

<b>NOMBRE DE LA CERTIFICACIÓN</b>	<b>NOMBRE DE LOS CURSOS</b>	<b>CÓDIGO CURSO</b>	<b>CRÉDITOS SCT</b>
<b>LA INFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL</b>	1. Redes sociales y cultura digital.	<b>CFG-294</b>	<b>5</b>
	2. Información, libertad y democracia.	<b>CFG-295</b>	<b>5</b>
	3. Lectura crítica de los medios de comunicación social.	<b>CFG-296</b>	<b>5</b>

## ACTIVIDAD CURRICULAR DE FORMACIÓN

Facultad o Instituto	:	Instituto de Estudios Generales
Carrera	:	Certificación La información en la era digital

### I. IDENTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

Nombre	:	Lectura crítica de los medios de comunicación social					
Código	:	CGF-296					
Semestre lectivo	:	De acuerdo con trayectoria formativa					
Horas	:	Presencial:	36	Autónomas:	114	TOTAL:	150
Créditos SCT	:	5 SCT					
Duración	:	Trimestral		Semestral:	X	Anual:	
Modalidad	:	Presencial:	X	Semi-presencial:		A Distancia:	
Área de Formación	:	Disciplinar:		General:	X	Profesional:	
						Práctica:	
Requisito (Si los hubiese)	:	Sin requisitos					

### II. DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

Esta actividad curricular, de carácter teórico práctico, se propone que los estudiantes apliquen estrategias para decodificar diferentes tipos de mensajes provenientes de los medios de comunicación social. Por medio del análisis crítico de diferentes fuentes de información como prensa, páginas de internet, publicidad, entre otras, se espera que los estudiantes identifiquen propósitos explícitos e implícitos de los diferentes mensajes y los juzguen de acuerdo con criterios éticos. Para ello se utilizarán estrategias de enseñanza y aprendizaje tales como; discusiones interactivas acerca de contenidos de los ejes temáticos, análisis de casos, aprendizaje colaborativo, búsqueda y lecturas de fuentes bibliográficas en forma autónoma y guiada por parte de los estudiantes. Como modalidades de evaluación se hará uso de rúbricas para reportes escritos, escalas de apreciación para presentaciones orales, entre otras instancias evaluativas.

### III. COMPETENCIAS DEL PERFIL DE EGRESO ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD CURRICULAR.

#### III.1 COMPETENCIAS PROFESIONALES.

COMPETENCIA	SUBCOMPETENCIA
No aplica	No aplica

#### III.2 COMPETENCIAS GENÉRICAS.

COMPETENCIA	SUBCOMPETENCIA
1. Demostrar coherencia ética entre sus postulados valóricos y sus acciones, respetando los derechos humanos y participando activamente en las organizaciones comunitarias, haciendo primar la responsabilidad social desde una perspectiva cristiana.	1.2 Emitir juicios fundamentados frente a problemas propios de su formación y de la realidad social, que se sustentan en un análisis crítico basado en los principios éticos tanto humanistas como cristianos.
3. Realizar investigaciones que contribuyan al desarrollo del conocimiento científico y aplicado, en el contexto propio de su proceso formativo.	3.2 Analizar información pertinente desde distintas fuentes, utilizando herramientas metodológicas y científicas propias de su proceso formativo.

### IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE - APRENDIZAJE ESPERADO.

RESULTADOS DE APRENDIZAJES
1. Describir los conceptos principales de la lectura crítica, considerando los diferentes tipos de registros y recursos lingüísticos que utilizan los medios de comunicación social.
2. Explicar los diferentes códigos que utilizan los medios de comunicación social, relacionándolos con diversos tipos de mensajes y géneros periodísticos que utilizan cada uno de ellos.
3. Realizar una crítica de medios, en un marco ético, describiendo las estrategias comunicacionales y la intención comunicativa que estos muestran a sus audiencias.

