido global del texto</b>.</p> <p>Es decir, cada idea principal encontrada en el texto</p>	<p>Fíjate también en el contexto de comunicación en el que aparece el anuncio, es decir, el lugar en donde está y donde las personas lo leen. Dependiendo del contexto se pueden generar ideas que pueden ayudar a entender el sentido global del anuncio publicitario, así como de las posibles <b>intenciones comunicativas</b> que tiene.</p> <p>Por ejemplo, no es lo mismo que un anuncio aparezca en una revista infantil que en una para adultos; que lo veas en un periódico que sólo se lee en tu barrio a que lo veas transmitido por la televisión.</p>

Mecanismos de decodificación primaria:

Son una serie de herramientas de comprensión de lectura que puedes usar para comprender el vocabulario o palabras desconocidas de cualquier texto y así mejorar tu comprensión de los mismos. Estos mecanismos, que debes usar a medida que vas leyendo el texto, son:

**Contextualización:** es decir, encontrar el significado de una palabra desconocida en el texto a través de las palabras u oraciones que están a su alrededor; en otras palabras, por medio de su contexto. Por ejemplo:

La casa fue destruida por una gran conflagración, los bomberos aún no saben que causó el incendio.

Para identificar el significado de la palabra desconocida (conflagración) debes mirar las otras que aparecen a su alrededor y de las cuales conoces su significado; en este caso la palabra que permite entender el significado de "conflagración" es incendio. Por lo tanto, conflagración se puede asociar con un incendio muy fuerte que destruye todo a su paso.

**Radicalización:** es la acción por la cual puedes encontrar el significado de una palabra desconocida a través de su descomposición. Algunas palabras de nuestro idioma se pueden descomponer y al conocer el significado de cada una de sus partes se puede construir el significado completo de la palabra. Por ejemplo:

Desconfiar (des-confiar): significa no confiar.

Desafortunado (des-afortunado): significa no tener fortuna o suerte.

Desnutrido (des-nutrido): significa no estar alimentado correctamente.

(des-) es un prefijo y como él hay muchos en nuestro idioma, cada uno con un significado diferente que al unirse con el de otra palabra crea una palabra nueva con un significado también nuevo. Recuerda que no todas las palabras se pueden dividir y para poder usar la radicalización debes conocer primero los prefijos de nuestro idioma.

**Sinonimia:** Consiste en reemplazar la palabra desconocida encontrada por un sinónimo de la misma, de tal modo que no se altere el significado del texto. Por ejemplo:

El **clérigo** fue el encargado de realizar el matrimonio en la iglesia del pueblo.

El sacerdote fue el encargado de realizar el matrimonio en la iglesia del pueblo.

Como ves, sacerdote es un sinónimo de "clérigo" y al ser usado no altera o modifica el sentido expresado por la oración inicial.



Revisa el recurso correspondiente a la actividad 3 y realiza los diferentes ejercicios que te permitirán construir el sentido global de un poema y un anuncio publicitario a partir de sus ideas y de los elementos que componen su estructura textual



## ACTIVIDAD 4

### Analiza y adivina

Utiliza las revistas y periódicos que llevaste a clase y realiza el análisis de algún anuncio publicitario que haya llamado tu atención por las imágenes o mensaje que transmite; recuerda usar los elementos de análisis vistos en clase, por último, presenta y explica el anuncio ante tus compañeros de clase. Usa la siguiente tabla para consignar y organizar tus respuestas:

**Titular del anuncio.**

Escribe el titular y explica que contenido transmite con respecto al contenido del anuncio.

**Eslogan**

En caso de que lo haya, escribe el eslogan que acompaña la marca o el nombre del producto y explica que información aporta para ayudar a comprender el mensaje del anuncio

**Cuerpo de texto**

Escribe de manera resumida la principal información presente en el cuerpo de texto del anuncio.

**Marca**

Escribe el nombre de la marca y dibuja el logotipo si aparece en el anuncio.

**Imágenes**

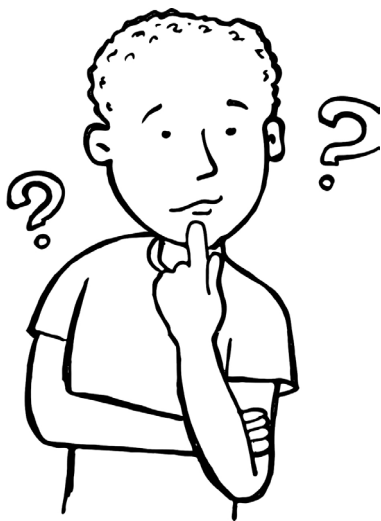
Describe qué imágenes aparecen en el anuncio, explica su significado y escribe acerca de cómo ayudan a construir el mensaje.

