

DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARIA DE EDUCACION
I INSTITUCION EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
“la exigencia da calidad y la calidad da excelencia”

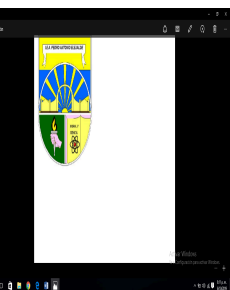
Planeación de clases

Orientadora: Dany Anllery

Villegas Posada

Grado: Cuarto

“INTERPRETO MI ENTORNO”

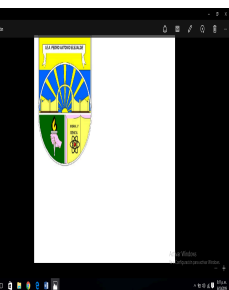


DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
I INSTITUCIÓN EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
“la exigencia da calidad y la calidad da excelencia”



PREPARADOR Y GUIA DE CLASE

Docente:	Dany Anllery Villegas Posada	
Grado:	Cuarto	Asignatura: Lengua Castellana
Fecha:	Agosto 1 al 31 de 2026	
Estándar y subproceso	Caracterizo los medios de comunicación masiva y selecciono la información que emiten, para utilizarla en la creación de nuevos textos. Selecciono y clasifico la información emitida por los diferentes medios de comunicación.	
Aprendizaje	Analiza la información presentada por los diferentes medios de comunicación con los cuales interactúa (publicidad).	

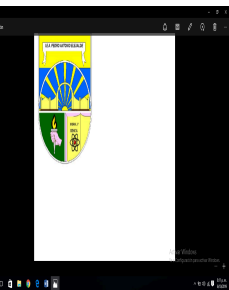


DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARIA DE EDUCACION
I INSTITUCION EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
"la exigencia da calidad y la calidad da excelencia"

Evidencias	Reconoce las relaciones de contenido de diferentes textos informativos en torno a qué ocurrió, a quiénes, cuándo y en dónde. Identifica las diferentes estructuras por medio de las que los medios de comunicación masiva presentan la información. Reconoce los elementos escritos y gráficos (signos) propios de la comunicación verbal. Identifica los elementos constitutivos de la comunicación interlocutores, códigos, canal, mensaje y contextos.
Bibliografía	Libro del estudiante "Vamos a aprender lenguaje 4" Cuaderno de trabajo "Vamos a aprender lenguaje 4" Libro entre textos 4. Lenguaje 4. Lectura recreativa 4. Diccionario básico de lengua castellana. Capsulas educativas digitales "Colombia Aprende 4"

RUBRICA DE EVALUACION

NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C	OBSERVACIONES
El análisis de un afiche publicitario carece de los elementos que conforman este estilo textual.	El análisis de un afiche publicitario evidencia algunos elementos importantes que conforma este estilo textual.	El análisis de un afiche publicitario evidencia cada elemento importante que conforma este estilo textual.	
La investigación acerca de alguno de los medios de comunicación vistos carece de información sobre	La investigación acerca de alguno de los medios de comunicación vistos, está incompleta, le falta	La investigación acerca de algunos de los medios de comunicación vistos evidencia su origen e historia al tiempo	



DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARIA DE EDUCACION
I INSTITUCION EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
“la exigencia da calidad y la calidad da excelencia”

su origen e historia, características y funciones.	información sobre su origen e historia, características y funciones.	que presento de manera resumida sus principales características y funciones.	
En un afiche publicitario se me dificulta reconocer el significado de los elementos gráficos y escritos que contiene.	En un afiche publicitario reconozco algunos significados de los elementos gráficos y escritos que contiene.	En un afiche publicitario reconozco adecuadamente el significado de los elementos gráficos y escritos que contiene.	
Mi opinión sobre un mensaje publicitario televisivo, evidencia mi dificultad para expresar su contenido.	Mi opinión sobre un mensaje publicitario televisivo, expresa de manera incompleta su contenido.	Mi opinión sobre un mensaje publicitario televisivo, expresa claramente su contenido.	