### V. UNIDADES DE APRENDIZAJE Y EJES TEMÁTICOS

R. AP.	UNIDAD	EJE(S) TEMÁTICO(S)
1	Unidad 1: Introducción a la lectura crítica: conceptos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El concepto de crítica</li> <li>- Pensamiento crítico</li> <li>- Pensamiento creativo</li> <li>- Aspectos generales de semiótica</li> </ul>

		- Lectura crítica
1-2	Unidad 2: Lectura crítica de los Medios de Comunicación Social (MCS)	- Los mensajes informativos - Tipos de comunicación y tipos de periodismo - Géneros periodísticos: noticia, crónica, reportaje, otros. - Periodismo de investigación
2	Unidad 3: Análisis de los tipos de lenguaje en los MCS	- El lenguaje escrito - El valor de la imagen periodística - Diagramación del periódico y revistas - El lenguaje audiovisual, la fuerza de la imagen
3	Unidad 4: Periodismo y Publicidad	- Publicidad y propaganda - Publicidad desleal - Publicidad encubierta - Publicidad engañosa - Publicidad subliminal

## VI. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Como estrategias de metodológicas de enseñanza y aprendizaje a utilizar se considera lo siguiente:

- Clases expositivas de entrega de conocimientos teóricos y prácticos.
- Discusiones interactivas acerca de contenidos de los ejes temáticos de las unidades
- Análisis de casos
- Aprendizaje colaborativo
- Investigación bibliográfica autónoma y guiada por parte de los estudiantes.

## VII. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES.

RESULTADO DE APRENDIZAJES	INDICADORES	INSTRUMENTO Y/O TÉCNICA EVALUATIVA	PONDERACIÓN (%)
1. Describir los conceptos principales de la lectura crítica, considerando los diferentes tipos de registros y recursos	- Describe los conceptos de crítica, pensamiento crítico y pensamiento creativo. - Caracteriza los aspectos generales de semiótica, considerando tipos de registros y recursos	- Rúbrica de evaluación de reporte escrito de análisis de caso.	30%

lingüísticos que utilizan los medios de comunicación social.	lingüísticos que usan los MCS. - Explica la diferencia entre pensamiento crítico y lectura crítica.		
2. Explicar los diferentes códigos que utilizan los medios de comunicación social, relacionándolos con diversos tipos de mensajes y géneros periodísticos que utilizan cada uno de ellos	- Identifica los diversos canales a través de los cuales los medios de comunicación social transmiten sus mensajes. - Describe los diferentes códigos y géneros periodísticos utilizados por los medios de comunicación. - Relaciona código con tipo de mensaje - Describe los diferentes géneros periodísticos.	- Rúbrica de evaluación de reporte escrito. - Escala de apreciación de presentación oral	30%
3. Realizar una crítica de medios, en un marco ético, describiendo las estrategias comunicacionales y la intención comunicativa que estos muestran a sus audiencias.	- Analiza una temática de un aviso publicitario. - Identifica mensajes explícitos y no explícitos presentes en la publicidad. - Juzga el grado de ajuste ético que tienen diversos anuncios publicitarios. - Describe los efectos sociales que tienen los diferentes tipos de mensajes en un MCS	- Pauta de cotejo para reporte escrito.  - Escala de apreciación para presentación oral de estudio de caso.	40%

### VIII. RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA

Sala amplia, mesas y sillas, pizarra, proyector. Amplificación sonido

### IX. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

	Autor, (Año). Título, País: Editorial
<b>BÁSICA OBLIGATORIA</b>	- Castillo, J.M. (2010). <i>Elementos del lenguaje audiovisual u.d. 155</i> . España: Instituto Oficial de Radio y Televisión. - Notar, N. (2017). <i>La televisión del futuro. Streaming, big data, on demand y el nuevo espectador</i> . Argentina: Ariel.

COMPLEMENTARIA	- Piedra, J. Ed. (2015). <i>Ética y Publicidad</i> . Universidad del Pacífico, Perú. Recuperado en: <a href="http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/Libros_y_mas/2015/08/et_publi.pdf">http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/Libros_y_mas/2015/08/et_publi.pdf</a>
----------------	---

X. OTROS RECURSOS

Nombre Recurso	Tipo de Recurso
Presupuesto y transporte para visita en terreno a diferentes medios de comunicación nacionales	<i>Presupuesto</i>