**Sentido global**

A partir de todos los elementos que analizaste, escribe de manera resumida el sentido global que tiene el anuncio.



Al final, pregunta a tus compañeros qué significado o sentido leyeron en el mensaje que presentaste; compara tus respuestas con las de tus compañeros.



Revisa también el recurso correspondiente a la actividad 4 y resuelve unas divertidas adivinanzas en forma de poemas, que te ayudarán a fortalecer tu capacidad de formular hipótesis de lectura.





**Pistas**

El tipo de texto que se escribe sobre diversos temas y se utiliza para expresar sentimiento o emociones.

Es el nombre que recibe una frase corta que sirve para recordar el nombre de una marca o producto, la cual se usa en los anuncios publicitarios.

Así se llaman cada una de las líneas o renglones que se usan para escribir un poema.

Esta herramienta de lectura se utiliza para encontrar el significado de una palabra desconocida a través de la separación de sus partes.

Es el nombre que se le da a la unión de versos en un poema.

Anticipar o prever algunos aspectos del contenido del texto que vas a leer a partir de los elementos que te muestra.

Tanto el poema como el anuncio publicitario lo tienen y sirve para conocer el tema que va a presentar el texto.

Es la imagen o nombre con el que se reconoce a la empresa que promociona el producto en un anuncio publicitario.

R	H	D	K	Z	A	X	J	E	N
A	I	L	A	F	C	T	E	Q	P
D	P	X	P	E	R	P	O	L	O
I	Ó	D	C	V	A	Y	N	L	L
C	T	P	O	E	M	A	U	E	S
A	E	L	A	F	G	T	E	Q	O
C	S	L	A	O	Í	P	O	X	S
I	I	S	L	T	O	P	I	H	R
Ó	S	S	A	D	L	I	L	A	E
N	E	S	T	R	O	F	A	R	V

**Palabras****1. Poema****2. Eslogan****3. Versos****4. Radicación****5. Estrofa****6. Hipótesis****7. Título****8. Marca**

Realiza también la sopa de letras que vas a encontrar en la actividad correspondiente al resumen, ya que en ella podrás buscar palabras relacionadas con los conocimientos, habilidades y actividades desarrolladas durante la unidad.





## TAREA

### Escribe un poema o crea un anuncio publicitario

Escribe un poema corto sobre el tema de tu preferencia y preséntalo ante la clase para que tus compañeros puedan interpretarlo a través de las herramientas de lectura vistas en la unidad; al final, compara las opiniones dadas por tus compañeros con lo que querías expresar y comunicar por medio de tu poema. No olvides utilizar los elementos vistos con relación a la estructura del poema.

Si no quieres escribir un poema puedes crear un anuncio publicitario acerca de un producto o servicio inventado que quieras promocionar o vender. Utiliza tu imaginación y no olvides recurrir a los elementos vistos durante la unidad que hacen referencia a la estructura y análisis del sentido transmitido por los mensajes publicitarios. Al final, muestra tu anuncio publicitario en clase y pregunta a tus compañeros acerca de lo que entendieron al verlo.

Sin importar el tipo de texto que quieras escribir, recuerda que al momento de presentarlo debes hacerlo por partes, con el fin de que tus compañeros puedan hacer una hipótesis de lectura sobre él. Por ejemplo, en el caso del poema, presenta primero el título, luego las imágenes, luego la primera estrofa y así sucesivamente.

No olvides ir haciendo preguntas a tus compañeros a medida que muestras cada una de las partes de tu texto y dejar que ellos formulen una hipótesis de lectura que puedan comprobar después que hayan conocido tu texto en su totalidad.



## REFERENCIA

<https://leemos.wikispaces.com/El+lagarto+est%C3%A1+llorando>



## Creditos

### **Figura 001**

OpenClips. Sin título. (2013). Disponible en:  
[http://pixabay.com/p-158178/?no\\_redirect](http://pixabay.com/p-158178/?no_redirect)

### **Figura 002**

Chris, T. Magnifying glass. (2005). Disponible en:  
<https://www.flickr.com/photos/tallchris/14288135/>

### **Figura 003**

El lagarto está llorando. (s.f). Disponible en:  
<https://leemos.wikispaces.com/El+lagarto+est%C3%A1+llorando>