ACCIONES PEDAGÓGICAS

SEMANA 1 (agosto 1 al 4 de 2023)

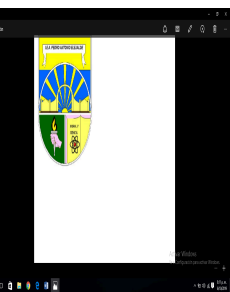
SABERES PREVIOS

Iniciaremos el estudio de los textos publicitarios, propiciando un espacio de conversación en torno al tema:

Observación del siguiente video:

https://contenidosparaaprender.colombiaaprende.edu.co/G_4/L/L_G04_U03_L06/L_G04_U03_L06_01_01.html

A diario, las personas están expuestas a todo tipo de mensajes publicitarios, que son transmitidos por los diferentes medios de comunicación. En esa medida, es importante



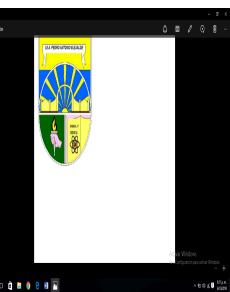
En resumen, la publicidad son todos aquellos mensajes que se transmiten por los medios de comunicación y que son transmitidos con el fin de hacer llegar un mensaje a favor de algo, ya sea un producto, un servicio o una organización o grupo, entre otros.

La publicidad generalmente se utiliza para vender productos o transmitir ideas relacionadas con alguna forma de pensamiento en particular. Esta se enfoca en un grupo de personas, de las que se espera que consuman el producto o sigan determinadas ideas o comportamientos. Para ello, usa distintas herramientas que le permiten atraer posibles consumidores o clientes, tales como carteles, comerciales televisivos, comerciales en la radio, los periódicos e internet, entre otros.

Características de la publicidad:

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. Esto último sucede, por ejemplo, en los casos de la publicidad que muestra a las personas los daños que causa para la salud el cigarrillo, las drogas o el alcohol. La publicidad.
2. Para que pueda cumplir su función y causar impacto en los receptores, 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. Cada publicidad 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. La publicidad utiliza "frases pegajosas" o fáciles de recordar, llamadas eslogan, las cuales son usadas para que las personas puedan identificar fácilmente los productos que se venden o promocionan a través de ellas.
5. Los mensajes transmitidos por la publicidad se acomodan o adecúan de acuerdo al público al cual van dirigidos; es decir, pueden ser presentados de una manera formal o informal, según corresponda.
6. Una de las principales características de la publicidad es que se puede transmitir por una gran cantidad de medios, no solo de comunicación, como televisión, periódicos o internet, sino, también, a través de medios que originalmente no fueron pensados para cumplir dicha función, como las camisetas, los pocillos, los buses, entre muchos otros. Es por eso que la publicidad puede llegar tan fácilmente a todo tipo de público.

MOMENTO PARA APLICAR CONOCIMIENTOS



DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARIA DE EDUCACION
I INSTITUCION EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
“la exigencia da calidad y la calidad da excelencia”

En este momento se desarrollará el taller de comprensión lectora de las páginas 82 y 83 del libro vamos a aprender lenguaje 4.

- Antes de la lectura: revisar el texto, observar el logotipo del producto.
- Durante la lectura: reconocer las partes del texto publicitario. (afiche sobre maltrato animal).
- Después de la lectura: completar la siguiente información:

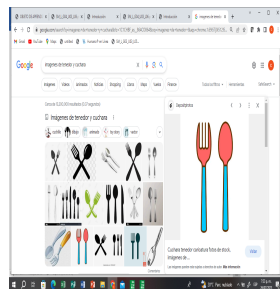
Mensaje	
Intención comunicativa	
Significado de la imagen	
Tipos de imagen	

SEMANA 2 (agosto 8 al 11 de 2023)

SABERES PREVIOS

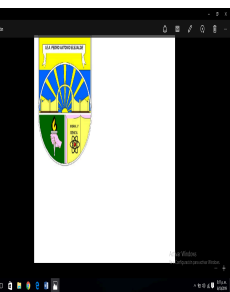
Para esta nueva semana, motivaré al estudio de la publicidad televisiva, a través de un ejercicio de expresión escrita ¿en qué parecen algunas parejas de objetos?

