







| Materia Lenguaje | Grado 4 | Unidad de aprendizaje Interpretando significados de diversos textos. |
|----------------------------------|--|---|
| Título del objeto de aprendizaje | Interpretación de los mensajes publicitarios | |
| Objetivos de aprendizaje | <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la intención del texto publicitario. 2. Comprender comerciales televisivos. | |
| Habilidad/ conocimiento | <p>1. Escribe una opinión sobre un mensaje televisivo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Aplicar elementos de contextualización, radicación y sinonimia para comprender los términos de un texto. 1.2. Comprender las proposiciones que componen el anuncio. 1.3. Comprender el sentido global de los textos publicitarios cortos, de estructura simple y con contenidos cercanos a la cotidianidad. 1.4. Reconocer la función de las imágenes en la construcción del sentido global. 1.5. Recuperar información que se encuentra de forma implícita en un texto. 1.6. Construir una idea general a partir de las ideas principales. 1.7. Reconocer las partes que estructuran de manera global un texto. 1.8. Prever contenidos, propósitos, tipos de texto y actos de habla en una situación de comunicación particular y en un contexto cotidiano. 1.9. Utilizar la corrección léxica para darle sentido y precisión al contenido de un texto. 1.10. Comprender las ideas principales que componen el texto. 1.11. Relacionar el texto con la realidad cotidiana. | |
| Flujo de aprendizaje | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción: Publicidad en la vida cotidiana. • Objetivos | |


| Materia Lenguaje | Grado 4 | Unidad de aprendizaje Interpretando significados de diversos tipos de textos |
|---|--|--|
| Título del objeto de aprendizaje | Interpretación de diversos tipos de textos | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1: La publicidad. (SK: 1.4., 1.7., 1.8., 1.11.) • Actividad 2: Analicemos un comercial de televisión. (SK: 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 1.10.) • Actividad 3: Leamos algunos mensajes publicitarios. (S/K: 1.1., 1.3., 1.4., 1.5., 1.8., 1.9., 1.11.) • Actividad 4: Creemos nuestro propio mensaje publicitario. (S/K: 1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 1.6., 1.7., 1.8., 1.9., 1.10., 1.11.) • Resumen • Tarea: Mi opinión. | |
| Guía de valoración | <p>La actividad de evaluación propuesta pretende que el estudiante exprese su opinión acerca de la publicidad televisiva que ve cotidianamente en su entorno. Dicha opinión debe estar fundamentada en una comprensión del mensaje expresado en el anuncio, así como en una identificación del propósito o intención comunicativa del mismo. Es importante también que el estudiante dé cuenta del contexto comunicativo del mensaje que analiza.</p> <p>Por lo tanto, el docente no solo debe evaluar las anteriores habilidades en el estudiante, sino que además evalúa el desempeño de su habilidad comunicativa para transmitir, desarrollar, explicar y justificar su opinión.</p> | |


| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|--|---|
| <p>Introducción</p>   | <p>Introducción</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción: Publicidad en la vida cotidiana. <p>A través de una animación el estudiante puede reflexionar acerca de la importancia que tienen actualmente los mensajes publicitarios que ve cotidianamente a través de diferentes medios.</p> <p>La animación muestra la rutina diaria de una niña que, desde que sale de su casa, hasta que llega a ella, ve diferentes mensajes publicitarios sobre un mismo producto. La animación transmite un mensaje muy claro, sobre el cual pueden reflexionar los estudiantes, con ayuda del profesor, en las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué opinas acerca de la publicidad que ves diariamente en los diferentes medios de comunicación; ¿es buena, mala, apropiada o inadecuada? Justifica tu respuesta. 2. ¿Cómo crees que llega la publicidad a las personas? 3. ¿Entiendes los mensajes que transmite la publicidad? Justifica tu respuesta. 4. El estudiante también opina acerca de una imagen en la que se puede evidenciar el excesivo flujo de publicidad en la vida diaria de las personas. <p>Por último, después de haber visto la animación y realizado la reflexión en clase, el docente introduce el tema de la unidad junto con los objetivos de aprendizaje.</p> | <p>Animación</p> |
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Como una forma de presentar las explicaciones correspondientes a este tema, el profesor utiliza los siguientes recursos <p>Actividad 1 (Habilidad 1.4., 1.7., 1.8., 1.11.)</p> <p>Título: La publicidad.</p> <p>El objetivo de esta actividad es que el estudiante reconozca y caracterice los mensajes publicitarios a los que diariamente está expuesto a través de los medios masivos de comunicación. En esa medida,</p> | <p>Recurso interactivo que define la publicidad y muestra los principales textos publicitarios.</p> |


| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|--|-----------------------|
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <p>es importante que se desarrollen los siguientes conceptos, que se explican en el recurso interactivo y en el material del estudiante:</p> <p>Publicidad: es una forma de comunicación de largo alcance que se apoya en los medios de comunicación masiva, es decir, en los que permiten transmitir mensajes a muchas personas a la vez, por ejemplo: la radio, los periódicos, la televisión e internet, entre otros.</p> <p>A través de sus mensajes busca informar acerca de las características de un producto o servicio, que generalmente se promociona, o convencer a las personas para que realicen una determinada acción o sigan algún comportamiento. En algunos casos, el mensaje publicitario logra cumplir estas funciones al mismo tiempo.</p> <p>Características de la publicidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Su principal función es informar sobre aquello que se publicita o promociona, por lo que da detalles sobre el producto o servicio, de tal modo que el receptor de la publicidad tenga una idea clara acerca del producto. Aunque muchas veces la publicidad también se utiliza para convencer o persuadir al receptor para que realice un comportamiento determinado. 2. La publicidad debe ser original y novedosa, es decir, utilizar elementos visuales, texto y música, entre otros, que permitan construir mensajes que causen impacto. 3. Está dirigida a un público determinado, por ejemplo, los comerciales de juguetes van dirigidos especialmente a los niños, sin embargo, existen mensajes publicitarios dirigidos para un público más amplio, como los de alimentos o bebidas. 4. Se puede transmitir por una gran cantidad de medios, no solo de comunicación, como la televisión, los periódicos o el internet, sino, | |


| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|---|-----------------------|
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <p>también, a través de medios que originalmente no fueron pensados para cumplir dicha función, como las camisetas, los pocillos, los buses, entre muchos otros.</p> <p>Tipos de publicidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impresa: también puede llamarse visual-escrita, se caracteriza por utilizar distintos recursos visuales y del lenguaje escrito para lograr su propósito. En ella se utilizan las palabras y las imágenes para transmitir diferentes mensajes. 2. Exterior: Este tipo de publicidad se ubica en lugares públicos como calles, o sitios donde se desarrollan espectáculos, eventos culturales o encuentros deportivos. Generalmente complementa o refuerza los mensajes publicitarios que son transmitidos en otros medios de comunicación como los periódicos, la radio o la televisión. Una de sus grandes ventajas es que, al estar al aire libre, puede ser vista por cualquier persona en cualquier momento o día de la semana. 3. Electrónica: se transmite a través de medios electrónicos de comunicación como la radio, el internet y la televisión. Se caracteriza por desarrollar y transmitir mensajes publicitarios más completos, ya que incluyen el uso de imágenes, texto, audio y video, es decir, combina lo verbal con lo auditivo y lo visual, para crear un conjunto coherente de información. <p>En el material del estudiante, los estudiantes pueden conocer un poco más acerca de la publicidad en televisión.</p> <p>Lo mostrado en el recurso se complementa con una serie de preguntas en el material del estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los estudiantes investigan y profundizan sobre alguno de los medios de comunicación, que permiten transmitir mensajes publicitarios, vistos en la actividad (prensa, radio, televisión e internet). | |


| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|-----------------------------|---|---|
| Desarrollo  | El docente presenta el tema | <ol style="list-style-type: none"> Los estudiantes deben escribir, según su opinión personal, cuál de los tres tipos de publicidad vistos en el recurso es el más efectivo al momento de transmitir mensajes. Incluyen una justificación de su respuesta en la que nombran sus ventajas y desventajas. | |
| | | <p>Actividad 2 (Habilidad 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 1.10.)</p> <p>Título: Analicemos un comercial de televisión</p> <p>A través de un recurso interactivo que muestra un anuncio publicitario de televisión, el estudiante identifica las ideas principales y construye el sentido global de dicho texto.</p> <p>Los conceptos necesarios para resolver esta actividad, tales como eslogan, intención comunicativa, sentido global y mensaje, se desarrollan en el recurso mientras que en el material del estudiante se dan algunas claves para la interpretación de un comercial televisivo.</p> <ol style="list-style-type: none"> Eslogan: El eslogan es una frase corta o lema, de fácil recordación, que es usada en la publicidad para que las personas puedan reconocer el producto promocionado o la marca que lo produce cada vez que la escuchan. Intención: La intención comunicativa de un mensaje publicitario corresponde al propósito o interés del autor del mensaje, es decir, los fines que persigue o lo que busca producir en el público a través del mensaje. En la publicidad, las intenciones comunicativas pueden ser mostrar un producto, describirlo, promocionarlo o convencer a las personas para que lo compren. Mensaje: Los textos publicitarios transmiten un mensaje, que corresponde al significado, contenidos o ideas, que se construyen a través de los elementos presentados por el mensaje (palabras, imágenes, fotografías, colores, formas, entre otros). | Recurso interactivo que muestra un mensaje publicitario televisivo y algunas preguntas de comprensión sobre el mismo. |






| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|---|-----------------------|
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <p>4. Sentido global: Cualquier texto encierra un sentido global y en el caso de los textos publicitarios, se construye a partir de las ideas principales que comunica, que pueden ser halladas en cada uno de sus elementos constitutivos (mensaje, intención comunicativa del autor, tema, público al cual se dirige el mensaje, entre otros).</p> <p>El propósito de la actividad es que el estudiante identifique, a partir de la comprensión de los mensajes transmitidos por la publicidad, la intención que estos quieren transmitir y exprese su opinión con respecto a los mismos.</p> <p>La actividad se complementa en el material del estudiante con algunas preguntas de reflexión acerca del anuncio publicitario televisivo visto en el recurso, las cuales, además de mejorar su comprensión, le permiten al estudiante opinar sobre lo que vio:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A partir de lo mostrado en el comercial, explica con tus propias palabras el eslogan “La respuesta es Colombia”, presentado al comienzo y final del comercial. 2. Menciona aspectos de Colombia que se informen y promocionen en el comercial. Añade otros que no hayan sido nombrados y permitan complementar el mensaje expresado en el comercial. 3. Teniendo en cuenta la intención y propósito comunicativo del comercial, qué otros aspectos sobre Colombia mencionarías en el comercial. 4. A qué clase de público crees que va dirigido el comercial: a un público en particular o al público en general. Menciónalo y justifica tu respuesta. 5. Haz una pequeña lista de ideas que te haya generado el comercial después de verlo. 6.Cuál crees que la función o el propósito comunicativo del comercial: 7. Escribe una opinión sobre el comercial en la que digas si fue o no de tu agrado; menciona aspectos | |

| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|---|--|
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <p>como el tema, el mensaje y los elementos audiovisuales que utilizó, entre otros. Después, compártela y coméntala en clase.</p> <p>Es importante que durante el desarrollo de esta actividad el docente haga énfasis en que los mensajes publicitarios se enmarcan dentro de una categoría de los actos de habla en donde lo más importante es la transmisión de una intención o modificación de comportamiento explícita en la persona que los lee.</p> <p>En esa medida, el trabajo y el resultado de las reflexiones a las que se llegue durante la actividad 1 resultan de vital importancia.</p> <p>Actividad 3 (Habilidad 1.1., 1.3., 1.4., 1.5., 1.8., 1.9., 1.11.)</p> <p>Título: Leamos algunos mensajes publicitarios.</p> <p>En esta actividad los estudiantes enfocan el análisis en la información implícita de los textos y en el vocabulario utilizado en cada uno de los mensajes publicitarios que ven.</p> <p>En el recurso se presenta publicidad impresa y algunos ejemplos de publicidad exterior, en los que además tienen que identificar intenciones o propósitos de comunicación a partir de la comprensión del sentido global que pretenden transmitir. Las actividades del recurso se complementan en el material del estudiante.</p> <p>Dado que los mensajes de la publicidad se construyen de diferentes maneras, utilizando todo tipo de recursos y mecanismos de expresión, es necesario hacer una lectura, no solo de lo que muestra, sino, también, de la información implícita.</p> <p>1. Información explícita: es decir, la información que se presenta totalmente expresada en el texto, en otras palabras, aquella que es demasiado clara porque se reconoce en las palabras, oraciones, párrafos que se leen, en las imágenes que se ven o sonidos que se escuchan en el anuncio</p> | <p>Recurso interactivo que presenta diferentes ejemplos de anuncios publicitarios y preguntas de comprensión relacionadas.</p> |

| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|--|-----------------------|
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <p>publicitario. Esta información se presenta de manera directa, clara y no permite más interpretaciones.</p> <p>2. Información explícita: es decir, aquella en la que no todos los datos o ideas necesarios para comprender el texto se presentan de forma directa. Por lo tanto, en el caso de la información implícita, el lector debe realizar un ejercicio de encontrar información en el texto o a través de sus conocimientos previos, que le permita completar los datos que faltan o que no fueron dichos. Por ejemplo, la intención del mensaje, su tema o mensaje. Este tipo de información a veces no es expresada de manera clara por el autor.</p> <p>Por cada uno de los anuncios del recurso, el estudiante realiza una actividad adicional en el material del estudiante:</p> <p>Anuncio 1.</p> <p>Escribe de manera breve, con tus propias palabras, el mensaje que transmite el anuncio publicitario. Justifica tu respuesta.</p> <p>Anuncio 2.</p> <p>Escribe de manera breve a qué tipo de público crees que va dirigido el mensaje publicitario. Justifica tu respuesta.</p> <p>Anuncio 3.</p> <p>Escribe una opinión sobre el mensaje que transmite el anuncio publicitario y la manera en que lo presenta. Compártela y discútela en clase.</p> <p>Anuncio 4.</p> <p>Escribe de qué otra manera harías el mensaje publicitario, usando una imagen y texto diferentes. Luego, explícala a tus compañeros.</p> <p>Anuncio 5.</p> <p>Escribe si crees o no que el mensaje cumple su función comunicativa de manera adecuada. Justifica tu respuesta.</p> | |

| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|--|--|
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <p>El objetivo de la actividad, por lo tanto, estará centrado en la capacidad del estudiante para identificar intenciones, comprender mensajes y completar el sentido de los textos, ya que muchas veces las preguntas de comprensión propuestas en el recurso lo pondrán en el lugar del emisor del anuncio publicitario.</p> <p>Todas las indicaciones necesarias para realizar la actividad, así como la información y conceptos requeridos, son presentadas en el material del estudiante.</p> | |
| | | <p>Actividad 4 (Habilidad 1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 1.6., 1.7., 1.8., 1.9., 1.10., 1.11.)</p> <p>Título: Creemos nuestro propio mensaje publicitario.</p> <p>Los estudiantes deben reunirse en grupos de trabajo y crear mensajes publicitarios sobre ciertos productos o actividades que van a encontrar en el material del estudiante.</p> <p>Podrán realizarlos del modo que quieran, siempre y cuando en ellos hagan explícita la intención comunicativa que van a encontrar con cada uno de los temas.</p> <p>Los temas e intenciones comunicativas que puede elegir el estudiante son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Temas: <ol style="list-style-type: none"> b. La lectura de libros c. Practicar algún deporte d. Alimentarse bien e. El tiempo libre 2. Intenciones: <ol style="list-style-type: none"> a. Leer libros es una buena actividad que vale la pena realizar con regularidad. | <p>Recurso: imagen que da las indicaciones para realizar la actividad.</p> |

| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|------------------------------------|---|---|
| <p>Desarrollo</p>  | <p>El docente presenta el tema</p> | <ul style="list-style-type: none"> b. Practicar deportes es bueno para mantener una buena salud. c. Para el beneficio de la salud, se deben mantener buenos hábitos alimenticios. d. En el tiempo libre se debe desarrollar actividades productivas para la mente y el cuerpo. <p>El objetivo de la actividad es que los estudiantes demuestren, a través de sus habilidades comunicativas, que son capaces de identificar y expresar efectivamente, utilizando los recursos característicos de los mensajes publicitarios, una intención comunicativa y un mensaje a un público determinado.</p> <p>La indicación, así como algunas claves para realizar esta actividad se da en el material del estudiante.</p> <p>Al final, cada grupo de estudiantes presenta sus mensajes publicitarios y comenta los de sus compañeros. Los diferentes mensajes publicitarios pueden ser usados para decorar el salón o el colegio.</p> | |
| <p>Resumen</p>  | <p>Resumen</p> | <p>A través de un video y un cuadro conceptual que aparece en el material del estudiante, se presenta el resumen de los principales contenidos y habilidades desarrollados durante la unidad.</p> <p>Es importante que durante o después de la presentación del video, el docente asocie las habilidades alcanzadas con las respectivas actividades que permitieron hacerlo.</p> <p>Las habilidades son presentadas en el video.</p> <p>Al final, después de ver el video y entender el mapa conceptual, los estudiantes reflexionan sobre:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué importancia tiene conocer el mensaje que quieren transmitir los mensajes publicitarios? 2. ¿Cómo afecta la publicidad que veo todos los días mi vida y la vida de las personas en general? | <p>Video que muestra el resumen de la unidad, en coherencia con el cuadro conceptual que aparece en el material del estudiante.</p> |

| Etapa | Flujo de aprendizaje | Enseñanza/Actividades de aprendizaje | Recursos recomendados |
|--|----------------------|---|---|
| | | <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; flex: 1;">La publicidad.</div>  </div> </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; flex: 1;">Analicemos un comercial de televisión.</div>  </div> </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; flex: 1;">Leamos algunos mensajes publicitarios.</div>  </div> </div> <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px; margin: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; flex: 1;">Creemos nuestro propio mensaje publicitario.</div>  </div> </div> </div> | |
| <p>Tarea</p>  | <p>Tarea</p> | <p>Mi opinión.</p> <p>Los estudiantes deben analizar mensajes publicitarios de la televisión y escribir su opinión sobre ellos, la que será presentada posteriormente en clase.</p> <p>El comentario de los estudiantes, además de la opinión personal, debe incluir una descripción del propósito comunicativo identificado en el mensaje, la ubicación del mensaje y el canal comunicativo por el cual fue transmitido, así como una breve descripción del sentido global del mismo, para lo cual se apoyan, de ser posible, en fotos, videos o grabaciones que muestren el anuncio.</p> <p>El desarrollo de la actividad se describe en el material del estudiante.</p> | <p>Recurso: imagen que da la instrucción de la actividad.</p> |