A partir de esta propuesta, se quiere activar la escritura creativa en los estudiantes:



en qué se parecen el tenedor y la cuchara?

MOMENTO PARA APRENDER



Analicemos un comercial de televisión, a partir de la observacion del siguiente video:

https://contenidosparaaprender.colombiaaprende.edu.co/G_4/L/L_G04_U03_L06/L_G04_U03_L06_03_02.html#

Publicidad televisiva.

La publicidad televisiva hace referencia a cualquier mensaje publicitario que se transmite a través de la televisión.

La televisión es uno de los medios de comunicación masiva más usados, ya que, a diferencia de otros medios como internet, la mayoría de las personas tienen fácil acceso a él, por lo tanto, sus mensajes se difunden con facilidad.

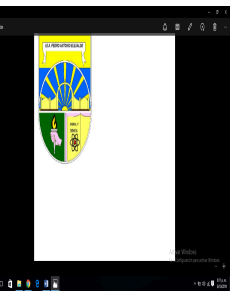
Ya que la publicidad televisiva se clasifica dentro de la publicidad electrónica, sus mensajes están contruidos con base en imágenes, texto, audio y video, lo que permite que sean de una gran complejidad y elaboración.

Cabe resaltar que la televisión es el medio de comunicación en donde más se invierte en publicidad, por encima de otros como internet o periódicos. Esto se debe a que la gran mayoría de la población, de cualquier edad o estrato social, tiene acceso a este medio de comunicación.

Algunas características de la publicidad en televisión.

1. Presenta mensajes claros debido a que combina los códigos de comunicación visual y auditivo.
2. Los mensajes publicitarios transmitidos por la televisión pueden ser repetidos una gran cantidad de veces, en esa medida, la reiteración garantiza la penetración del mensaje.
3. Permite impactar de manera directa al público en muy poco tiempo.
4. Sus mensajes llegan a cualquier lugar donde haya un televisor, por lo tanto, su alcance es casi que ilimitado.
5. Llegan de manera simultánea a audiencias masivas de millones de personas. Por ejemplo, piensa en todas las personas que ven una publicidad determinada durante la transmisión de un partido de fútbol o cualquier otro encuentro deportivo.

MOMENTO PARA APLICAR CONOCIMIENTOS



1. A través de internet, en la biblioteca de tu colegio o utilizando enciclopedias, realiza una pequeña investigación acerca de alguno de los medios de comunicación vistos en la actividad; puedes elegir entre: prensa, radio, televisión e internet. Averigua sus orígenes e historia y escribe de manera resumida sus principales características y funciones.

2. Escribe cuál de los tres tipos de publicidad vistos en el recurso es más efectivo al momento de transmitir mensajes publicitarios; puedes incluir además una descripción de las ventajas o desventajas que tiene. Justifica tu respuesta.

SEMANA 3 (agosto 14 al 18 de 2023)

SABERES PREVIOS

La nueva semana la iniciaremos elaborando un collage con diferentes etiquetas publicitarias. Dialogar sobre éstas.

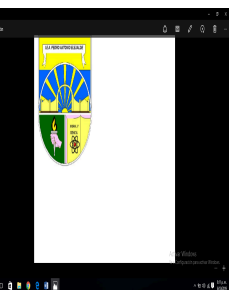
MOMENTO PARA APRENDER

Leamos algunos mensajes publicitarios:

Los mensajes de la publicidad se construyen a partir de imágenes y textos, aunque muchas veces solo es necesaria una imagen para transmitir una idea completa.

Es por ello que, al leer mensajes publicitarios, antes que interpretar lo que se muestra, la mayoría de las veces debes hacer una lectura de lo que no se dice o no es mostrado de manera directa. Es decir, debes leer la información implícita o no dicha, la que solo se entiende a partir de lo que sí es mostrado en el mensaje.

Cuando lees un texto te presenta cierta información que debes interpretar por medio de tus habilidades de comprensión de lectura. Dicha información puede ser presentada de dos maneras y cada una de ellas requiere unas habilidades de lectura diferentes:



DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARIA DE EDUCACION
I INSTITUCION EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
"la exigencia da calidad y la calidad da excelencia"

Leamos algunos mensajes publicitarios

1. La primera manera es la explícita, es decir, la información que se presenta totalmente expresada en el texto; en otras palabras, aquella que es demasiado clara porque la reconoces en las palabras, oraciones, párrafos que lees o imágenes que ves. Esta información se presenta de manera directa, clara y no permite más interpretaciones.

2. La segunda manera de presentar información en un texto es la implícita, 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. El proceso de encontrar en un texto lo que no se dice por medio de lo que sí es dicho se llama "inferir".

Todos los textos están llenos de inferencias y una habilidad de lectura importantísima es su lectura, en otras palabras, la comprensión de información implícita. Un buen consejo para encontrar inferencias es tratar de hallar más de una interpretación o significado en cada información que lees dentro del texto; es decir, no te limites únicamente con entender lo que el autor te está diciendo de manera explícita o directa.

MOMENTO PARA APLICAR CONOCIMIENTOS.

Desarrollar en equipos de trabajo colaborativo, las actividades de aprendizaje propuestas en la página 89 del libro del estudiante "vamos a aprender lenguaje 4".

SEMANA 3 (agosto 22 al 31 de 2023)

SABERES PREVIOS:

OBJETO D x Actividad x Actividad x SM_L_G04 x Actividad x SM_L_G04 x Introducci x SM_L_G04 x imagenes x +

contenidosparaaprender.colombiaaprende.edu.co/G_4/L/L_G04_U03_L06/L_G04_U03_L06_03_04.html

Gmail YouTube Maps untitled Humano® en Línea SM_L_G03_U03_L05...

Creemos nuestro propio mensaje publicitario

1. Reúnete con tus compañeros.
2. Elijan uno de los temas.
3. Tengan en cuenta la intención comunicativa, es decir, el propósito que quieren conseguir por medio del mensaje publicitario.
4. Diseñen el mensaje publicitario.
5. Compártanlo con la clase.

Revisa el material del estudiante para conocer más indicaciones sobre la actividad.

CUIDALA

TEMAS

Lectura de libros.
Practicar un deporte.
Alimentarse bien.
El tiempo libre.

19°C Parc. nublado 8:00 p. m. 26/07/2023

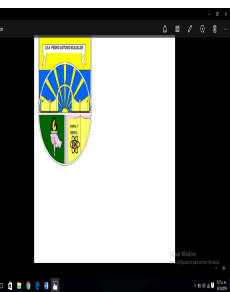
MOMENTO PARA APRENDER

Creemos nuestro propio mensaje publicitario

Qué te parece si utilizas tu creatividad para crear algunos mensajes publicitarios que después puedes usar para decorar tu salón de clases o colegio.

Presta atención al modo en que debes realizar la actividad:

1. Reúnete con un grupo de compañeros.



DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARIA DE EDUCACION
I INSTITUCION EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
"la exigencia da calidad y la calidad da excelencia"

2. Elijan alguno de los temas que pueden desarrollar en el mensaje publicitario.
Los temas son:

- a. La lectura de libros.
- b. Practicar un deporte.
- c. Alimentarse bien.
- d. El tiempo libre.

3. Cada uno de estos temas tiene un propósito o intención comunicativa que deben desarrollar en el mensaje publicitario, de tal modo que las personas que lo lean puedan entenderlo de manera clara. Presten atención a ellos:

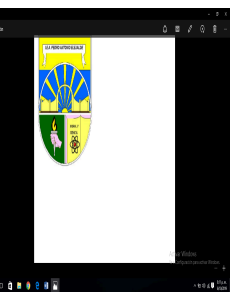
Temas	Intención comunicativa
La lectura de libros	Leer libros es una buena actividad que vale la pena realizar con regularidad.
Practicar un deporte	Practicar deportes es bueno para mantener una buena salud.
Alimentarse bien	Para el beneficio de la salud, se deben mantener buenos hábitos alimenticios.
El tiempo libre	En el tiempo libre se deben desarrollar actividades productivas para la mente y el cuerpo.

4. Después de elegir el tema y comprender la intención comunicativa que debe transmitir el

mensaje, deben determinar la manera en que lo van a realizar. Es decir, elegir los elementos que van a incluir en el anuncio, por ejemplo, imágenes, texto y colores, entre otros.

5. Por último, presenten su anuncio en clase y explíquenlo. Pregunten a sus compañeros qué les pareció y escuchen sus opiniones. Al final, los carteles deben ser usados para decorar el salón o el colegio. Algunas recomendaciones para realizar el anuncio publicitario son:

- a. Usen la creatividad, recuerden que la publicidad se caracteriza por presentar mensajes innovadores que atrapan la atención de las personas.
- b. Dependiendo del tema que elijan, creen un eslogan creativo que puedan utilizar como parte del mensaje del anuncio.
- c. Construyan el mensaje usando imágenes, colores, texto y formas; aprovechen todos los elementos visuales que usa la publicidad.
- d. No olviden que el anuncio tiene un propósito específico, así que asegúrense de que se cumpla.
- e. No se salgan del tema y recuerden que el anuncio debe transmitir un mensaje a través de todos sus elementos.



MOMENTO PARA APLICAR CONOCIMIENTOS

Escribe tu opinión sobre algún mensaje publicitario de la televisión que haya llamado tu atención, bien sea por el mensaje que presenta o por la manera en que muestra su contenido. Al momento de hacer el análisis debes tener en cuenta los siguientes criterios:

1. Describe el propósito o intención comunicativa del mensaje, es decir, si pretende informar, promocionar o convencer acerca de algo.
2. Describe el medio comunicativo por el cual fue transmitido. De ser posible, puedes utilizar una cámara o un celular para grabarlo y mostrarlo después en clase, al momento de explicarlo y expresar tu opinión sobre él.
3. Haz una pequeña exposición del mensaje (no olvides incluir las imágenes, textos y sonidos que usa), ideas, tema y contenido global del mensaje publicitario.
4. Por último, apoyándote en todo lo anterior, escribe tu opinión sobre el anuncio, donde digas los aspectos positivos o negativos que ves en él.

CALIGRAFIA Y ORTOGRAFIA.

1. Conceptualización Básica

Para saber dónde lleva el acento una palabra, contamos las sílabas **de atrás hacia adelante**:

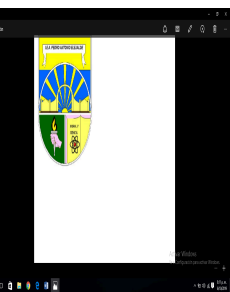
- **Palabras Esdrújulas:** Llevan el acento (sílabla tónica) en la **antepenúltima sílabla**.
 - Regla de oro: **Siempre** llevan tilde, sin importar en qué letra terminen.
 - Ejemplos: **pá**-ja-ro, **mú**-si-ca, **sí**-la-ba, **pá**-gi-na.
- **Palabras Sobreesdrújulas:** Llevan el acento en la **trasante-penúltima sílabla** (antes de la antepenúltima).
 - Regla de oro: **Siempre** llevan tilde. Se forman casi siempre uniendo verbos con pronombres (como me, te, se, lo, la, les).
 - Ejemplos: **Ilé**-va-te-lo, **com**-pra-se-lo, **fá**-cil-men-te.

Tip para el aula: Si se acentúa en la 3.^a sílabla contando desde el final → **Esdrújula**. Si se acentúa en la 4.^a sílabla desde el final → **Sobreesdrújula**.

2. Textos y Actividades

Texto 1: El médico de la granja (Enfoque: Esdrújulas)

Don Tomás es un **médico** veterinario muy **rápido**. Ayer subió a la montaña en su **páparo** mecánico (un pequeño helicóptero) para revisar a un **pájaro** silvestre y a una vaca que



comió hierba **química**. Guardó sus medicinas en un **pantano** limpio dentro de un maletín **plástico** y usó un **termómetro** para medir la temperatura de los animales.

Actividad 1:

1. Subraya todas las palabras esdrújulas que encuentres en el texto.
2. Separa en sílabas las siguientes palabras extraídas del texto y encierra en un círculo la sílaba tónica:
 - Médico: _____
 - Termómetro: _____
 - Plástico: _____
3. **Pregunta:** ¿Por qué la palabra rápido lleva tilde? (Escribe la regla con tus palabras).

Texto 2: La receta de la abuela (Enfoque: Sobreesdrújulas)

Anita quería preparar un dulce de mora para la feria de la escuela. Su abuela le dijo: «Primero lava las frutas y **escúrretelas** bien. Después, si ves que el dulce está listo, **sírveselo** a los invitados en platitos limpios. Si tu hermano quiere probar un poco, **pásaselo** con cuidado, pero **guárdamelo** bien en la nevera antes de salir».

Actividad 2:

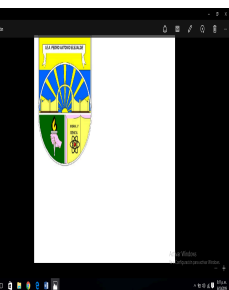
1. Encuentra las 4 palabras sobreesdrújulas del texto y escríbelas en las líneas:
 - a) _____
 - b) _____
 - c) _____
 - d) _____
2. Completa la acción uniendo los verbos:
 - Entrega + se + lo = _____
 - Canta + me + la = _____

Texto 3: Una aventura en la naturaleza (Enfoque: Mezcla de Esdrújulas y Sobreesdrújulas)

El sábado fuimos de excursión al **bosque** y encontramos una **orquídea fantástica**. El guía nos dijo: «Esta flor es **única**. Tómale una foto y **enseñásela** a tus compañeros. Si encuentras una semilla, **trátamela** con mucho respeto y no la rompas». De regreso, usamos la **brújula** para no perdernos en el camino **ecológico**.

Actividad 3:

Organiza las palabras resaltadas en la siguiente tabla según corresponda:



Palabras Esdrújulas

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Palabras Sobreesdrújulas

1. _____
2. _____

Texto 4: Trabajo en el aula de clase (Enfoque: Taller de acentuación)

Mateo olvidó poner las tildes en su cuaderno de lenguaje. Ayúdalo a corregir su escrito colocándole la tilde a las palabras **esdrújulas** y **sobreesdrújulas** que la necesiten:

"El profesor de **matematicas** nos explicó el uso de la **grafica** para medir la cosecha. Dijo que el tema era **facil** de entender y nos pidió: **explicaselo** a tu compañero de mesa si no entiende. Luego guardamos los **lápices** en la cartuchera y leímos una **fábula** muy **comica**".

Actividad 4:

1. Reescribe el texto en tu cuaderno colocando las tildes que faltan en las palabras en negrita.
2. Crea una oración inventada por ti que utilice **una palabra esdrújula** y **una sobreesdrújula**.

TALLER DE ESCRITORES: GUÍA DE LA ACTIVIDAD —

Objetivo de la actividad

Desarrollar la expresión escrita, el vocabulario descriptivo y la imaginación mediante la creación de cuatro cuentos con temáticas y retos creativos específicos.

Estructura sugerida para los estudiantes

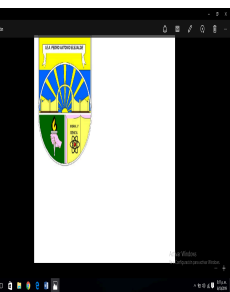
Antes de empezar a escribir, recuérdales a los alumnos la estructura básica de todo cuento:

- **Inicio:** Presentación de los personajes, el lugar y la época.
- **Nudo:** Un problema, misterio o desafío que deben resolver.
- **Desenlace:** Solución del problema y final de la historia.

Las 4 Propuestas de Cuentos Creativos

Cuento 1: El misterio en la finca / granja

- **Tema:** Vida rural y naturaleza.
- **Consigna de escritura:**



Un grupo de estudiantes explora un rincón poco conocido de una finca o granja escolar y encuentra un objeto antiguo (un mapa, una llave oxidada o una caja de madera con un mensaje secreto).

- **Reto creativo:** Incluye en tu historia al menos **3 animales** que ayuden a resolver el misterio y usa **5 adjetivos** para describir el lugar.

Cuento 2: El invento fantástico de la escuela

- **Tema:** Ciencia ficción y tecnología.
- **Consigna de escritura:**

Durante la clase de ciencias, un experimento o invento no sale como se esperaba y hace que algo cotidiano cambie por completo (por ejemplo: los lápices cobran vida, la cancha de deportes se vuelve de gelatina o la campana del recreo viaja en el tiempo).

- **Reto creativo:** Tu cuento debe incluir un **diálogo divertido** entre el inventor y un amigo, utilizando signos de interrogación (¿?) y de admiración (¡!).

Cuento 3: La gran aventura del guardián del bosque

- **Tema:** Ecología y protección del medio ambiente.
- **Consigna de escritura:**

Un animal o un ser mágico que habita en la montaña más alta del pueblo se da cuenta de que el río o el bosque está en peligro. Necesita convocar a los niños de la escuela para salvar su hogar.

- **Reto creativo:** El cuento debe dejar un **mensaje o enseñanza ambiental** para el lector. Usa conectores de secuencia: *primero, luego, después, finalmente*.

Cuento 4: Un día al revés

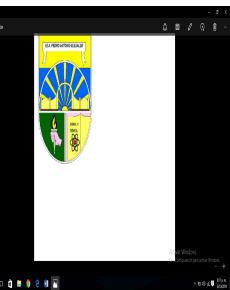
- **Tema:** Humor y creatividad libre.
- **Consigna de escritura:**

Te despiertas un lunes por la mañana y te das cuenta de que todo el mundo está funcionando "al revés": los profesores son los estudiantes, los animales hablan en clase, los pájaros caminan y la gente vuela.

- **Reto creativo:** Escribe un final **sorpresivo o gracioso** donde expliques si todo fue real o el resultado de un sueño muy curioso.

Lista de Chequeo para el Estudiante (Autoevaluación)

Al finalizar cada cuento, el estudiante revisará su escrito con este recuadro:



DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARIA DE EDUCACION
I INSTITUCION EDUCATIVA AGROPECUARIA PEDRO ANTONIO ELEJALDE
ieapaefrontino2012@tareanet.educ.co
“la exigencia da calidad y la calidad da excelencia”

Criterio	¡Hecho!
Mi cuento tiene un título creativo.	☒
Tiene Inicio, Nudo y Desenlace bien marcados.	☒
Usé mayúsculas al inicio de cada oración y en nombres propios.	☒
Utilicé puntos y comas para separar las ideas.	☒
Cumplí con el reto creativo del cuento.	☒